



# REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2015

*Vivamos mejor*



# ÍNDICE



## 01

### BIENVENIDOS A EASY

- 1.1** Bienvenidos (Pág. 6)
- 1.2** ¿Cómo definimos el segundo reporte? (Pág. 8)
- 1.3** Nuestros temas materiales (Pág. 9)
- 1.4** Sostenibilidad en Easy y Cencosud (Pág. 12)

## 02

### SOMOS EASY

- 2.1** Easy en Cencosud (Pág. 16)
- 2.2** Lineamientos que guían nuestro accionar (Pág. 20)
- 2.3** Desde siempre cerca de ti (Pág. 22)
- 2.4** Los elementos que nos caracterizan (Pág. 25)

## 03

### HITOS 2015

- 3.1** El inicio de una nueva etapa para Easy Chile (Pág. 30)
- 3.2** Vivamos mejor (Pág. 34)
- 3.3** Nuestro desempeño económico (Pág. 40)

## 04

### OFERTA DE PRODUCTOS SOSTENIBLES

- 4.1** La mejor experiencia de compra (Pág. 45)
- 4.2** Omnicanalidad (Pág. 50)
- 4.3** Nuestra cadena de colaboración (Pág. 52)



## 05

### UN EQUIPO SEGURO, FELIZ Y COMPROMETIDO

**5.1**  
Perfil de nuestros  
trabajadores (Pág. 59)

**5.2**  
Cultura  
Organizacional  
(Pág. 65)

**5.3**  
Seguridad y Salud  
Ocupacional (Pág. 70)

**5.4**  
Juntos crecemos  
profesionalmente  
(Pág. 78)

**5.5**  
Evaluación de  
desempeño (Pág. 82)

## 06

### PREOCUPADOS DE NUESTRO ENTORNO

**6.1**  
Construimos para  
ser vecinos (Pág. 86)

**6.2**  
Reacción oportuna  
frente a la  
catástrofe (Pág. 88)

**6.3**  
Nuestro entorno  
ambiental (Pág. 92)

## 07

### ANEXO: INDICADORES GRI

**7.1**  
Índice GRI (Pág. 97)

**7.2**  
Notas (Pág. 104)



*Vivamos mejor*







# 1 Bienvenidos a EASY

*Les damos la bienvenida a nuestro Segundo Reporte de Sostenibilidad, que resume nuestro desempeño económico, social y ambiental durante 2015. Refleja nuestra visión y compromiso por una relación permanente con nuestros colaboradores, clientes, proveedores, accionistas, las comunidades donde estamos insertos y la sociedad en general.*



# 1.1 BIENVENIDOS

[G4-1]

[G4-13]

[G4-15]

[G4-S01]

El documento que tienes en tus manos es un gran logro para nosotros, por todo lo que significa. Es la única publicación anual que realizamos como compañía. Por eso, tratamos de plasmar aquí todo lo que somos como empresa. Sin embargo, más allá de este importante hecho, se trata de nuestro segundo Reporte de Sostenibilidad y refleja nuestra visión sobre la importancia que tiene para

nosotros el relacionarnos de buena manera con colaboradores, clientes, proveedores, accionistas, las comunidades donde estamos insertos y la sociedad en general. Significa un gran paso respecto de la primera entrega, que publicamos el segundo semestre del año pasado, especialmente en lo relacionado con la recopilación y sistematización de la información.





Operar con honestidad y transparencia es el camino que hemos elegido para ser sostenibles en el tiempo y avanzar cada día para ser una mejor empresa. Por eso, en Easy adherimos desde 2014 a Pacto Global Chile, una iniciativa de las Naciones Unidas (ONU) que promueve la adopción de diez principios universales relacionados con los derechos humanos, las normas laborales, el medio ambiente y la anticorrupción.

En 2015 continuamos trabajando con esta mirada puesta en la responsabilidad social, para aportar a diferenciarnos como el retailer de mejoramiento del hogar más querido y rentable de Chile, y así destacarnos como un modelo de compañía sostenible a nivel nacional. Es una labor que hemos desarrollado poniendo al cliente al centro de nuestras decisiones y haciendo que su experiencia de compra sea excelente en cada una de nuestras tiendas, sitio web [www.easy.cl](http://www.easy.cl) y Call Center.

Nuestro entorno demanda un alto compromiso social de parte de nuestra marca y nuestros colaboradores buscan realizarse personal y profesionalmente con nosotros. Es por ello que hemos implementado una serie de acciones, que apuntan a estrechar las relaciones con la comunidad y contar con un equipo más comprometido. Este reporte aborda, entre otros elementos, nuestras formas de aportar al desarrollo del país, nuestra gestión ambiental y lo que hacemos para que nuestros colaboradores puedan trabajar en buenas condiciones.

El 2015 fue un año de cambios, de hecho personalmente me incorporé a la Gerencia General de Easy Chile en junio después de 20 años desempeñándome en Easy Argentina, con el objetivo de seguir trabajando para el crecimiento y desarrollo de nuestra compañía. En los años anteriores se hicieron grandes avances a nivel operativo y en la obtención de resultados, pero mi apuesta al futuro consiste en complementar estos progresos con la generación de procesos más ágiles, claros y competitivos además de potenciar las mejoras en el clima organizacional de la compañía.

Para ello es vital trabajar en equipo,

con profesionalismo, sentido de urgencia y una actitud positiva. Con el correr de los meses, conformamos un excelente grupo de trabajo, estableciendo nuevas gerencias y equipos que nos permitirán enfrentar de mejor forma los desafíos que nos impone el futuro.

El año estuvo marcado también por otros hitos que nos llevaron a estrechar nuestros vínculos con la comunidad. Fortalecimos nuestra relación con la Región del Biobío, al abrir las tiendas Easy de Coronel y Chiguayante, donde ya nos hemos destacado por la calidad de servicio a los clientes y el buen clima de nuestros colaboradores.

Sin embargo, fueron dos tragedias las que nos llamaron a colaborar y apoyar a otras regiones del país. Los aluviones ocurridos en la Región de Atacama a fines de marzo no nos dejaron indiferentes. En conjunto con Desafío Levantemos Chile, los easyleños nos organizamos en una campaña de solidaridad para ir en ayuda de los afectados con bienes básicos y actividades de reconstrucción. Esto incluyó también a nuestros colaboradores que resultaron damnificados, algunos de los cuales sufrieron la pérdida total de sus hogares. A ellos los auxiliamos económicamente, con ayuda psicológica y facilidades para que pudieran reincorporarse a sus labores.

A su vez, el terremoto ocurrido en la Región de Coquimbo en septiembre, fue otro llamado a la acción donde nuestros colaboradores nuevamente acudieron en ayuda de los afectados, realizando una labor conjunta con Desafío Levantemos Chile. Además, como parte de nuestra alianza con esta institución, en 2015 reactivamos la "Campaña del Vuelto", que permite a los clientes donar parte del cambio en las transacciones que realizan en nuestras 35 tiendas, para ir en apoyo de distintas iniciativas.

Tuvimos también otros logros más internos. Mejoramos los indicadores que recoge la organización Great Place to Work, bajamos en más de un tercio



nuestra tasa de accidentabilidad y capacitamos a más de cinco mil colaboradores. De cara a los clientes, avanzamos en la difusión de productos Eco Easy, que buscan ayudar a las personas a tener una vida más sustentable. Además, nuestro programa Recambia le ha permitido a los clientes entregarle un destino diferente a sus productos en desuso, facilitando su reciclaje y disposición final.

En definitiva, el año 2015 nos dio muchas satisfacciones, pero también fue uno que nos dejó varios desafíos, para los cuales seguiremos trabajando día a día. Como sabemos, mantenerse en el cumplimiento de altos estándares de productividad, ambiente laboral, calidad de productos y de servicio, nos propone cada día nuevas metas. En las páginas que siguen podrán apreciar qué hicimos para alcanzar las que nos planteamos para el año 2015 y cómo avanzamos para hacer de Easy una empresa cada día mejor en el corto, mediano y largo plazo.

Atentamente,

**Diego Hammerer**  
Gerente General Easy Chile



## 1.2 ¿CÓMO DEFINIMOS EL SEGUNDO REPORTE?



[G4-28]

[G4-30]

[G4-31]

[G4-32]

[G4-33]

En este segundo Reporte de Sostenibilidad, plasmamos los resultados de nuestra gestión social, ambiental y económica entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2015. Por medio de este documento, mostramos los resultados de nuestra gestión con transparencia, equilibrio, claridad y precisión, para lo cual contamos con la participación de nuestros principales grupos de interés y la realización de un exhaustivo trabajo de entrevistas, encuestas, revisión de documentos internos y comparación con otras empresas similares.

En Easy nos hemos planteado desarrollar nuestras labores con un nuevo enfoque y es por ello que este reporte, de periodicidad anual, es un testimonio tanto de nuestros avances como también de nuestras intenciones y compromisos para el futuro.

Este reporte fue realizado según la metodología establecida por la Global Reporting Initiative (GRI), organización independiente que ayuda a empresas, gobiernos y otras instituciones a comprender y comunicar el impacto de sus negocios sobre aspectos críticos para la sostenibilidad, tales como cambio climático,

derechos humanos y corrupción, entre otros temas. Esta metodología de trabajo es la más utilizada a nivel mundial. En esta oportunidad, se empleó la versión G4 de la Guía GRI, que corresponde a la más actualizada de este modelo.

La Guía GRI G4 dispone de dos “Opciones de Conformidad” para la realización de los reportes: “Esencial” y “Exhaustiva”, las que dependen de la cantidad de información recopilada y expuesta en cada una de ellas. En Easy hemos elegido realizar un informe “Esencial”, que incorpora los aspectos fundamentales de un Reporte de Sostenibilidad y centra la

información en transmitir las consecuencias del desempeño sostenible de las organizaciones.

Este segundo Reporte de Sostenibilidad no fue verificado por una organización externa. Sin embargo, los temas abordados fueron consultados con los grupos de interés y las cifras que aquí aparecen fueron entregadas por los especialistas de cada área al interior de la empresa. Todos ellos fueron validados por la plana gerencial de Easy, la cual aprobó el alcance, cobertura, temas materiales y el periodo objetivo del presente documento.

EASY



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



sostenibilidadeasy@easy.cl



<https://twitter.com/easytienda>



Avenida Kennedy 9001, piso 5, Las Condes - Santiago



## 1.3 NUESTROS TEMAS MATERIALES

[G4-18]

[G4-19]

[G4-20]

[G4-21]

[G4-22]

[G4-23]

[GC1]

Para definir los temas incluidos en este reporte, realizamos un proceso de materialidad, el cual permite relevar de manera conjunta aquellos aspectos que son relevantes para la organización y que generan un impacto, percibido por los grupos de interés.

En este proceso mantuvimos los cuatro principios propuestos por la metodología GRI-G4, detallados a continuación.

La cobertura y alcance de los temas materiales de este Reporte no presentan reformulaciones con respecto a la publicación de 2014.

**IDENTIFICACIÓN**

Elaboramos un listado de aspectos que aluden al contexto de sostenibilidad propio para la realidad de Easy, considerando fundamentalmente la revisión y análisis de información secundaria.

**PRIORIZACIÓN**

El listado anterior, es priorizado a través de una consulta que incluye a colaboradores, clientes, proveedores y principales áreas de trabajo de la empresa, para determinar los aspectos materiales con los cuales se va a trabajar.

**VALIDACIÓN**

Con el fin de ratificar los contenidos, se llevó a cabo un Taller Gerencial, que permite posicionar los temas en directa relación con los objetivos del negocio.

**REVISIÓN**

Los contenidos fueron revisados por la Gerencia General y las principales áreas de la empresa.



Como consecuencia del proceso de identificación de temas relevantes para la compañía y sus grupos de interés, obtuvimos un listado de materias relacionadas con la gestión de nuestra empresa. Éstas fueron luego priorizadas y validadas por la plana gerencial de Easy, determinando diez temas materiales:

- 1 Transformaciones hacia el futuro
- 2 Transparencia y Gestión Ética
- 3 Cliente al centro
- 4 Omnicanalidad y relación con clientes
- 5 Gestión cadena de abastecimiento
- 6 Seguridad y Salud Ocupacional
- 7 Cultura organizacional
- 8 Desarrollo de carrera
- 9 Aporte local
- 10 Iniciativas ambientales

## LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN

Realizamos un proceso de levantamiento de información a partir de fuentes primarias y secundarias, con el fin de identificar los temas materiales.

La revisión de **documentos secundarios** consistió en:

- **618 notas de prensa** (incluyendo notas escritas televisión).
- **Un benchmark**, a través del cual se compararon reportes de sostenibilidad de cuatro empresas del rubro del mejoramiento del hogar en Chile y el extranjero, para recopilar las buenas prácticas de esta industria.

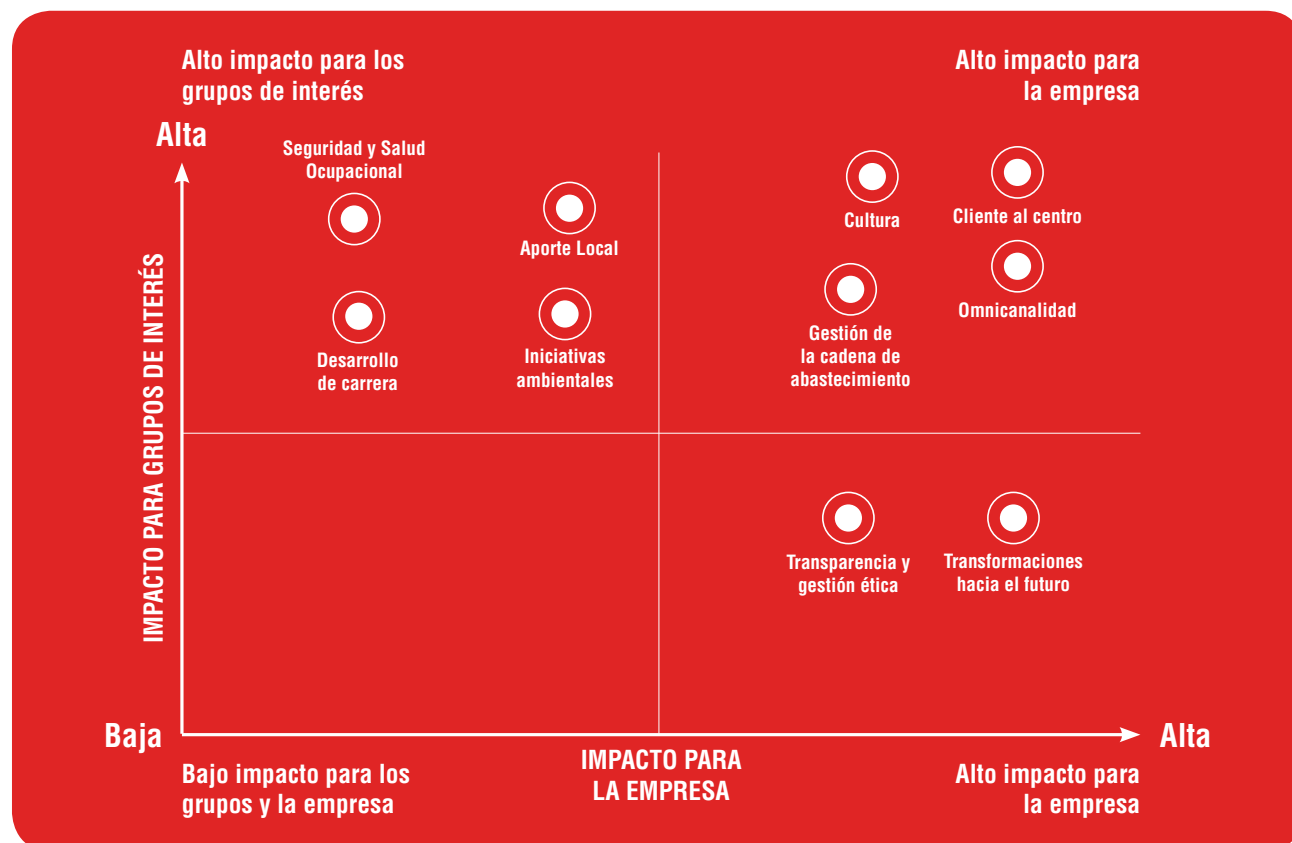
• **Más de 50 documentos internos**, como presentaciones, boletines, revistas, comunicados, encuestas y documentos de políticas corporativas, entre otros.

En relación a las **fuentes primarias**, se realizó:

- Una consulta interna, a través de **13 entrevistas** a Gerentes y Subgerentes de Easy.
- Una encuesta a **673 colaboradores**.
- Una encuesta a **600 clientes**
- Una encuesta a **54 proveedores**.

## MATRIZ DE MATERIALIDAD EASY

Estos diez temas materiales se distribuyen en la siguiente matriz de materialidad, según su importancia para Easy y sus grupos de interés.









## 1.4 SOSTENIBILIDAD EN EASY Y CENCOSUD

En el grupo de empresas que formamos parte del holding Cencosud compartimos una visión común a la hora de abordar una gestión sostenible. Esta mirada se basa en la generación de relaciones permanentes y de valor compartido con cinco grupos de interés claves para nuestro negocio.

En ellos focalizamos nuestros esfuerzos para un trabajo responsable y respetuoso. Se trata de: clientes, colaboradores, proveedores, comunidad y medioambiente.

A partir de este compromiso conjunto, trabajamos por alinear la reportabilidad de nuestros esfuerzos en materia de sostenibilidad y hemos definido los siguientes temas materiales para todas las unidades de negocios del holding:

- Ética
- Gestión Medioambiental
- Desarrollo de capital humano

Estos tres temas transversales se corresponden como parte de nuestros temas materiales Easy de la siguiente forma:

### • ÉTICA

Transparencia y Gestión ética

### • GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL

Iniciativas ambientales

### • DESARROLLO DE CAPITAL HUMANO

Desarrollo de carrera











*Vivamos mejor*







# 2 Somos EASY

*Somos parte de la Unidad de Negocios de Cencosud orientada al mejoramiento del hogar y la construcción. Contamos con 35 tiendas en Chile, lideradas por un equipo que busca entregar la mejor experiencia de servicio hacia los clientes.*





## 2.1 EASY EN CENCOSUD

[G4-3] [G4-6] G4-7 [G4-9] [G4-17] [G4-34] [G4-LA12] [GC3]

Cencosud es una de las compañías más grandes y prestigiosas de la industria minorista en Latino América, con presencia en 5 de los mercados más desarrollados de la región y líder en una estrategia integrada multi-for-

mato y multi-marca en los rubros de supermercado, mejoramiento del hogar, tiendas por departamento y centros comerciales, entre otros. Con sus oficinas centrales basadas en Chile, tiene operaciones también en



En Chile, Cencosud emplea a:

**55.807**  
**COLABORADORES**

### MARCAS EN CHILE POR UNIDAD DE NEGOCIO DE CENCOSUD



**Tiendas por  
Departamento**

Paris, Johnson,  
Eurofashion



**Mejoramiento  
del Hogar y  
Construcción**

Easy



**Supermercados**

Jumbo, Santa Isabel



**Retail  
Financiero**

Tarjeta Cencosud,  
Joint Venture,  
Banco Paris



**Shopping  
Centers**

Costanera Center, Alto las  
Condes, Florida Center,  
Portal: La Dehesa, La Reina,  
Ñuñoa, Viña, Rancagua,  
Temuco, Valparaíso

Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú, además de una oficina comercial en Shanghai, empleando a más de 140.000 personas. A diciembre 2015 Cencosud contaba con 944 Supermercados e Hipermercados, 95 tiendas de Mejoramiento del Hogar, 88 Tiendas por Departamento y 53 Centros Comerciales, además de prestar servicios financieros en forma complementaria a sus clientes. A partir de 2004 la acción bursátil de Cencosud se transa en la Bolsa de Comercio de Santiago (BCS) y desde 2012 en la Bolsa de Valores de Nueva York (NYSE).

A través de la Unidad de Negocios Mejoramiento del Hogar, Cencosud está presente en tres países de la región, con 35 tiendas en Chile, 10 en Colombia y 50 en Argentina. En este último país, además de la marca Easy, está presente a través de Blaisten.

El 60% de la propiedad corresponde a los accionistas controladores, Horst Paulmann y familia, mientras que el 40% restante pertenece a otros actores.

El Directorio de Cencosud es el organismo encargado de encabezar el Gobierno Corporativo de Easy. Está compuesto por nueve miembros, cuyos cargos tienen una duración de tres años y pueden ser reelegidos de manera indefinida. Es encabezado por Horst Paulmann, Presidente de la entidad desde sus inicios.

El Directorio está integrado por hombres y mujeres de distintas profesiones y con diferentes experiencias profesionales, lo que aporta una visión diversa para guiar los pasos de las empresas del holding en el mediano y largo plazo. El detalle de sus biografías y de la dieta que percibieron en 2015, se encuentran disponibles en la Memoria 2015 Cencosud. Este Directorio cuenta con una dedicación exclusiva para el desempeño de su cargo, por el tiempo que sea necesario, para el adecuado cumplimiento de sus deberes como Director y así llevar a la compañía a una posición de liderazgo en el mercado a nivel regional.



Al 31 de Diciembre de 2015, el capital de Cencosud S.A. está compuesto por 2.828.723.963 acciones suscritas y pagadas, distribuidas entre 1.710 accionistas.





**Sostenibilidad en Cencosud:** la Directora Heike Paulmann y la Gerencia de Asuntos Corporativos tienen la función de velar por la sostenibilidad del holding. Esta tarea es complementada con la realización de comités trimestrales, liderados por el Gerente General de Cencosud, Jaime Soler, en los cuales se muestran y analizan proyectos y resultados relacionados con este ámbito de desarrollo.



De acuerdo a la Ley de Sociedades Anónimas, Cencosud cuenta con un Comité de Directores, cuya función principal consiste en coordinar al Directorio. Está compuesto por Roberto Phillips, David Gallagher y Richard Büchi y sesionó 10 veces durante 2015.

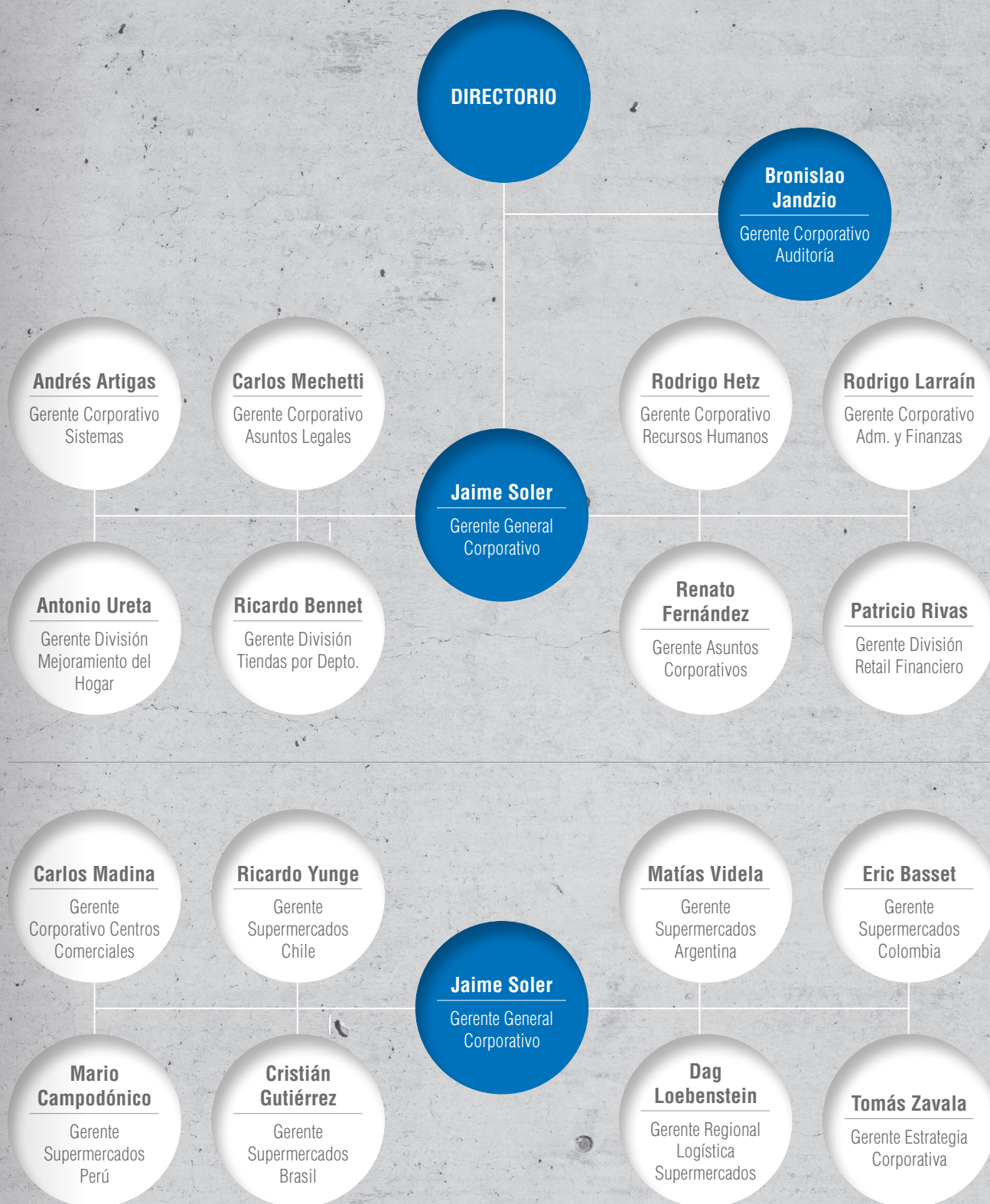
La estrategia de negocios del holding tiene como foco entregar la mejor experiencia de servicio hacia los

clientes en cada una de sus unidades operativas. Para ello, Cencosud cuenta con un equipo humano comprometido, liderado por un grupo de 18 profesionales altamente calificados y con una amplia experiencia en la industria del retail. Bajo la figura del Directorio, se estructuran de la siguiente forma a nivel corporativo, tanto para liderar ámbitos de gestión como de planificación.

#### DIRECTORIO CENCOSUD

INTEGRANTE	CARGO	FORMACIÓN PROFESIONAL	AÑO DE INGRESO
<b>HORST PAULMANN K.</b>	Director	Empresario	1978
<b>HEIKE PAULMANN K.</b>	Director	Ingeniero Comercial	1999
<b>PETER PAULMANN K.</b>	Director	Ingeniero Comercial	1996
<b>RICHARD BÜCHI B.</b>	Director	Ingeniero Civil	2013
<b>CRISTIÁN EYZAGUIRRE J.</b>	Director	Economista	2006
<b>DAVID GALLAGHER P.</b>	Director	Economista	2011
<b>JULIO MOURA</b>	Director	Ingeniero Civil	2011
<b>ROBERTO PHILIPS</b>	Director	Adm. de Empresas y Contador Público Nacional	2003
<b>ERASMO WONG</b>	Director	Ingeniero Civil	2008

## GOBIERNO CORPORATIVO - LÍNEA DE GERENTES





## 2.2 LINEAMIENTOS QUE GUÍAN NUESTRO ACCIONAR



[G4-56]

[G4-S04]

El Código de Ética de Cencosud guía nuestros vínculos con colaboradores, proveedores, clientes y la comunidad en general. Su cumplimiento es

supervisado por el Comité de Ética, la Gerencia Corporativa de Recursos Humanos y la Gerencia Corporativa de Auditoría Interna.

### ENFOQUE DE GESTIÓN

#### TEMA MATERIAL: TRANSPARENCIA Y GESTIÓN ÉTICA

##### ¿POR QUÉ ES MATERIAL?

*Tras las denuncias ocurridas en relación al comportamiento de diversas empresas en el país durante 2015 y ante la presencia de un consumidor que demanda mayor consistencia en el actuar de compañías e*

*instituciones, Easy da cuenta e informa de manera transparente de una gestión ética y responsable hacia sus grupos de interés.*

##### ¿CÓMO SE GESTIONA?

*Cencosud tiene un Código de Ética que guía su actuar con sus colaboradores, proveedores, clientes, la comunidad y otros grupos de interés. Su cumplimiento es resguardado por el Comité de Ética, la Gerencia Corporativa de Recursos Humanos y la Gerencia Corporativa de Auditoría Interna. Junto con ello, el Directorio de Cencosud se acoge a un Código de Conducta específico, con el objetivo de evitar casos de uso de información privilegiada y otras prácticas*

*cuestionables. A su vez, se han establecido canales formales para realizar consultas o denuncias, como línea telefónica gratuita, página web (gestionada por la auditora externa, KPMG), correo electrónico, fax, entrevistas personales y casilla de correo. Se puede encontrar mayor información sobre nuestro Código de Ética en el siguiente enlace: <http://investors.cencosud.com/Spanish/inversionistas/gobierno-corporativo/antecedentes-legales/default.aspx>*

##### ¿CÓMO SE MIDE?

*La empresa externa que apoya el proceso, presenta en forma anual un informe con las principales denuncias y consultas, las temáticas más destacadas y la re-*

*solución final de los casos que fueron investigados por el Comité de Ética, el cual es conocido y presentado al Directorio y a la plana de Gerentes de primera línea.*

Estos organismos monitorean el correcto cumplimiento de las directrices establecidas, además de impulsar capacitaciones en forma permanente para que los colaboradores interioricen los objetivos y pilares éticos de la compañía.

El Código de Ética es acompañado por otras herramientas que promueven un accionar transparente y fomentan un adecuado comportamiento de los miembros de Easy. Entre ellas figuran la Política Corporativa de Viajes, la Política de Compras, el Reglamento Interno de Salud, Orden, Higiene y Seguridad, el Manual de Manejo de Información de Interés para el Mercado, la Política de Seguridad de la Información, las Políticas de Recursos Humanos y el Código de Conducta del Directorio, entre otros.

Con el objetivo de comunicar, capacitar y prevenir actos específicos de corrupción, durante 2015 realizamos cursos vía e-learning a toda nuestra planilla de gerentes. El curso constaba de distintos módulos, a través de los cuáles era posible estudiar las políticas anticorrupción y sus implicancias para luego finalizar con un examen de conocimientos teóricos. Del total de nuestra planilla de gerentes Easy Chile de primera línea, el 67% fueron capacitados en políticas anticorrupción.



### Misión Cencosud

La misión del holding Cencosud consiste en trabajar, día a día, para llegar a ser el retailer más rentable y prestigioso de América Latina, en base a la excelencia en nuestra calidad del servicio, el respeto a las comunidades con las que convivimos y el compromiso de nuestro equipo de colaboradores.



### Valores Cencosud

En Easy suscribimos la Carta de Valores de Cencosud, para relacionarnos con los distintos grupos de interés, y toda nueva operación la realizamos a través de los pilares básicos de nuestra compañía: visión, desafío, emprendimiento y perseverancia.

- 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.



## 2.3 DESDE SIEMPRE CERCA DE TI

[G4-29]

La historia de nuestra empresa comenzó el año 1993 en Argentina, y un año más tarde inauguramos en Chile nuestro primer local en Alto Las Condes, el 8 de marzo de 1994, siempre enfocados en entregar soluciones integrales a todos aquellos que quieren mejorar su hogar.

En 1997 se concretó la apertura de una de nuestras tiendas más grandes,

Easy Arauco Maipú, a la que le siguió Easy Rancagua en 2000. La tienda de Easy Quilín abrió en 2001, iniciando con ello un proceso importante de expansión comercial y territorial, el que se vio fortalecido con la adquisición de la cadena Proterra. A través de esta compra contamos con seis tiendas ubicadas entre Curicó y Osorno, lo que nos permitió llegar a distintas ciudades del sur de nuestro país.



### EVOLUCIÓN DE LOS LOGOS DE NUESTRA EMPRESA DESDE 1993 HASTA 2015



**easy**  
TODO TODO PARA SUS PROYECTOS!

**easy**  
Hogar - Construcción

**easy**  
cencosud

*Vivamos mejor*





Este proceso se robusteció aún más con las aperturas de nuevos locales Easy en las regiones de Antofagasta, Atacama y Coquimbo. Un año más tarde inauguramos Easy Portal Maipú, acercando mayor surtido de productos y servicios para el mejoramiento del hogar a los habitantes del sector sur poniente de la Región Metropolitana. En 2014 inauguramos una nueva tienda Easy en Chicureo y durante 2015 sumamos dos nuevas instalaciones en la región del BioBío: Coronel y Chiguayante.

Sin embargo, además de incrementar nuestra presencia en el país y en la región, hemos realizado importantes cambios internos, especialmente en los últimos dos años, a través de importantes procesos de modernización de nuestra gestión, la llegada de

nuevos ejecutivos y la incorporación de los desafíos que hoy nos impone la sociedad a nuestra operación.

Es por ello que, hace dos años empezamos a recorrer de forma más sistemática el camino hacia una gestión sostenible de nuestras operaciones. De esta manera, durante 2014 realizamos nuestra primera estrategia de sostenibilidad y un año más tarde publicamos el primer Reporte de Sostenibilidad, transparentando los impactos económicos, sociales y ambientales de nuestra gestión.

Hoy, a 22 años de la apertura de nuestro primer local en Chile, hemos alcanzado también una presencia importante en Argentina, donde además de Easy contamos con tiendas Blaisten, sumando 50 sucursales.

Sumado a ello, en 2008 abrimos nuestro primer local en Colombia, donde hoy sumamos 10 tiendas más a nuestra presencia en la región.

En Easy queremos ser el retail de mejoramiento del hogar más querido y rentable de Latinoamérica, por eso nuestro foco está en ofrecer los productos más convenientes para el mejoramiento del hogar y dar soluciones e ideas para que todos vivamos mejor. Estamos convencidos que hemos avanzado, pero aún nos queda un importante camino por recorrer y estar a la altura de los desafíos que nos impone el futuro. Por eso nos comprometemos a seguir mejorando, para asesorar a todos nuestros clientes en la construcción de sus sueños, para que todos podamos vivir mejor.

### FACHADA PROTERRA CHILLÁN (AÑO 2002)



### FACHADA EASY CHILLÁN (REMODELACIÓN AÑO 2005)



## 2.4 LOS ELEMENTOS QUE NOS CARACTERIZAN

[G4-4]

[G4-5]

[G4-8]

[G4-9]

[G4-13]

En Easy nos dedicamos a la venta al detalle y mayorista de productos para construcción y mejoramiento del hogar. Actualmente, en nuestro país contamos con 35 locales distribuidos desde Calama hasta Puerto Montt, un Centro de Distribución y una Oficina de Administración Central. Nuestra casa matriz se ubica en el Mall Alto Las Condes.

Hemos establecido una amplia variedad de productos, nacionales e importados, que se diferencian en el mercado por su alta calidad a precios accesibles. Además, tenemos una dotación propia de 5.993 trabajadores, entre colaboradores en tienda, Administración Central y Centro de Distribución.



CENTRO DE SERVICIOS

### CIFRAS 2015

**325.315 m<sup>2</sup>.**

En superficie de ventas

**6.800 - 14.000 m<sup>2</sup>**

Rango de superficie de tiendas

**5.993**

Colaboradores

**22.050.000**

Visitas anuales de clientes en tiendas

**25.000.000**

Visitas anuales de clientes online

**\$494.849.395.000**

Ventas Netas



A todos ellos los hemos seleccionado y preparado para ofrecer una alta calidad de servicio, con el objetivo de satisfacer las necesidades de tres tipos de clientes:

**Cliente Final:** para cada persona, su hogar es su mundo, por eso en Easy acompañamos a nuestros clientes en el “Sueño de Vivir Mejor”, ofreciendo productos y servicios que permitan construir, remodelar, reparar, mejorar y decorar el hogar.

**Cliente Profesional:** siempre encontrarán buenos precios, asesoría especializada para sus proyectos y una amplia gama de productos y accesorios. Además, en nuestras tiendas contamos con especialistas que facilitan y asesoran a nuestros clientes, agilizando el proceso de compra.

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

Para estos clientes contamos con una gama de productos y servicios que responden a sus necesidades:



## NUESTROS PRODUCTOS

En Easy hemos establecido 20 secciones de productos para nuestros clientes: Textil, Ferretería, Menaje y Deco, Outdoors, Electrohogar, Baños y Cocina, Construcción, Herramien-

tas, Automotor, Muebles, Pinturas, Flooring, Electricidad, Jardín y Mascotas, Puertas y Ventanas, Maderas, Gasfitería, Organización, Iluminación, y Ampolletas.



## NUESTROS SERVICIOS

Nuestro foco principal es la satisfacción del cliente. Sabemos que nuestra relación con él es de largo plazo y por eso hemos diseñado una paleta integral de servicios que le ofrecen las mejores soluciones para construir, remodelar o equipar su hogar: Armado de muebles, Preparación de pinturas,

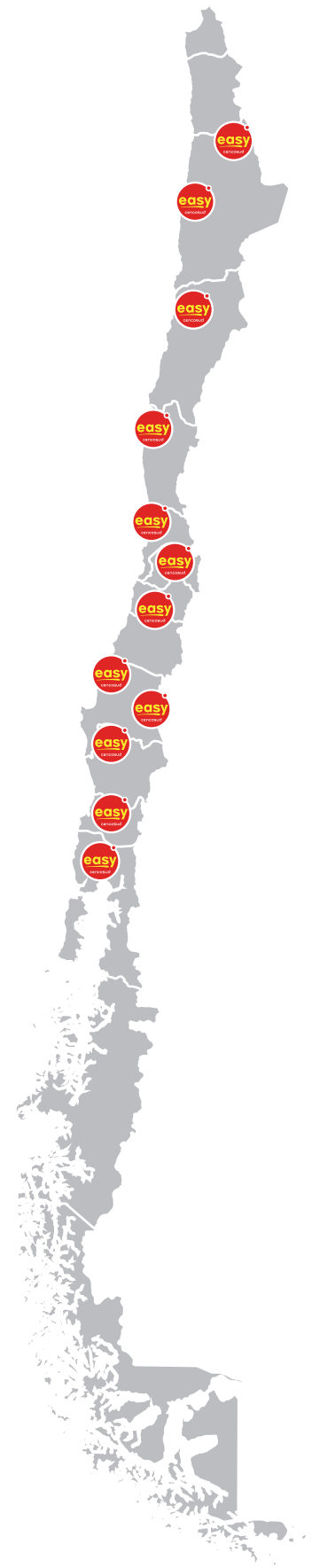
Cortes de tableros, Dimensionado de perfiles, Ventas a pedido, Trasplante de plantas, Despacho a domicilio, Arriendo de Maquinarias y Herramientas profesionales, Servicio de instalaciones con personal calificado, Centro de diseño con cotizaciones y Asesoría de diseñadores profesionales.

## DISTRIBUCIÓN DE LOCALES EN REGIONES

LOCAL	DIRECCIÓN
Calama	Av. Chorrillos 1759, Calama
Antofagasta	Av. Angamos 745, Antofagasta
Copiapó	Av. Copayapu 2406, Copiapó
La Serena	Parcela 69 Ruta 5 Norte, Vegas Sur, La Serena
Valparaíso	Av. Argentina 51, Valparaíso
Viña del Mar	Av. 1 Norte 2901, Viña del Mar
El Belloto	Av. Baden Powell 150, Quilpué
Quillota	Av. Rafael Ariztía 530, Quillota
Los Andes	San Rafael 2151, Los Andes
Rancagua	Carretera El Cobre 750 Local 1100, Rancagua
Curicó	Av. O'Higgins 201, Curicó
Talca	El Arenal 0411, Talca
Linares	Januario Espinoza 1183, Linares
Chillán	Av. O'Higgins 0450, Chillán
Biobío	Av. Costanera, Ribera Norte 19781, Hualpén
Chiguayante	Manuel Rodríguez 1045, Chiguayante
Coronel	Manuel Montt 1600, Coronel
Los Ángeles	Av. Vicuña Mackenna 780, Los Ángeles
Temuco	Av. Caupolicán 0650, Temuco
Osorno	César Ercilla 1075, Osorno
Puerto Montt	Av. Ejército 470, Puerto Montt

## DISTRIBUCIÓN DE LOCALES EN REGIÓN METROPOLITANA

LOCAL	DIRECCIÓN
Ochagavía	Av. José Joaquín Prieto 5531, Pedro A. Cerda
Puente Alto	Av. Concha y Toro 3810, Puente Alto
Portal Maipú	Camino Melipilla 10939, Maipú
Maipú	Américo Vespucio 1011, Maipú
Quilín	Av. Quilín 5400, Peñalolén
Costanera Center	Av. Andrés Bello 2447 local 100, Providencia
Portal La Dehesa	Av. La Dehesa 1445, Lo Barnechea
San Bernardo	Av. Portales 3698, San Bernardo
El Llano	Llano Subercaseaux 3519 A, San Miguel
Quilicura	Lo Marcoleta 315, Quilicura
Alto Las Condes	Av. Kennedy 9001 loc. 1132, Las Condes
La Florida	Av. Vicuña Mackenna 6100, La Florida
Portal La Reina	Av. Fco. Bilbao 8750, Las Condes
Chicureo	Camino Chicureo N° 230, Colina
Cto. de Distribución	Camino La Farfana 400, Pudahuel
Adm. Central	Av. Presidente Kennedy 9001, Las Condes
Venta Mayorista	Av. Vicuña Mackenna 6100, La Florida







*Vivamos mejor*





A close-up photograph of two men in a workshop. The man in the foreground, with dark curly hair, is wearing a red and blue plaid shirt and safety glasses. He is holding a long, thin metal rod vertically. The man in the background, with grey hair, is also wearing safety glasses and is adjusting the strap of the first man's safety glasses. The background is a blurred workshop environment.

# 3 Hitos 2015

*En Easy trabajamos permanentemente para adaptarnos a los cambios del mercado y a las necesidades de nuestros clientes, sin importar el tamaño de sus proyectos. Queremos agregar valor a nuestro negocio en el corto y mediano plazo e inspirar a clientes, colaboradores y a la comunidad a que disfruten de su hogar y puedan vivir mejor.*





## 3.1 INICIO DE UNA NUEVA ETAPA

### ENFOQUE DE GESTION

#### TEMA MATERIAL: TRANSFORMACIONES HACIA EL FUTURO

##### ¿POR QUÉ ES MATERIAL?

A mediados del 2015 ya habíamos iniciado un proceso relevante de transformación, conscientes de la magnitud de los desafíos que implica ser una compañía rentable y sostenible. Lo anterior, fue seguido

de una metodología de Planificación Estratégica que, a su vez, nos llevó a definir objetivos y prioridades de corto, mediano y largo plazo, con implicancias para toda nuestra compañía.

##### ¿CÓMO SE GESTIONA?

A partir de la metodología mencionada comenzamos un proceso profundo que incluso nos ha llevado a definiciones de alto impacto, como por ejemplo,

actualizar Propuesta de Valor. Es así como cada iniciativa estratégica, de cada área, tiene una gerencia responsable de sus avances.

##### ¿CÓMO SE MIDE?

Finalmente cada iniciativa estratégica es monitoreada permanentemente en su grado de avance, de ma-

nera de asegurar el cumplimiento de tiempos, compromisos y resultados.





Conscientes que satisfacer a nuestros clientes, e interactuar responsablemente con nuestros grupos de interés, es nuestra esencia es que hemos avanzado en este proceso de planificación de manera profunda y desafiante del status quo.

Lo anterior, es un proceso consistente con miras al 2018 que establece objetivos, metas y priorización de recursos. Así nos comprometemos día a día a acompañar a nuestros clientes en el sueño de vivir mejor cada día, lo que nos acercará a nuestra misión de ser el retail de mejoramiento del hogar más querido y rentable de la región.

Específicamente, hemos definido que los focos de desarrollo hacia el futuro sean:

- Clientes
- Eficiencia Operacional
- Omnicanalidad
- Cultura y Personas
- Marca y Sostenibilidad

### NUESTRA REORGANIZACIÓN EN 2015

Iniciando el proceso de transformación, en marzo nuestro Gerente General, Antonio Ureta, asumió la Gerencia Divisional de Mejoramiento del Hogar Cencosud, pasando a formar parte del equipo corporativo del holding. De esta manera imprimiría su visión y liderazgo a toda la región, la que tiene 8.500 colaboradores sólo en esta Unidad de Negocios.



LOCAL EASY MAIPÚ

Por otra parte, la Gerencia General de Easy Chile fue asumida por Diego Hammerer, licenciado en administración de empresas y con más de dos décadas trabajando en Easy Argentina. Asumió el liderazgo de nuestra compañía con la misión de conformar un sólido equipo de trabajo, que liderando junto a él, posicionen a Easy como una compañía y marca indispensable para nuestros clientes y sus hogares, gracias a una experiencia de compra memorable.



## ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL EASY 2015





## 3.2 VIVAMOS MEJOR

[G4-15]

[G4-16]

[G4-24]

[G4-25]

[G4-26]

[G4-27]

El agitado mundo en que vivimos hoy, las disímiles generaciones que conviven en los diversos ámbitos, las tendencias que dichas generaciones van generando de forma vertiginosa, por nombrar algunos factores, nos plantean grandes desafíos como negocio, marca y organización. Siendo el principal de ellos, el

ser una compañía sostenible en el largo plazo.

Es por ello que desde 2014, contamos con una Política de Sostenibilidad; la cual expresa lo que somos y lo que esperamos llegar a ser en el futuro, guiándonos en nuestro accionar de todos los días.

### POLÍTICA DE SOSTENIBILIDAD

#### 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.

Deseamos que todos se sientan acogidos en Easy. Por esta razón, nos enfocamos en que nuestros clientes puedan encontrar en nuestras tiendas, además del mejor surtido a precios convenientes, productos sostenibles en su elaboración y nuevas tecnologías que les permitan sumar comodidad, eficiencia y ahorro.

#### 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 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.

En Easy buscamos contar con un equipo de trabajo empático y comprometido con las comunidades cercanas, pues queremos ser un agente de colaboración en los lugares donde se instalan nuestras tiendas.



### 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.

Estamos enfocados en desarrollar un entorno laboral donde todos los easyleños se sientan cómodos, seguros e identificados con nuestra misión, entregándoles la posibilidad de que desde su trabajo puedan guiar a las personas en mejorar su hogar y aportar a las comunidades cercanas en momentos de dificultades.



### GESTIÓN AMBIENTAL EFICIENTE

Conscientes del impacto que generamos en los recursos naturales, 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.

Estamos comprometidos en mejorar la gestión ambiental de nuestra operación, reduciendo el consumo energético de nuestras tiendas y emisiones, además de una búsqueda permanente por productos provenientes de materiales renovables y que no sean abusivos con el medioambiente.











## VINCULACIÓN Y COLABORACIÓN CON EL ENTORNO

Adherimos al Pacto Global, iniciativa de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), 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 voluntaria y busca fomentar el crecimiento sostenible y la responsabilidad cívica de Easy como empresa.

Formamos parte de PROhumana RED, una iniciativa de Fundación PROhumana, que a partir de 2006 reúne y vincula a más de 50 empresas y organizaciones de distintos rubros que están comprometidos con el desarrollo empresarial sustentable. Nuestra participación tiene por objetivo establecer vínculos y generar aprendizajes para avanzar en la búsqueda de un futuro sustentable para las empresas.

Mantenemos una alianza con Desafío Levantemos Chile, fundación nacida en 2010 para ayudar a los afectados por el terremoto del 27-F, con el fin de implementar soluciones concretas en cinco áreas: Salud, Educación, Emprendimiento, Emergencia Solidaria, Cultura y Deporte, a través de la cual queremos ser un aporte para las comunidades que nos rodean.

En Easy formamos parte de la Cámara Chilena de la Construcción (CChC), donde participamos en algunos comités con el fin de mantenernos actualizados en nuevas tendencias de construcción, ahorro energético y temas de seguridad laboral. Si bien Easy se encuentra afiliado como empresa, algunas de nuestras tiendas se encuentran también asociadas en forma directa y particular: Puerto Montt, Viña del Mar, Temuco, La Serena, Chillán, Los Ángeles, Antofagasta, Osorno, Talca, Biobío y Copiapó.

Participamos de la European DIY Retail Association (EDRA/GHIN), organización que en 2015 contaba con 118 empresas en 99 países, dedicadas al mejoramiento del hogar de toda Europa y que busca ser una instancia de colaboración e intercambio de ideas entre diferentes compañías del rubro.



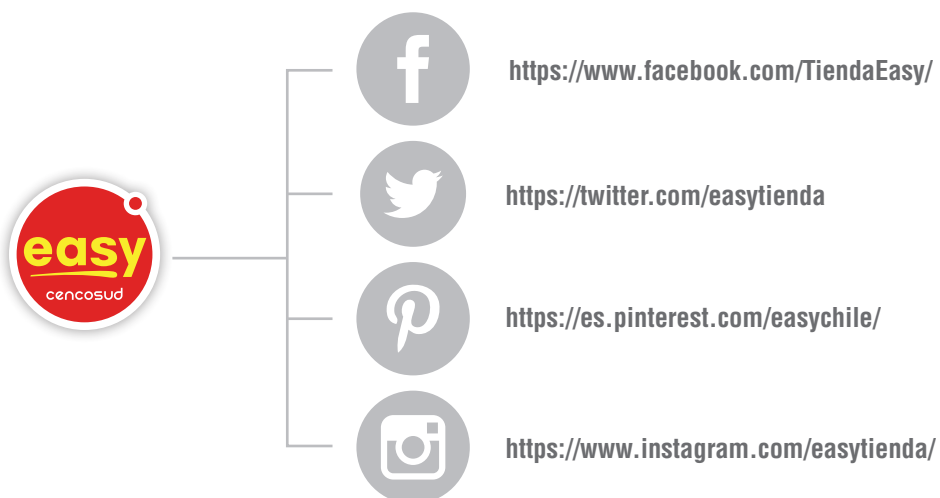


## RELACIÓN CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

Para nuestra empresa, la sostenibilidad es un trabajo que se desarrolla en conjunto, por lo que valoramos la participación en el negocio de todos los grupos de interés que se relacionan regularmente con Easy.

En este marco de acción, nuestra Política de Sostenibilidad identifica y prioriza como principales a cinco grupos en sintonía con lo planteado por el nivel corporativo (ver sección 1.4): clientes, colaboradores, proveedores, comunidades aledañas a nuestras tiendas y la sociedad en general. Recogimos sus impresiones e inquietudes acerca de nuestra operación, para así mejorar continuamente nuestros procesos. Sobre la base de sus inquietudes, elaboramos este segundo Reporte de Sostenibilidad. Para ello realizamos encuestas a clientes, trabajadores y proveedores en temas económicos, sociales, ambientales y de responsabilidad social empresarial.

Para conocer la opinión de quienes nos rodean, nuestros Gerentes de Tienda están siempre abiertos y disponibles a recibir ideas de nuestros clientes, organizaciones sociales cercanas, comunidades y colaboradores. Éstas se pueden manifestar a través de las encuestas de satisfacción de clientes o en nuestra página web, por medio de mensajes en nuestras redes sociales o en consultas directas en los establecimientos comerciales.









## 3.3 NUESTRO DESEMPEÑO ECONÓMICO

[G4-2]

[G4-9]

[G4-EC1]

Un elemento clave en una empresa sostenible es tener una correcta y eficiente gestión, que redunde en conseguir los resultados financieros comprometidos con nuestros accio-

nistas. En este sentido, 2015 fue un año especialmente desafiante para la industria del mejoramiento del hogar, producto de la baja en la inversión de las empresas y la disminución

### VALOR ECONÓMICO DIRECTO, DISTRIBUIDO Y RETENIDO

#### DIRECTO

**\$ 494.849.395.000**

En Ingresos para la empresa

#### DISTRIBUIDO

**\$ 478.450.235.314**

Distribuidos entre: gastos operativos, sueldos y prestaciones a colaboradores, y pagos a gobiernos

#### RETENIDO

**\$ 16.399.159.686**

Valor económico generado menos el valor económico distribuido



del consumo privado. No obstante, obtuvimos auspiciosos logros económicos, que nos permiten avanzar positivamente con miras a los próximos años.

## CONTEXTO DEL MERCADO

En Easy trabajamos para ser una empresa sostenible en el tiempo. Bajo esta premisa, estamos siempre atentos al contexto social y económico en el cual nos desenvolvemos. En este ámbito, el año 2015 fue un período complejo para la empresa, debido a que estuvo marcado por la desaceleración en la demanda de los clientes y la devaluación de las monedas latinoamericanas, aspectos a los que se sumaron el fin de ciclo de alta inversión en minería y la caída en el precio del cobre. En consecuencia, el crecimiento económico de nuestro país llegó a 2,1% y las proyecciones del PIB para 2016 señalan que éste difícilmente superará el 2%.

Junto con lo anterior, compañías de diferentes rubros fueron denunciadas por colusión, cohecho y otras prácticas de corrupción que, si bien no han afectado a Easy, sí han generado un panorama de incredulidad y desconfianza por las operaciones de las grandes empresas en la opinión pública.

Nuestro modelo de negocios depende en gran medida del consumo privado y de la inversión empresarial. Por lo mismo y teniendo en cuenta el actual contexto económico, nuestro panorama comercial demanda todo el apoyo y profesionalismo de parte de nuestros colaboradores y ejecutivos, para hacer nuestros procesos más eficientes, mejorar las experiencias de compra y acercarnos a las comunidades vecinas que más nos necesiten.

Estos desafíos son oportunidades para mejorar nuestros procedimientos y consolidar nuestra Política de Sostenibilidad con miras al largo plazo, con el objetivo de ser el retail omnicanal más rentable y querido de Latinoamérica.





*Vivamos mejor*





# 4 Oferta de Productos Sostenibles

*Nos enfocamos en entregar a nuestros clientes la mejor experiencia de compra a través de todas nuestras plataformas. Por ello, les ofrecemos una amplia variedad de productos de buena calidad y a precios convenientes, implementamos las mejores tecnologías y estamos atentos a sus opiniones.*





*Vivamos mejor*



## 4.1 LA MEJOR EXPERIENCIA DE COMPRA



[G4-PR3]

[G4-PR5]

[EASY7]

[DSCC18]

[DSCC20]

Para Easy, el hogar es un espacio donde se concentra nuestra vida familiar, compartimos con nuestros amigos y planificamos nuestros proyectos, es una extensión de nuestras personalidades. Por ello, ofrecemos una variedad de productos y servicios

a precios convenientes para cada uno de nuestros clientes, en función de sus preferencias. Estamos conscientes de que las necesidades y preferencias de nuestros clientes son dinámicas y por eso, trabajamos para adaptarnos a sus requerimientos.

### ENFOQUE DE GESTION

TEMA MATERIAL: EL CLIENTE AL CENTRO



### ¿POR QUÉ ES MATERIAL?

Los clientes están al centro de nuestra gestión y nos movilizan día a día. Por esta razón, en 2015 seguimos trabajando en optimizar el surtido, la calidad y la disponibilidad de nuestros productos. Adicional-

mente, estamos trabajando en mejorar los procesos internos, para así ofrecer una mejor experiencia de compra a través de todas nuestras plataformas de venta: tiendas, vía telefónica y página web.

### ¿CÓMO SE GESTIONA?

Para cumplir con los estándares que requieren nuestros clientes, hemos mejorado nuestros procesos, incorporando nuevas metodologías de categorización de productos y de medición de la satisfacción

de los clientes. Asimismo, nos hacemos cargo de las inquietudes y reclamos de nuestros usuarios y monitoreamos sus respuestas, apuntando siempre a la entrega de soluciones efectivas.

### ¿CÓMO SE MIDE?

Contamos con encuestas de satisfacción para las compras hechas en tiendas y a través del portal

web, además de otras plataformas de participación en nuestras redes sociales.



Trabajamos permanentemente por y para nuestros clientes. Por este motivo, monitoreamos sus niveles de satisfacción, lo que nos permite saber cómo somos percibidos y de qué forma evalúan nuestros servicios de venta, despacho y postventa. De esta manera, podemos adecuar nuestra oferta en función de sus necesidades.

Nuestros clientes perciben positivamente los cambios que hemos llevado a cabo en este último tiempo en nuestras tiendas. La encuesta de satisfacción muestra un incremento de 49% respecto al mismo periodo de 2014.

Junto con ello, en nuestra página web logramos un alza de 18% en comparación con 2014.

Estos incrementos se deben en gran parte, a nuestros esfuerzos por medir la experiencia de compra lo más cerca posible al momento de la transacción. Dicho sistema aumenta la fiabilidad de los datos, al estar más recientes en la memoria del cliente, la

disponibilidad de productos y la forma de atención, entre otras variables.

En 2015 también comenzamos a medir el porcentaje de personas que utilizó nuestra página web Easy.cl para observar los productos, antes de ir a comprar físicamente a una de nuestras 35 tiendas. Esta metodología, actualmente en aplicación, nos ayudará a mejorar nuestro sitio web, complementando la información sobre los productos con aquello que nuestros clientes quieren realmente saber, además de optimizar la logística de las tiendas, para ofrecer una mejor experiencia de compra y despacho.

### ESTAMOS ATENTOS A LAS INQUIETUDES

En Easy nos hemos comprometido a responder las inquietudes de nuestros clientes. Por esta razón, nos ocupamos de recoger, medir y gestionar sus comentarios, para luego implementar mejoras en nuestros productos y servicios, como también en los procesos de compra y postventa. En

este contexto y gracias a la buena gestión realizada en años anteriores, en 2015 los casos de reclamos de clientes ante el Servicio Nacional del Consumidor disminuyeron un 45% con respecto a 2014.

En 2015 trabajamos para clasificar y gestionar todos los reclamos e inquietudes recibidos, que tuvieran relación con la compras en nuestros locales.

En otro ámbito, durante la elaboración del nuevo portal Easy.cl, el cual se lanzó en el mes de mayo de 2016, consideramos todos los comentarios y reclamos realizados por nuestros usuarios acerca de la antigua página web, para así incorporar los cambios que nos permitieron desarrollar una mejor plataforma.

En lo que respecta a inquietudes de post venta que llegaron a través de nuestro portal web Easy.cl, la mayoría de los casos refirieron a notas de crédito y atrasos en el despacho de productos, mientras que los más bajos porcentajes estuvieron relacionados con cambios de productos.











### POTENCIAMOS PRODUCTOS RESPONSABLES

En Easy cumplimos las normas de información y etiquetado de productos, por lo que la totalidad de aquellos que implican algún riesgo, son comercializados con los sellos e instrucciones exigidos por la ley chilena.

Transparentar los impactos sociales y ambientales de los productos fomenta el consumo responsable. En consecuencia y en forma adicional, en 2015 incorporamos en nuestros catálogos y publicaciones impresas, una identificación y cuadros destacados para los artículos señalados como “ECO-Amigables” y que forman parte de la oferta “ECO Easy”. A través de este rotulado, queremos fomentar el consumo de productos que son energéticamente eficientes, provienen de materiales reciclables o de un origen certificado, o bien generan ahorros en el consumo de agua, entre otras características.

Creemos que además de los beneficios que genera el consumo de un producto, su proceso de descarte o reutilización es de vital importancia. Por lo tanto, les exigimos a nuestros proveedores incluir instrucciones sobre el uso posterior o desecho responsable de los artículos que comercializamos. No obstante, aún tenemos el desafío de incorporar estos lineamientos en todas nuestras categorías, lo que trabajaremos durante 2016.





Junto con ello, en octubre desarrollamos la iniciativa “Recambia”, con la que recopilamos productos en desuso, para así fomentar el reciclaje y el desecho responsable de materiales críticos. En esta primera instancia, invitamos a todos nuestros clientes a que trajeran sus herramientas eléctricas antiguas o en mal estado, a cambio de un descuento en la adquisición de nuevas herramientas Bosch.

La buena acogida que tuvo la iniciativa entre nuestros clientes es una muestra de la generación de valor compartido, pues recopilamos casi 12 toneladas de material a reciclar

(11.760 kilos). De lo contrario, éstos habrían ido a parar a vertederos, sin aprovechar la segunda vida útil que tienen el plástico, acero y otros metales, fuertemente presentes en la elaboración de las herramientas. Estos materiales fueron recopilados en nuestras tiendas y retirados por una empresa externa.

Como parte de nuestro compromiso con el ciclo de vida de los productos, en 2016 realizaremos nuevos “Recambia”, enfocándonos en otros tipos de artículos. En mayo se tratará de baterías de automóviles, a través de una alianza con uno de nuestros proveedores, además de pilas.

#### FLUJOGRAMA DE LAS HERRAMIENTAS PARA SER RECICLADAS







## 4.2 OMNISCANALIDAD

La estrategia de omnicanalidad que desarrollamos en Easy en 2015, nos ayuda a ofrecer mejores experiencias de compra en cada una de las plataformas de venta (web, telefónica y tiendas) para nuestros tres principales grupos de clientes: Hogar Easy,

Construcción Easy y Venta a Empresas. En este proceso, nuestros colaboradores tienen la responsabilidad de que la compra en tienda implique una experiencia diferenciadora, ventajosa y complementaria en relación al uso de los formatos de venta online.

### ENFOQUE DE GESTION

#### TEMA MATERIAL: OMNISCANALIDAD

##### ¿POR QUÉ ES MATERIAL?

*En Easy queremos que la experiencia de compra sea memorable, única y consistente, sin importar el punto de contacto. Por esta razón, hemos abocado nuestros esfuerzos en construir múltiples canales de compra a través de plataformas que entreguen a*

*nuestros clientes la misma calidad y atención. Nuestro enfoque apunta a potenciar el comercio electrónico, y así diversificar el público que tiene acceso a nuestros productos.*

##### ¿CÓMO SE GESTIONA?

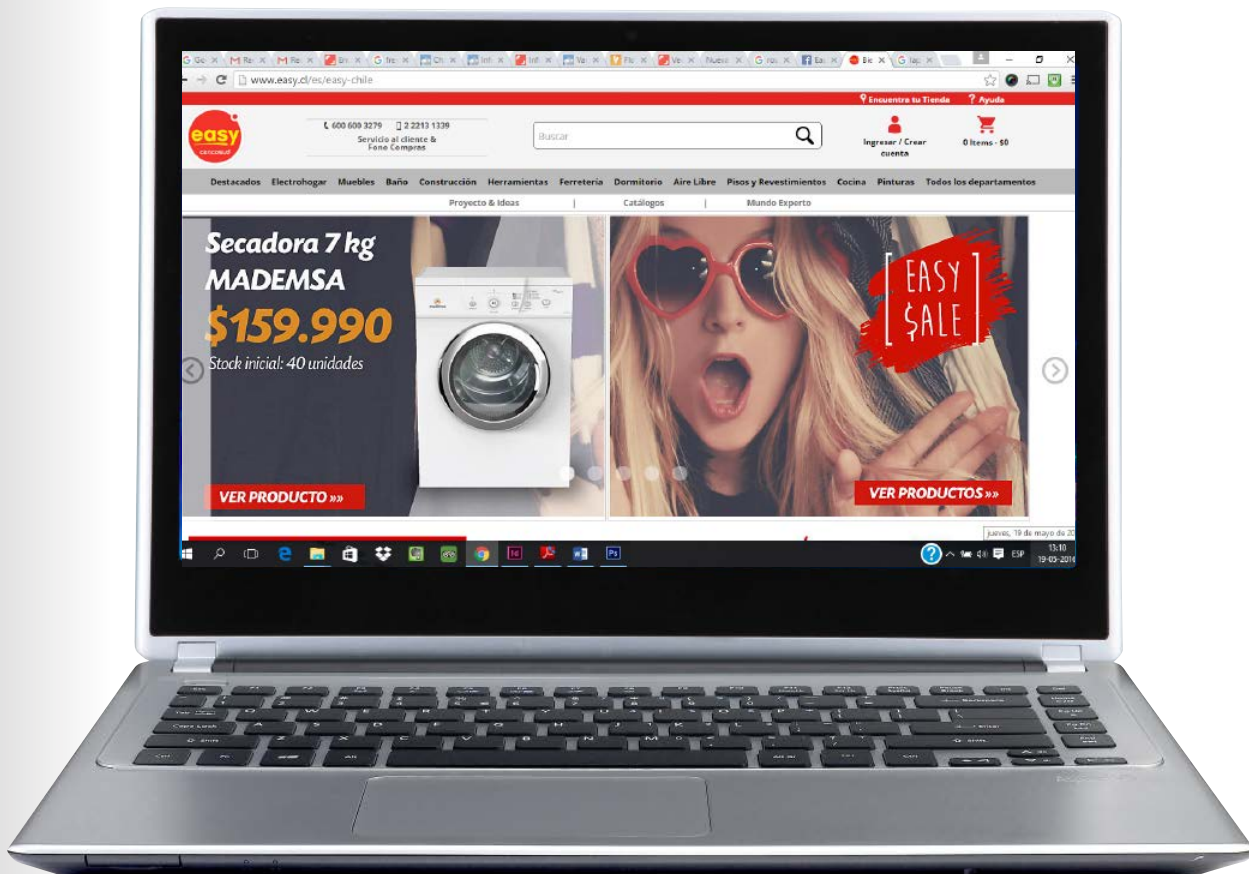
*Durante 2015 iniciamos un proyecto que incorporar la visión omnicanal de forma transversal en nuestro negocio. Para ello, desarrollamos distintos procesos internos, como la renovación de nuestra página web,*

*que implicó una mejora significativa para así ofrecer una mejor experiencia a nuestros clientes, independiente del canal que usen para llegar a nosotros.*

##### ¿CÓMO SE MIDE?

*La incidencia de nuestros servicios en internet en el proceso de venta general, se mide y monitorea a través del conteo de las visitas anuales a nuestro sitio*

*web, las compras online y el uso de otras tecnologías digitales.*



## CAMBIAMOS LA CARA DE EASY.CL

En 2015 trabajamos en modernizar nuestra página web, constituyéndose como la más amplia y masiva vitrina de productos con la que contamos. Este hecho es el primero de todo un proceso de automatización que se continuará ejecutando en los próximos años, y que tiene por finalidad aumentar la eficiencia de nuestros procedimientos y la logística.

El nuevo sitio web está funcionando desde mayo de 2016. Proporciona una mejor experiencia de cotización y compra electrónica a nuestros clientes, permitiendo buscar artículos, ampliar fotografías, comparar precios y comprar productos, contando tanto con servicio de despacho a domicilio como de retiro en tienda.

Nuestra página web está diseñada no sólo para ofrecer comercio electrónico, sino también para ser una vitrina que nos permita entregar la mejor experiencia de compra multiplatafor-

ma a diferentes tipos de clientes y en todo el país, superando así las barreras geográficas y temporales. En 2015 tuvimos más de 25 millones de visitas anuales. De ellas, un 35% de nuestros clientes acude a la página de Easy.cl para cotizar productos, antes de dirigirse a la tienda a comprar de manera presencial.

## NUEVAS OPORTUNIDADES PARA NUESTROS CLIENTES

El uso de plataformas digitales nos permite abrir nuevos espacios para relacionarnos con la comunidad. Un ejemplo de ello es el blog Easyjardin.cl, donde ofrecemos ideas, tutoriales y consejos para que nuestros clientes cuenten con un espacio de interacción y aprendizaje en esta temática que les apasiona. Igualmente, es posible inscribirse en el Club Jardín, ideado para personas interesadas en acceder a beneficios y descuentos especiales en decoraciones, semillas, plaguicidas y herramientas para sus jardines.



[WWW.EASYJARDIN.CL](http://WWW.EASYJARDIN.CL)





## 4.3 NUESTRA CADENA DE COLABORACIÓN

[G4-12]

[G4-EC9]

[G4-LA14]

[G4-HR10]

[G4-EN32]

### ENFOQUE DE GESTION

#### TEMA MATERIAL: GESTIÓN DE LA CADENA DE ABASTECIMIENTO

##### ¿POR QUÉ ES MATERIAL?

La cadena de abastecimiento es el engranaje central para el accionar de la empresa y, por este motivo, impacta a todos los grupos de interés de Easy. Para alcanzar nuestra misión de ofrecer los productos

más destacados tanto nuestros proveedores como el Centro de Distribución, cumplen un rol fundamental en el despacho de productos hacia y desde las 35 tiendas de Easy a lo largo del país.

##### ¿CÓMO SE GESTIONA?

A partir de 2015 contamos con un enfoque de gestión integrado desde la compra hasta la disponibilidad al cliente. De esta manera, la empresa se alinea

con el proyecto regional que se implementa también en Argentina y Colombia.

##### ¿CÓMO SE MIDE?

A través de la disponibilidad de productos, los costos logísticos, eficiencia de m<sup>2</sup> arrendados y la cantidad de proveedores que evaluamos bajo criterios

sociales, ambientales y económicos en sintonía con lo que exige la normativa legal del país.

## CADENA DE ABASTECIMIENTO



La cadena de abastecimiento tiene por objetivo satisfacer las necesidades de nuestros clientes y ofrecer calidad, disponibilidad y surtido de productos a precios convenientes, acorde a los gustos, necesidades y expectativas del consumidor.

Para lograrlo, el proceso se extiende desde la selección de un producto y comprende diversas etapas, conversaciones, transportes y la participación de un amplio número de personas. Un resumen de las etapas más

claves lo revisamos en la siguiente página. La cadena de abastecimiento comienza en nuestras oficinas de **Administración Central**, donde evaluamos y seleccionamos **proveedores** nacionales e internacionales, elegimos un surtido de productos que cumplan con las expectativas y necesidades de todos nuestros grupos de clientes.

La siguiente etapa consiste en la **compra** de los artículos que ofrecemos en nuestras 35 tiendas Easy y si-

tio web. En este punto analizamos su demanda y plazos de entrega, con el objetivo de asegurar siempre la mejor disponibilidad y surtido.

En 2015 creamos la Subgerencia de *Category Management*, la cual pasó a depender directamente de nuestra Gerencia General, con el objetivo de mejorar los procesos de administración del surtido y precios de los productos que vendemos.

Esta nueva área implementó en 2015 un proyecto que implicó analizar la oferta comercial con la que contamos y adaptarla a los requerimientos de los clientes de cada local. Hasta el momento hemos intervenido más de 15 categorías de productos y estaremos trabajando en una cantidad similar durante 2016.

Luego se realiza la **distribución** a los locales, ya sea a través de nuestro Centro de Distribución o en forma directa.

Una vez dispuesta la mercadería en nuestras tiendas, desarrollamos el proceso de comercialización, que se lleva a cabo a través de diferentes canales: **venta** directa en nuestros locales, venta telefónica y venta empresas.

Finalmente, el ciclo se cierra con nuestra **postventa**, que contempla servicio técnico ante inquietudes o reclamos por clientes insatisfechos con su compra.











## MEJORAMOS PARA SER MÁS EFICIENTES

En 2015 implementamos uno de los cambios más importantes en términos de la gestión logística, al reestructurar las áreas que trabajaban en gestión de abastecimiento y fundar la nueva Gerencia de *Supply Chain*. Como resultado, hemos progresado en nuestra gestión de la cadena de suministros, promoviendo un uso más eficiente y sostenible de los recursos, y logrando una mayor calidad de servicio para los clientes.

Durante 2015 mejoramos nuestra disponibilidad de productos desde el 88% al 94%. Además, avanzamos en la eficiencia de nuestros procesos, disminuyendo en un 9% los costos logísticos de distribución y operación.

## MÁS QUE PROVEEDORES, NUESTROS SOCIOS ESTRATÉGICOS

Los proveedores son esenciales para el desarrollo de nuestro negocio. La relación con ellos se enmarca en una Política de Proveedores, documento corporativo donde se plasman la confianza, transparencia y colabora-

En Easy Chile, trabajamos con un 65,6% de proveedores nacionales y con un 34,4% de proveedores internacionales

ción que proponemos como valores para funcionar. En términos operativos, nuestro vínculo se consolida a través de un Acuerdo Comercial, que regula las condiciones, metas y expectativas de ambas partes con respecto a las transacciones a realizar.

Contamos con iniciativas que privilegian la contratación de proveedores nacionales. En 2015 trabajamos con un total de 1.129 abastecedores, de los cuales 741 fueron nacionales y los 388 restantes, extranjeros, concentrando el 66% de nuestro gasto en proveedores locales y el 34% restante, para empresas fuera del país.

Cabe destacar que en Easy no contamos con plazos de pago predefinidos según la categoría del proveedor, pues acordamos tiempos con cada uno de manera particular cuando se establece el acuerdo comercial.

## HACIA UNA SELECCIÓN RESPONSABLE DE PROVEEDORES

Para cumplir con nuestro objetivo de ofrecer los productos más innovadores y convenientes para el mejoramiento del hogar, realizamos procesos acuciosos de selección de proveedores. Nuestra área de *Compliance* evalúa a las empresas desde el punto de vista de la relación que ellos puedan tener con delitos de cohecho, lavado de activos y financiamiento del terrorismo.

Sin embargo, tenemos el desafío de incorporar criterios de evaluación en aspectos laborales y de derechos humanos que vayan más allá de la ley, para así asegurar a nuestros clientes la procedencia responsable de todos los productos que están en nuestras tiendas.





*Vivamos mejor*







# 5 Un equipo seguro, feliz y Comprometido

*Somos casi seis mil colaboradores que trabajamos en nuestras tiendas a lo largo del país, Centro de Distribución y en las oficinas de Administración Central para entregar el mejor servicio a nuestros clientes. Para eso trabajamos en mejorar nuestro clima laboral y en contar con espacios que fomenten el desarrollo personal y profesional de nuestro equipo de easyleños.*





VENDEDORES REPONEDORES



CAJERAS



CAJERAS Y SUBADMINISTRADOR



VENDEDOR REPONEDOR - OPERADOR DE GRÚA





## 5.1 PERFIL DE NUESTROS TRABAJADORES

[G4-10] [G4-LA1] [G4-11]

En Easy somos 5.993 colaboradores, quienes a lo largo de 35 tiendas distribuidas desde Calama a Puerto Montt, trabajamos para brindarles productos y servicios a nuestros clientes. Del total, 5.361 nos desempeñamos en tiendas Easy, 416 en Administración Central y 216 en el Centro de Distribución.

Del total de colaboradores, 5.078 trabajan en jornada completa y 915 en jornada parcial. De ellos, 92% y 80% tiene contrato indefinido, respectivamente.

### TOTAL DE TRABAJADORES SEGÚN TIPO DE CONTRATO DESGLOSADOS POR SEXO Y DIVISIÓN

	CONTRATO INDEFINIDO			CONTRATO A PLAZO FIJO		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
Tiendas	2.141	2.774	4.915	189	257	446
Centro de distribución	113	284	397	1	18	19
Administración Central	102	111	213	1	2	3
Subtotales por género	2.356	3.169	5.525	191	227	468
Totales	2.356	3.169	5.525	191	227	468

**5.993**

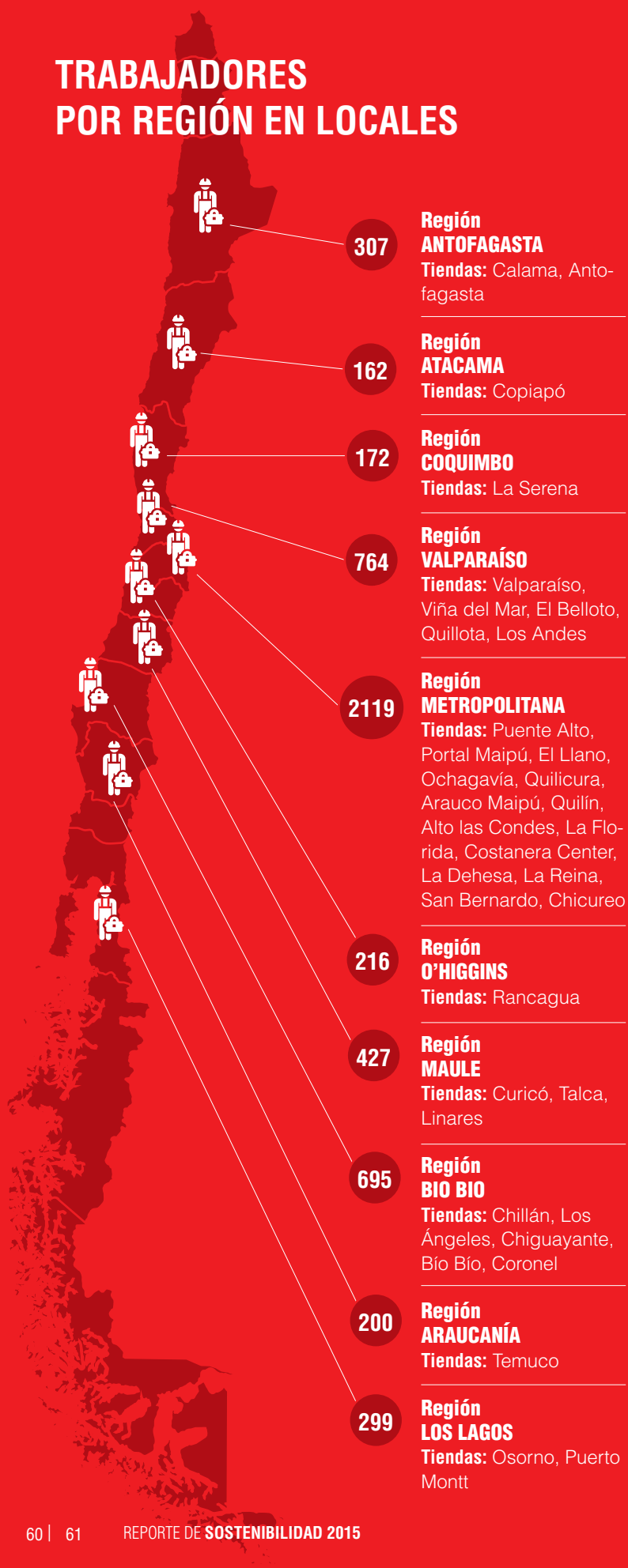
Trabajadores de **Easy Chile**

**42%**  
Mujeres

**58%**  
Hombres



## TRABAJADORES POR REGIÓN EN LOCALES



## ESTAMOS A LO LARGO DE CHILE

Estamos presentes en gran parte del territorio nacional, desde la Región de Antofagasta hasta la Región de Los Lagos. Del total de nuestra dotación, 2.751 colaboradores trabajan en alguna de las 14 tiendas Easy de la Región Metropolitana, en su Centro de Distribución o en las oficinas de Administración Central. A su vez, 3.242 personas colaboran en las 21 tiendas presentes en otras nueve regiones del país.

## ROTACIÓN LABORAL Y NUEVAS CONTRATACIONES

En 2015 la contratación de personal alcanzó a 2.505 nuevos colaboradores. Las tiendas de la Región Metropolitana realizaron la mayor cantidad de incorporaciones, al suscribir 1.205 trabajadores. En tanto, los establecimientos ubicados en las regiones de El Maule y Valparaíso fueron las de menor cantidad de adhesiones, al recibir a 217 colaboradores. Del total de la nueva dotación que se incorporó en 2015, el mayor porcentaje correspondió a personas menores de 30 años.

En gran parte de las tiendas del país, se produjo una alta renovación del personal con menos de 30 años. Sin embargo, esta tendencia fue menor en los establecimientos comerciales de las Zonas Centro y Sur y en la Administración Central. Por el contrario, la Zona Norte presentó un 100% de rotación de los vendedores hombres.

La rotación laboral fue calculada en función del total de bajas laborales durante 2015, de acuerdo a los grupos señalados (sexo, local y rango etario), dividido por la dotación total de trabajadores al último día del mes de diciembre del mismo año, en función de los mismos grupos.

Es fundamental en nuestro negocio contar con colaboradores comprometidos y que exhiban las competencias requeridas para servir a nuestros clientes y ser activos gestores del conocimiento relativo a nuestros procesos clave.

A su vez, las personas que permanecen en la compañía tienden a presentar menor ausentismo.

En este aspecto se han implementado, entre otras, diversas iniciativas para disminuir la rotación:

- Reconocerla como prioritaria en la estrategia de RR.HH.
- Robustecer la Escuela de Inducción y otras actividades de capacitación focalizadas.
- Generar políticas de compensación e incentivos ad-hoc.



A partir del 2013 la **tasa de rotación** muestra una tendencia a la baja desde un 63,7%, a un 59,2% en 2014 y cerrando el **2015 con un 44,3%**.

### NUEVAS CONTRATACIONES SEGÚN EDAD

Tiendas	Sexo	Menor a 30 años	Entre 30 y 50 años	Mayor a 50 años	Total
Tiendas Zona Norte	Mujeres	106	36	12	154
	Hombres	224	39	9	272
Tiendas Zona Central	Mujeres	52	21	2	75
	Hombres	115	23	4	142
Tiendas Zona Sur	Mujeres	100	56	4	160
	Hombres	170	74	14	258
Tiendas Zona RM	Mujeres	328	140	49	517
	Hombres	473	151	64	688
Centro de Distribución		127	64	18	209
Administración Central		12	18	-	30
<b>Total</b>		<b>1.707</b>	<b>622</b>	<b>176</b>	<b>2.505</b>

### ROTACIÓN LABORAL (%) SEGÚN EDAD

Tiendas	Sexo	Menor a 30 años	Entre 30 y 50 años	Mayor a 50 años	Total
Tiendas Zona Norte	Mujeres	90%	30%	26%	53%
	Hombres	136%	71%	13%	100%
Tiendas Zona Central	Mujeres	48%	16%	5%	25%
	Hombres	40%	16%	7%	24%
Tiendas Zona Sur	Mujeres	37%	21%	8%	25%
	Hombres	40%	15%	6%	23%
Tiendas Zona RM	Mujeres	97%	34%	24%	56%
	Hombres	102%	42%	23%	62%
Centro de Distribución	Mujeres	78%	48%	43%	62%
Administración Central	Hombres	20%	15%	64%	19%



## NUESTRAS COMUNICACIONES INTERNAS

En Easy queremos establecer relaciones internas sólidas, que nos permitan coordinar adecuadamente las operaciones y consolidar la identificación corporativa de quienes nos desempeñamos en la compañía.

En este contexto, comunicarnos con nuestros colaboradores es fundamental, por lo cual hemos establecido diferentes canales. A través de estos medios, esperamos lograr un intercambio efectivo, para informar de manera oportuna de novedades y cambios al interior de la compañía, como también para recibir sus consultas, sugerencias y opiniones.

La revista “Nuestro Mundo”, de edición trimestral, informa a todos los miembros de la empresa acerca de beneficios, noticias, eventos y otros datos que les ayudan a conocer mejor los programas y objetivos de Easy, para que puedan colaborar en alcanzarlos.

Asimismo, difundimos un programa de radio al inicio de cada jornada laboral, antes de la apertura de puertas,

para saludar y dar la bienvenida a todos los colaboradores con música, mensajes y noticias especialmente elaborados para ellos.

En tercer lugar, en Easy hemos dispuesto boletines mensuales que informan a las diversas tiendas, a la Administración Central y al Centro de Distribución acerca de los procesos de evaluación, premios y reconocimientos, campeonatos deportivos, beneficios y oportunidades de movilidad laboral interna para nuestros colaboradores.

Por otra parte, estamos siempre atentos a recibir las inquietudes, reclamos, dudas y sugerencias de nuestros trabajadores. Para ello contamos con correos electrónicos debidamente habilitados y ejecutivos dispuestos a escuchar y recibir sus propuestas. Además, tenemos un canal para consultas y denuncias a partir del Código de Ética, instancia que permite consultar y denunciar de manera anónima situaciones que afecten a nuestros colaboradores, con el fin de que sean investigadas posteriormente. Más detalles sobre este mecanismo de gestión ética en la sección 2.2 de este reporte.



VENEDORES REPONEDORES BAÑO Y COCINA / PISO Y CERÁMICA





## SINDICATOS

En Easy contamos con una sindicalización superior al promedio de los países afiliados a la OCDE (17% en 2013) y a la tasa referida a Chile (6,4% en 2013).

Existen 15 sindicatos activos, a los cuales se han adherido 4.058 trabajadores, quienes representan el 68% de la dotación total. El 73% de los colaboradores con contrato indefinido se encuentra afiliado, cifra que se reduce al 6% en el caso de aquellos trabajadores cuyo vínculo es a plazo fijo.

## SINDICALIZACIÓN SEGÚN TIPO DE CONTRATO







## 5.2 CULTURA ORGANIZACIONAL

[G4S01]

[DSCL14]

[DSCL15]

### ENFOQUE DE GESTION

TEMA MATERIAL: CULTURA ORGANIZACIONAL



#### ¿POR QUÉ ES MATERIAL?

Contar con una identidad que nos permita reconocernos como una empresa jovial, cercana y orientada al servicio, nos permite contagiar positivamente

a todos quienes nos desempeñamos en Easy, como embajadores de los valores de una empresa que tiene al cliente en el centro de su gestión.

#### ¿CÓMO SE GESTIONA?

Durante el año 2015 incluimos los valores de nuestra empresa en todos los procesos de inducción y capacitación a nuevos trabajadores. Junto con ello,

cimentamos las bases para crear un nuevo mapa de cultura, actualizado a la realidad de una industria dinámica.

#### ¿CÓMO SE MIDE?

Hasta el momento monitoreamos nuestra cultura interna a través de la satisfacción laboral, clima labo-

ral, rotación y retroalimentación con respecto a los beneficios.



**GREAT  
PLACE  
TO  
WORK®****62 Puntos** en  
Great Place to  
Work 2015.**MEJORANDO NUESTRO CLIMA  
LABORAL**

Desde 2012 hemos avanzado en forma permanente para mejorar nuestro clima laboral. Ese año comenzamos a medir nuestros resultados, a través de la metodología internacional Great Place to Work (GPTW). De los 54 puntos obtenidos en aquella oportunidad, pasamos a lograr 62 en 2015. De ese resultado general, las dimensiones con mejor calificación fueron: “camaradería”, con 72 puntos; “orgullo”, con 70 unidades; y “credibilidad”, con 68. La dimensión con menor puntaje fue “imparcialidad”, con 63.

Estamos orgullosos de los resultados obtenidos en 2015, que van consolidando los esfuerzos realizados. Este trabajo nos alienta a seguir trabajando para formar equipos seguros, felices y comprometidos.

En la empresa hemos dispuesto Comités de Clima Laboral en las 35 tiendas a lo largo del país, para abordar de manera eficiente las situaciones relativas al ambiente de trabajo. De esta forma, centramos nuestros esfuerzos en aquellas áreas con mayores posibilidades de implementar mejoras, según el contexto de cada lugar. Éstas son una instancia de conversación y propuesta de ideas, y están integradas por vendedores y gerentes de tienda.



EN LA NOCHE DIGNA PARTICIPARON COLABORADORES DE DISTINTAS ÁREAS DE ADMINISTRACIÓN CENTRAL: COMERCIAL, REMODELACIONES, SUPPLY CHAIN, RECURSOS HUMANOS, MARKETING, ENTRE OTRAS.

## VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Con el objetivo de ofrecer actividades extralaborales que fomenten la colaboración, el compromiso, el orgullo y la pertenencia de nuestros trabajadores, desde 2014 hemos realizado diversas actividades de voluntariado corporativo. Entre ellas están “Noche Digna”, “Navidad Diferente” y “Apoyo en Catástrofes”.

En Easy hemos incorporado actividades de voluntariado corporativo desde que iniciamos el camino en temas de sostenibilidad. Ello porque reconocemos que se trata de una instancia de trae beneficios, no solo para quienes reciben estas acciones, sino también para nuestros colaboradores. Las instancias de voluntariado en Easy nos acercan como equipo, nos comprometen más allá de nuestro trabajo diario y nos permiten crear una cultura con un sello propio.

A continuación detallamos las principales actividades de voluntariado que desarrollamos durante 2015.

### NOCHE DIGNA

La “Noche Digna” consiste en la realización de jornadas de voluntariado, organizadas en conjunto entre Easy y Fundación Desafío Levantemos Chile. A través de esta instancia, un grupo de nuestros colaboradores les entrega compañía, cariño y alimentos a personas en situación de calle.

La iniciativa se realizó por primera vez en octubre de 2014, con trabajadores de Administración Central y de la tienda Easy Viña del Mar. En 2015, se llevaron a cabo seis jornadas solidarias.





## UNA NAVIDAD DIFERENTE

Entre los días 14 y 22 de diciembre de 2015, en conjunto con Desafío Levantemos Chile, colaboradores de 11 de nuestras tiendas realizaron un voluntariado, con actividades recreativas y regalos, para entregarles una “Navidad Diferente” a los niños de diversos jardines infantiles, poblaciones y hospitales.



## VOLUNTARIADO

Tiendas	Institución Educacional	Fecha
<b>Linares</b>	Escuela especial Las Violetas	18 Dic.
<b>Puerto Montt</b>	Escuela Pablo Neruda	14 Dic.
<b>Copiapó</b>	Jardín Pueblito San Fernando	17 Dic.
<b>Valparaíso</b>	Jardín Guacolda	17 Dic.
<b>Viña del Mar</b>	Jardín Renacer (Vista Hermosa)	18 Dic.
<b>Los Ángeles</b>	Jardín Lliquén	18 Dic.
<b>Rancagua</b>	Casa Club Villa Los Parques	19 Dic.
<b>Curicó</b>	Colegio Maitén	22 Dic.
<b>El Llano</b>	Población Alberto Caro	19 Dic.
<b>Maipu</b>	Campamento Japón	20 Dic.
<b>Talca</b>	Ven y ayúdame Oncología	15 Dic





CHANARAL



## ANTE LA CATÁSTROFE SOMOS UN VECINO MÁS

La responsabilidad de entregar el mejor servicio se vive en el día a día de nuestros colaboradores, quienes no dudan en organizarse para ir en ayuda de las comunidades ante dificultades.

Las catástrofes naturales y desastres ambientales afectaron a diversas comunidades de nuestro país en 2015. En Easy estamos orgullosos de haber colaborado con los damnificados, por el temporal que azotó en marzo a la Región de Atacama y por el terremoto que afectó a Illapel en septiembre.

Nuestros colaboradores de las tiendas Easy La Serena y Copiapó mostraron capacidad de organización y solidaridad con sus vecinos para ir en su auxilio. En Atacama, los colaboradores de Easy La Serena llegaron con un camión cargado de ayuda a la comuna de Diego de Almagro sólo una semana después de los aluviones, y en septiembre accedieron a la localidad de "Caleta El Toro", para ayudar a los afectados por el fuerte sismo que removió a la Región de Coquimbo.

A su vez, en septiembre del 2015, por iniciativa de sus mismos trabajadores, se habilitó la tienda Easy La Serena como centro de acopio para los aportes que llegaban de la comunidad y colaboradores.



PAIPOTE: VOLUNTARIOS DE DESAFÍO CON LOS KIT DE EMERGENCIA PARA REMOVER EL BARRO



ENTREGA DE APORTE, RECOLECTADO POR EASY LA SERENA, EN DIEGO DE ALMAGRO





## 5.3 SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL

[G4-LA5]

[G4-LA6]

[G4-LA8]

### ENFOQUE DE GESTION

TEMA MATERIAL: SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL

#### ¿POR QUÉ ES MATERIAL?

Nuestro objetivo consiste en ofrecer ambientes seguros y confortables para proteger la integridad de las personas en todas nuestras instalaciones. Esto se debe a que la seguridad es un tema fundamental en un negocio que implica eficiencia y alta coordina-

ción. Por un lado, se disponen compromisos de Easy para generar un ambiente seguro y, por otra parte, de colaboradores y todas las partes interesadas, quienes deben cumplir con las políticas de seguridad establecidas.

#### ¿CÓMO SE GESTIONA?

En 2015 realizamos diversas iniciativas que permitieron reducir nuestra tasa de accidentabilidad en un 39% respecto al año anterior, destacando la "Copa de Oro de Prevención de Riesgos" y la campaña "Mano a Mano" de Mutual de Seguridad como las

campañas más exitosas, reconociendo el desempeño en materias de seguridad en nuestros centros de trabajo y sensibilizando a los colaboradores acerca de las lesiones de extremidades superiores.

#### ¿CÓMO SE MIDE?

A través de la tasa de accidentabilidad de Easy y otras mediciones vinculadas a la Salud y Seguridad

de nuestros easyleños.







La seguridad forma parte de nuestra cultura. Por ello, nuestros esfuerzos han estado por varios años, dirigidos a dos grandes focos de gestión: reducir de la tasa de accidentabilidad e implementar una cultura de seguridad.

En abril de 2015, nuestro Gerente de División Mejoramiento del Hogar, Antonio Ureta, firmó la nueva Política de Seguridad y Salud Ocupacional, que ratifica el compromiso con la seguridad laboral en todas las instalaciones y otorga continuidad a la gestión de seguridad de los últimos años en Easy Chile, confirmando así la decisión voluntaria de comprometernos de manera transversal con la seguridad de nuestros colaboradores a nivel nacional.

El principal hito de nuestra gestión fue continuar con el descenso sostenido

en nuestra tasa de accidentabilidad. Estamos contentos que los avances logrados desde que iniciamos esta gestión permitiendo reducir este indicador desde 8,29% en el año 2012 hasta 3,32% a fines de diciembre de 2015, logrando reducir en un 60% nuestra tasa de accidentabilidad y mantenernos bajo la meta del 4% establecida por el Gobierno de Chile. Contamos con la segunda tasa de accidentabilidad más baja en relación a las otras unidades de negocio de Cencosud, superados solo por Retail Financiero.

A partir de nuestro sistema de gestión enfocado en prevención de riesgos, este 2015 pudimos ver el fruto de nuestro esfuerzo, a través de distintos reconocimientos, que revisamos en detalle en la presente sección.

En el marco del concurso "Buenas prácticas de seguridad", en la cate-



PREMIO CÁMARA CHILENA DE LA CONSTRUCCIÓN



COPA DE ORO - LANZAMIENTO



COPA DE ORO - PREMIACIÓN

goría Sistemas de gestión, nuestra implementación de la metodología de trazabilidad que tiene la caminata de seguridad fue premiada por la Cámara Chilena de la Construcción (CChC), logrando ingresar por segunda vez al podio de la actividad económica construcción, dado que esta iniciativa nos ha permitido reducir significativamente la tasa de accidentabilidad respecto del año 2014.

## COPA DE ORO

La Copa de Oro, es una estrategia de intervención en materias de seguridad con formato de competencia interna que se ha realizado durante los últimos 2 años, con el objetivo de desarrollar actividades de impacto medibles y auditables, con foco en la seguridad de las personas. Esta campaña nos permite fomentar la participación de todos los niveles organizacionales y premiar además las mejores prácticas de nuestras tiendas y centros de distribución. En Easy, nuevamente nos sumamos a este concurso y lo llevamos a cabo

durante 122 días en nuestras tiendas, además del Centro de Distribución.

Esta iniciativa se lleva a cabo a través de distintas actividades medibles y auditables, que comprenden un puntaje establecido para que así, a través de la sana competencia, se mejore la cultura de seguridad interna, concentrándose en reducir la tasa de accidentabilidad y mejorar el estándar operacional.

Se reconoció semanalmente en cada centro de trabajo a un colaborador que cumplía con todos los parámetros de Salud y Seguridad establecidos. Adicionalmente, el concurso contempló actividades que otorgaban puntos adicionales como las certificaciones de los Comités Paritarios y las auditorías finales.

Al finalizar los 122 días de campaña, logramos reducir en un 39% los accidentes del trabajo con respecto al mismo período del año anterior. Proyectamos inicialmente 1.727 actividades de las cuales se realizaron

efectivamente 1.639 logrando así un 95% de cumplimiento. Junto con ello, logramos cerrar la competencia con cuatro centros de trabajo empatados, todos con el máximo puntaje obtenible y logramos un 94% de cumplimiento para el desarrollo de una cultura de seguridad, donde una de las prácticas más destacadas fue la metodología creada por Easy de "Caminata en tienda" como uno de los mecanismos más efectivos para el monitoreo de la seguridad en nuestras tiendas y Centro de Distribución.

Por estas razones, fuimos galardonados por segundo año consecutivo con el premio "Mejores políticas de Seguridad Laboral" en el marco del concurso "Mejores políticas sustentables 2015" que desarrolla Diario financiero Pulso a través de su plataforma Hub Sustentabilidad. Seguiremos trabajando para tener tiendas, oficinas y centros de distribución seguros, confortables y que promuevan una cultura de seguridad a través de actividades de impactos medibles y sostenibles a través del tiempo.



## CAMPAÑA “MANO A MANO”

Con el objetivo de mejorar la seguridad en nuestros procesos, llevamos a cabo en 14 tiendas una nueva versión de la campaña “Mano a Mano”. La iniciativa es impulsada por Mutual de Seguridad y tiene como finalidad prevenir y disminuir los accidentes con lesión de las manos, que corresponde a la lesión laboral más frecuente en el país.

En la versión 2015 de la campaña nos hicimos merecedores de una distinción desde la Mutual de Seguridad siendo premiados como “empresa destacada” por nuestras positivas actividades de seguridad. Especial mención obtuvieron los colaboradores de la tienda Easy Cerrillos a quienes se les destacó por la elaboración de un mural pintado que reforzaba la cultura de seguridad en el marco de esta campaña.

## TRABAJANDO POR UN AMBIENTE SEGURO Y AMIGABLE

La naturaleza de nuestro negocio reviste una gran variedad de riesgos para nuestros colaboradores. Por esta razón, en Easy contamos con estándares y protocolos de higiene y Seguridad, a través de los cuales nos hemos planteado el compromiso de disponer y otorgar todos los medios para entregar las competencias necesarias, para que nuestros colaboradores desempeñen sus funciones en operaciones controladas y sin riesgos. A su vez, nos esforzamos por mitigar las condiciones inseguras a las que pueden estar expuestos nuestros colaboradores en todas nuestras instalaciones.

Esto se complementa con el trabajo realizado por nuestros Comités Paritarios de Higiene y Seguridad (CPHS). Estos Comités tienen por objetivo fortalecer la cooperación activa de todas las partes interesadas de nuestra empresa que, en trabajo conjunto con los ejecutivos de Easy llevan a cabo exigentes programas de seguridad laboral en el trabajo. Este esfuerzo es reconocido por Mutual de Seguridad a través de un modelo de certificación de la gestión de nuestros Comités Paritarios, 16 de



## PREMIOS EASY 2015



Premiados por:  
**Buenas prácticas de Seguridad**  
Categoría Sistemas de Gestión  
*Noviembre 2015*

**PULSO**

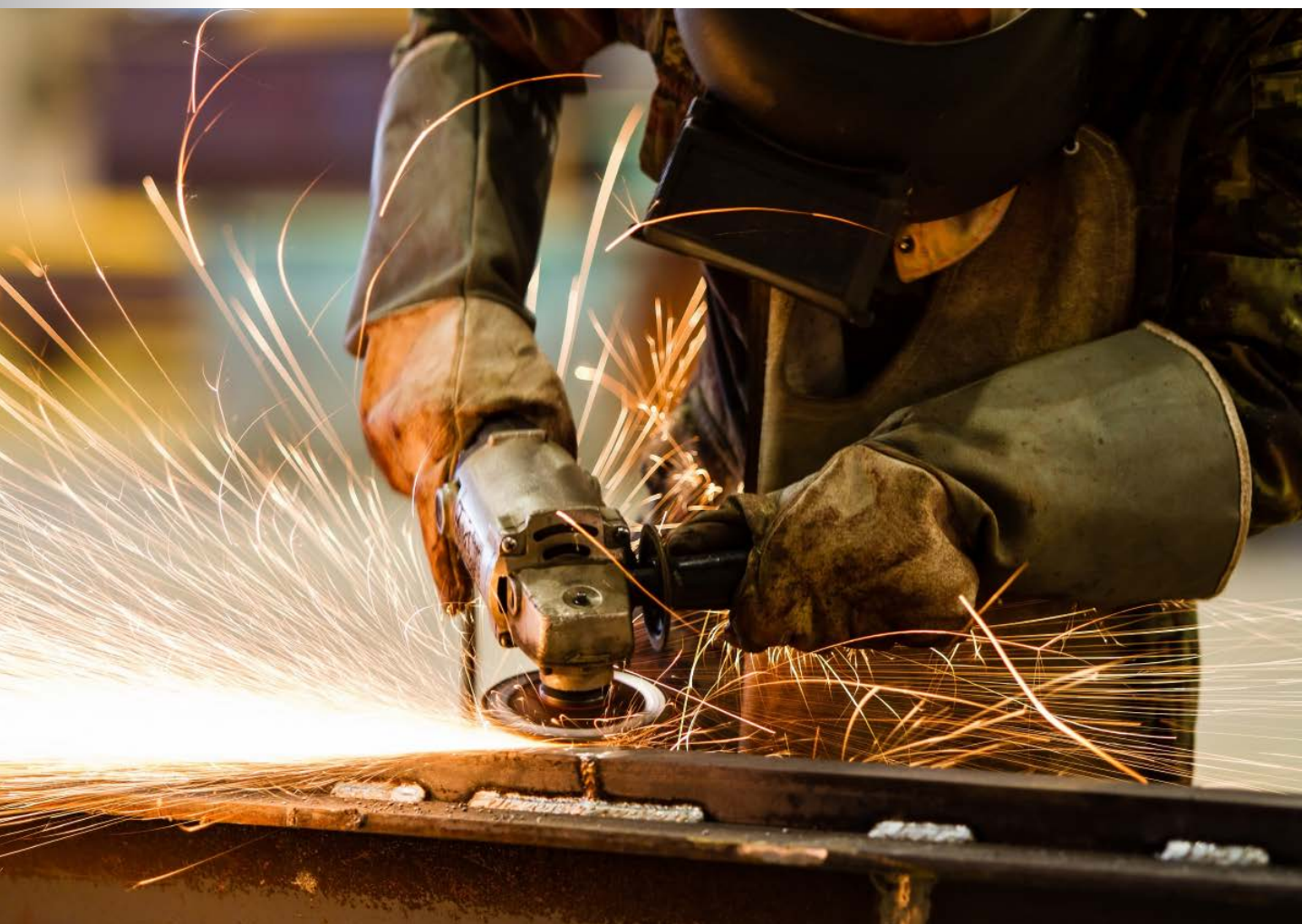
Premiados por:  
**Mejores Políticas Sustentables**  
Categoría Políticas de Seguridad  
*Diciembre 2015*



Premiados por:  
**Campaña Mano a Mano**  
Participación destacada y Desarrollo de Producto  
*Diciembre 2015*



LOCAL EASYLA FLORIDA



La **tasa de accidentabilidad** de Easy considera todos los accidentes laborales que impliquen tiempo perdido igual o superior a 1 día, independiente de su gravedad.

éstos con un reconocimiento en nivel bronce, 5 en nivel plata y 3 en nivel oro (distinción máxima). Se trató de Easy Maipú, Easy La Serena e Easy Quillota.

Los CPHS están formalmente constituidos en todas las tiendas Easy. Cabe destacar que en nuestro Centro de Distribución, al estar dividido en las operaciones de La Farfana y Puerto Madero, cuenta con un comi-

té paritario para cada sección. De esta manera, los trabajadores de Easy disponen de 36 comités paritarios en funcionamiento, que representan al 96% de la dotación. El 4% restante corresponde a 264 colaboradores de Administración Central, quienes no participan de los CPHS de las tiendas.

En Easy reconocemos y celebramos el esfuerzo conjunto realizado por

nuestros trabajadores, comités paritarios y sindicatos, los cuales en todo momento han promovido el acatamiento de las normas y protocolos de seguridad señalados en nuestro reglamento. Destacamos la labor de las organizaciones sindicales, que proporcionan valiosas ideas y recomendaciones que nos han llevado a un avance constante en seguridad laboral.



## SINIESTRALIDAD LABORAL

En lo que respecta al ausentismo laboral en trabajadores propios, las tiendas Easy obtuvieron una tasa de siniestralidad de 39,4%, con 2.262 días perdidos, este resultado nos indica que vamos por buen camino, considerando que hemos conseguido reducir un 52% este indicador. Hay que destacar que en las tiendas trabaja el 96% de la dotación de personal de la compañía.

En tanto, el Centro de Distribución alcanzó un índice de 38,63% y 163 días perdidos. Por otro lado, nuestras dependencias de Administración Central lograron una tasa de siniestralidad igual a 0.

Las tasas de accidentabilidad laboral y la cantidad de días perdidos han bajado todos los años de forma sostenida. Estamos satisfechos por haber reducido la tasa de siniestralidad hasta el 39% en promedio, disminuyendo así el número de días perdidos por accidentes y enfermedades laborales. Destacamos también que en 2015 no hubo ninguna pérdida fatal entre nuestros trabajadores. Sin embargo, consideramos que estos resultados no son suficientes, por lo que continuaremos esforzándonos para disminuir los accidentes al mínimo y ser referentes en la industria en esta materia.

Por otra parte, hasta ahora nuestros datos acerca de accidentes, enfermedades profesionales y ausentismo laboral se remiten sólo a trabajadores propios. En el futuro incorporaremos a contratistas.

Nuestra metodología para realizar el cálculo mensual y anual de los indicadores, consiste en la aplicación de lo establecido en los Decretos Supremos 40 y 67, reglamentos de la Ley N° 16.744. Estas normativas establecen que debemos llevar el control de las tasas de accidentabilidad, siniestralidad, gravedad y frecuencia de accidentes. En Easy, adicionalmente, establecemos metas internas a través de un modelo de control de gestión de casos diseñado por el Departamento de Prevención de Riesgos.



SE REGISTRARON EL AÑO  
2015 ENTRE NUESTROS  
TRABAJADORES



SE CONCENTRAN EN  
MANOS Y EXTREMIDADES  
SUPERIORES

## AUSENTISMO LABORAL SEGÚN LUGAR DE OPERACIONES

	COLABORADORES CONTRATADOS 2015			
	Índice de accidentes con lesiones	Tasa de Siniestralidad	Días Perdidos	Víctimas Mortales
Tienda	3,38%	39,37%	2.262	0
Centro de Distribución	2,61%	38,63%	163	0
Administración Central	0%	0%	0	0
Total	3,32%	39,32%	2.425	0



## EL FRUTO DEL ESFUERZO: NUESTRA SEGURIDAD

El año 2015 estuvo marcado por los esfuerzos en mejorar nuestros niveles de seguridad y salud ocupacional en todas nuestras tiendas, Administración Central y Centro de Distribución. Nos pusimos la meta de disminuir en 22% la Tasa de Accidentabilidad (TACC), con el objetivo de cerrar 2015 con un 4% de accidentes laborales. Gracias al esfuerzo de nuestros ejecutivos y al compromiso férreo de nuestros colaboradores, logramos reducir en 36% la Tasa de Accidentabilidad y cerrar el año con una tasa de 3,32%.

Los resultados obtenidos son fruto de un trabajo permanente con nuestros

colaboradores, que ha redundado en una baja de 60% de nuestra tasa de accidentabilidad desde 2012. En tres años de gestión pasamos de tener alrededor de 500 a 209 accidentes anuales.

## LA SEGURIDAD ES PRIORITARIA Y TAMBIÉN RENTABLE

Para nosotros la seguridad y salud ocupacional ocupa el primer lugar de prioridades pues impacta a nuestro principal grupo de interés, los easyleños que día a día dan vida a nuestras tiendas. Adicionalmente, contar con procesos seguros para nuestros trabajadores es una inversión relevante para la rentabilidad pues incide en la reducción de los pagos por razón de Cotización Adicional Diferenciado

a raíz de licencias por enfermedades profesionales. De esta manera, hemos ahorrado aproximadamente 300 millones de pesos anuales, desde que empezamos a bajar nuestras tasas de accidentabilidad el año 2012.

Junto con bajar la tasa de siniestralidad y por ende los pagos relativos a la Cotización Adicional Diferenciada, cabe destacar otro factor donde el aumento de seguridad ocupacional nos ha traído beneficios económico, como es la reducción significativa en la cantidad de días perdidos por concepto de licencias médicas, disminuyéndose así la brecha entre los días contratados y los días efectivamente trabajados, que de ser altos inciden directamente en la eficiencia del trabajo y el retorno económico de nuestras operaciones.







## 5.4 JUNTOS CRECEMOS PROFESIONALMENTE

[G4-LA9]

[G4-LA10]

### ENFOQUE DE GESTION

#### TEMA MATERIAL: DESARROLLO DE CARRERA

##### ¿POR QUÉ ES MATERIAL?

La capacitación, el desarrollo de habilidades y el progreso laboral de nuestros trabajadores es un compromiso que asumimos desde siempre. Una vez capacitados, nuestros colaboradores cuentan con

herramientas para entregar un mejor servicio de cara al cliente y desempeñar sus labores de manera más eficiente.

##### ¿CÓMO SE GESTIONA?

En 2015 desarrollamos talleres y capacitaciones para todos los tipos de trabajadores de Easy. En ese contexto, fortalecimos los programas de inducción a los nuevos trabajadores y continuamos con los programas de capacitación a jefaturas en la Tienda Escuela de Easy La Dehesa. Asimismo, contamos con el Portal "Mi carrera", un sitio web de Cencosud que

permite a nuestros colaboradores conocer todas las ofertas laborales de las distintas unidades de negocio, tanto en Chile como en el extranjero. Postular cumpliendo ciertos requisitos como tener mínimo un año de antigüedad, buenos resultados en la evaluación de desempeño y competencias técnicas acordes al cargo.

##### ¿CÓMO SE MIDE?

El principal indicador es el número de trabajadores que asisten a los cursos, las horas al año de capa-

citación y la inversión anual realizada en desarrollar nuestros cursos.



Durante 2015 se realizaron **27,47 horas de capacitación promedio** por colaborador.

### FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN A NUESTROS COLABORADORES

En 2015 invertimos un total de \$308.981.428 en capacitación para nuestros colaboradores, a través de 2.948 cursos de especialización destinados a un total de 2.040 colaboradores. De esta forma, sumamos un total de 136.689 horas de preparación para nuestros trabajadores durante el año.

### CAPACITACIÓN A TRABAJADORES PROPIOS



**2.948**  
CURSOS

**2.040**  
TRABAJADORES  
CAPACITADOS

**56.048**  
HORAS DE  
INSTRUCCIÓN

**TOTAL INVERSIÓN**  
**\$ 308.981.428**



## TOTAL DE HORAS DE CAPACITACIÓN



**131.506 horas**  
TIENDAS



**2.805 horas**  
ADMINISTRACIÓN  
CENTRAL



**2.378 horas**  
CENTRO DE  
DISTRIBUCIÓN

**NUESTRA “ESCUELA EASY”**

Tenemos la misión de entregar a nuestros colaboradores herramientas y habilidades necesarias para que puedan desarrollarse profesionalmente al interior de nuestra compañía. Para ello, contamos con dos “Tiendas Escuela”: Easy La Florida y tienda Easy La Dehesa.

En 2015 se sumó la Escuela de Inducción Tienda Easy La Florida, para facilitar la integración laboral a los nuevos colaboradores en locales y en el Centro de Distribución.

En tanto, la Tienda Escuela Easy La Dehesa es el lugar donde entregamos las herramientas y habilidades a todos quienes se integran a trabajar en cargos de jefatura en locales. Este programa forma a los nuevos Jefes de Sección, Sub Administradores y Gerentes de Tienda, quienes son trasladados a Santiago en caso de ser necesario, para desarrollar un programa de un mes y así certificarse en sus nuevos roles.

Ambas “Tiendas Escuela” desarrollaron una multiplicidad de actividades dirigidas a los trabajadores de nuestras dependencias. Los resultados de estas capacitaciones fueron los obtenidos en la tabla “Formación Easy 2015”.

En este mismo sentido contamos con un programa de Becas de Estudio que busca apoyar a nuestros traba-

jadores con un mejor desempeño y menores oportunidades económicas, quienes pueden postular libremente y luego son seleccionados a través de un comité ad hoc.

**FORMAMOS A NUESTROS VENDEDORES ESPECIALISTAS**

Este año se integraron a nuestras tiendas 186 nuevos vendedores especialistas, luego de aprobar las capacitaciones en las áreas de: Patio Constructor; Gasfitería; Herrajes y Fijaciones; Baño; Cocina; Electricidad. Ellos colaborarán con su conocimiento especializado a mejorar la atención y la experiencia de compra de todos nuestros clientes.

**FORMACIÓN EASY 2015**

**6.531** trabajadores de **Tiendas**

**267** trabajadores de **Administración Central**

**40** trabajadores del **Centro de Distribución**

A lo largo de 2015 sumamos un total de **136.689 horas de capacitación** en Easy, en las que participaron un total de **2.040** colaboradores.







## 5.5 EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

[G4-LA11]

[DSML16]

[DSML17]

La Evaluación de Desempeño es una herramienta fundamental para el desarrollo profesional y la movilidad laboral interna de nuestros colaboradores, utilizando a partir de 2012 un modelo de Gestión por Competencias, como herramienta principal para el desarrollo de capital humano en nuestra empresa.

La evaluación nos permite comunicar objetivos y transparentar expectativas, a través de un sistema que nos faculta para conocer las aptitudes que cada colaborador requiere para cumplir sus metas de manera eficiente. Desde esta base podemos desarrollar y valorar sus capacidades, alineándolas a la estrategia del negocio. La

### COLABORADORES EVALUADOS SEGÚN CARGO Y SEXO

	Género	Perfil ejecutivo	Perfil con gente a cargo	Perfil con gente a cargo comercial	Perfil sin gente a cargo	Perfil sin gente a cargo comercial	Perfil sin gente a cargo operación (EDO)
<b>Nº de colaboradores evaluados</b>	Mujeres	2	164	7	66	16	1.858
	Hombres	19	461	10	58	19	2.333
<b>% de colaboradores evaluados</b>	Mujeres	0,04%	3,27%	0,14%	1,32%	0,32%	37,66%
	Hombres	0,38%	9,2%	0,2%	1,16%	0,38%	46,54%
<b>Total/Tasa</b>		<b>0,42%</b>	<b>12,47%</b>	<b>0,34%</b>	<b>2,48%</b>	<b>0,7%</b>	<b>84,2%</b>

**JULIO y OCTUBRE**

Son evaluados todos aquellos colaboradores con cargos de no jefaturas, de Locales y Centro de Distribución.

**DICIEMBRE a ENERO**

Son evaluados todos aquellos colaboradores con cargos de jefaturas, de Locales, Centro de Distribución y Administración Central.

evaluación se compone de Competencias Conductuales y de Resultados de los trabajadores, los cuales son calificados en 6 niveles que permiten gestionar detalladamente su desarrollo y formación.

Estas evaluaciones de desempeño son aplicadas de manera transversal y se llevan a cabo en relación al cargo y responsabilidad que cada trabajador ejerce en Easy. Durante 2015 participaron un total de 5.013 colaboradores, es decir un 84% del total de nuestra dotación. A partir de este año también contamos con dos mediciones anuales, lo que nos permite una mejor estimación para los cargos principalmente operativos, con foco en tareas de corto plazo, facilitando un feed back más continuo.

**ABRIENDO OPORTUNIDADES**

Como resultado de las Evaluaciones de Desempeño, muchos de nuestros colaboradores son ascendidos a cargos de mayor responsabilidad y que entregan mejores oportunidades de desarrollo. En 2015 se registraron 119 trabajadores con movimiento en sus puestos, que fueron ascendidos o bien pasaron a tomar responsabilidades en otro tipo de funciones, aunque ocupando un cargo horizontal. Del total de 119 movimientos, el 66% correspondió a ascensos de plaza, de los cuales 33 se realizaron a través del portal de empleo interno "Mi Carrera".



VENDEDORES REPONEDORES, JEFA DE BAÑO Y COCINA Y SUBADMINISTRADOR





*Vivamos mejor*





A photograph of a woman and a young child smiling and looking towards the camera. They are in a field of tall green grass. The woman has long dark hair and is wearing a light-colored top. The child is on the left, also smiling. The background is a soft-focus green field with some yellow flowers.

# 6 Preocupados de nuestro Entorno

*Apreciamos a las comunidades donde estamos insertos. Cada una de nuestras tiendas es una oportunidad para apoyar a nuestros vecinos, trabajar junto a ellos y ayudarlos en casos de emergencias. Además, trabajamos por hacer de nuestra operación, una gestión eficiente y amigable con el medioambiente.*



## 6.1 CONSTRUIMOS PARA SER VECINOS

[G4-S01]

[G4-EC7]

[G4-EC8]

Durante el año 2015 inauguramos dos nuevas tiendas en las ciudades de Coronel y Chiguayante, sumando así 11.600 m<sup>2</sup> nuevos para ofrecer productos y servicios orientados a la construcción y mejoramiento del hogar en la Región del Biobío. Estas dos nuevas tiendas pretenden, además

de sumar nuevos clientes y ofrecer oportunidades de empleo, desarrollar relaciones de largo plazo con los vecinos cercanos, escuchando sus inquietudes y estando abiertas a colaborar, tal como lo hemos hecho en otras regiones de Chile.



### ENFOQUE DE GESTION TEMA MATERIAL: APOORTE LOCAL

#### ¿POR QUÉ ES MATERIAL?

En Easy queremos ser una empresa cercana con las comunidades vecinas a nuestras tiendas y establecimientos en general. Buscamos apoyarlas a través de diversas instancias que nos permitan colaborar en resolver sus necesidades sociales, culturales y

materiales. Junto con ello, nuestros colaboradores emprenden acciones solidarias, incentivando la donación y la organización de grupos de apoyo voluntarios, que permiten ayudar a nuestro entorno.

#### ¿CÓMO SE GESTIONA?

Desde 2014 formamos una alianza con la fundación Desafío Levantemos Chile, para ir en ayuda de las comunidades cercanas afectadas por catástrofes, recuperar barrios, entregar herramientas a los em-

prendedores y permitir a nuestros clientes que apoyen a esta institución, a través de la donación de su vuelto en las cajas de nuestros locales.

#### ¿CÓMO SE MIDE?

Nuestro aporte a las comunidades lo hemos cuantificado al determinar el número de localidades donde hemos aportado. A ello se suma la cantidad de co-

laboradores que han participado en actividades de voluntariado y de apoyo a la comunidad.



INAUGURACIÓN LOCAL CHIGUAYANTE



INAUGURACIÓN LOCAL CORONEL

### APORTE AL DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL

La operación de nuestro negocio produce externalidades positivas. En este contexto, destacamos los cientos de empleos directos que genera cada local de venta, debido a que privilegiamos la contratación de colaboradores provenientes de la misma comuna donde se instalan las tiendas. Asimismo, la puesta en marcha de nuestras locaciones genera un dinamismo económico para algunos comercios minoristas y empresas de servicios de cada zona en particular. De acuerdo a nuestros cálculos, cada tienda Easy crea al menos cien empleos directos y unos treinta empleos indirectos.

Junto con ello, la instalación de una tienda Easy fomenta una mayor oferta comercial que beneficia al consumidor en cada área geográfica donde ésta se ubica. Además, conlleva el desarrollo de nueva infraestructura, al construir estacionamientos, zonas comunes y conectividad, permitiendo

una mejora en la urbanización y consolidación de la ciudad.

En nuestra empresa, el 34% de nuestras locaciones, considerando tiendas y Administración Central, desarrolló actividades con las comunidades durante el año pasado, incluyendo, distintas formas de ayuda para enfrentar catástrofes naturales e iniciativas de voluntariado con grupos vulnerables. Se suman a ellas una serie de medidas que tomamos para controlar los impactos del quehacer diario de nuestra compañía, cumpliendo con la normativa vigente.

En Easy estamos preocupados por las emergencias, pero también queremos generar vínculos con las personas que nos rodean. Por ello, realizamos diversas acciones con las que buscamos beneficiar a aquellos con quienes nos relacionamos frecuentemente.

A partir de esta inquietud en 2014 establecimos una alianza estratégica

con la fundación Desafío Levantemos Chile (DLCh), la cual busca ser un aporte a la comunidad a través de sus cinco focos: Salud, Cultura y Deporte, Educación, Emprendimiento y Emergencia solidaria.

### GESTIÓN DE VUELTOS

Como parte de nuestra alianza con DLCh, habilitamos las cajas de nuestras 35 tiendas para que los clientes de Easy puedan donar parte de su vuelto en los pagos en efectivo. Estos ingresos van directamente en apoyo de iniciativas sociales que desarrolla la Fundación y es un canal que facilita el aporte directo de parte de los clientes, complementando el apoyo estratégico que Easy entrega a Desafío Levantemos Chile. En el año 2015, recaudamos un total de \$19.044.651, siendo la tienda líder en recaudaciones Easy Talca, que alcanzó una cifra de \$1.987.388. Durante 2016 reforzaremos esta iniciativa con campañas específicas que permitan incrementar este aporte voluntario.





## 6.2 REACCIÓN OPORTUNA FRENTE A LA CATÁSTROFE

[G4-S01]

A través de la alianza con DLCh podemos reaccionar de manera oportuna y organizada frente a catástrofes que afectan a nuestros compatriotas. Por ello, en 2015 colaboramos en la recuperación de diversos sectores afectados por los aluviones en la Región de Atacama y por el terremoto en Ilaapel. En todas estas instancias participaron colaboradores de Easy

como voluntarios, dando cuenta de una relación que permea de manera transversal a nuestra compañía.

### JUNTOS CONTRA EL BARRO EN ATACAMA

En marzo de 2015 la Región de Atacama fue afectada por un temporal que desencadenó una serie de aluviones,



A través del local de Copiapó y el equipo comercial se coordinó la entrega a Desafío de **3 mil “kits de emergencia”** con elementos básicos para combatir los estragos producidos por el barro, los cuales mediante una campaña organizada por la fundación fueron entregados a la comunidad afectada.



los cuales llenaron de barro las ciudades de Copiapó, Chañaral y Diego de Almagro, entre otras localidades más pequeñas.

Queremos destacar la labor de nuestros colaboradores de la tienda Easy Copiapó, quienes con entereza y solidaridad colaboraron con los voluntarios de DLCh. Ayudaron a ordenar, almacenar y distribuir 160 toneladas de ayuda (incluyendo productos de primera necesidad), provenientes de todo Chile y que fue acopiada en el local. Apoyo importante, considerando que 27 personas del equipo del local resultaron afectadas con pérdidas materiales.

Es así que maximizando esfuerzos, apoyaron activamente al equipo de Desafío en las distintas etapas de la emergencia, desde la remoción del

lodo hasta la habilitación del nuevo Centro de Salud Familiar (CESFAM) de la comuna de Chañaral, luego que el antiguo quedara inoperativo. Como apoyo más transversal, los colaboradores de la sección de cajas del resto de los locales incentivaron la recaudación de vuelto con foco en la ayuda al Norte utilizando petos con el llamado a ayudar en esta causa.

Nuestro compromiso con la labor de Desafío durante la emergencia se enfocó en el apoyo logístico y de voluntarios para el proceso de reconstrucción. En este marco nuestros colaboradores, a través de Desafío, apoyaron a los emprendedores que habían visto afectadas sus fuentes de trabajo. Un hito en este contexto fue la inauguración del boulevard Lord Cochrane de Chañaral para 25 emprendedores que lo perdieron todo y a quienes DLCh

entregó módulos de distintos tamaños para restablecer sus negocios.

Otro importante proyecto de Desafío fue la entrega de 33 viviendas definitivas a familias damnificadas de Paipote, sector arrasado por el aluvión, en la que cumplimos la labor de disponer del amoblado para los hogares, entre otros requerimientos. A lo que se suma el reacondicionamiento de una multicancha y habilitación de dos jardines infantiles de la misma localidad.

A través de nuestras redes sociales amplificamos las distintas campañas organizadas por Desafío en las diferentes etapas de la emergencia: “El Norte Necesita de tu ayuda” recolectando elementos básicos, “El barro es el enemigo” incentivando el aporte para la entrega de Kit de Emergencia y “Efecto Desafío Paipote” para la reconstrucción del barrio en ese sector.



COPIAPÓ



CHANARAL MÓDULOS PARA EMPRENDEDORES EN BOULEVARD DE CHANARAL







## RECONSTRUYENDO JUNTOS EL NORTE CHICO

En septiembre del 2015, seis meses después de los aluviones de la Región de Atacama, un terremoto de 8.4° de magnitud (escala Richter), con epicentro en la localidad de Illapel, afectó a diversas ciudades de la Región de Coquimbo, muchas de las cuales fueron impactadas también por un tsunami. Ante esta situación, colaboradores de la tienda Easy La Serena se organizaron para donar alimentos y artículos de primera necesidad. Este local además fue habilitado como centro de acopio de donaciones y de reunión para los voluntarios.

Nuestros colaboradores estuvieron presentes durante la entrega que realizó DLCh, diez días después del terremoto, de motores fuera de borda, trajes de buceo, mangueras de aire y arpones a pescadores de la localidad de Tongoy y que luego se extendió a las localidades de Totoral, El Toro, Talquilla, Talcaruca, Sierra, La Cebada y El Maitén logrando en total 100 beneficiarios.

Por iniciativa de nuestros colaboradores y en coordinación con las jefaturas de tienda, en las semanas posteriores al terremoto de Coquimbo se organizaron cuadrillas de voluntarios que fueron en ayuda de las localidades afectadas. Asimismo, para la Navidad 2015 la tienda Easy La Serena organizó una jornada en la que nuestros colaboradores llevaron regalos y realizaron actividades para los niños de la “Escuela El Toro”.

A partir de estas acciones, un grupo de trabajadores participa, en conjunto con Desafío Levantemos Chile, en un equipo permanente de voluntariado que realiza diversas tareas de apoyo para niños vulnerables en la comuna de Coquimbo. Ellos reciben la ayuda de Easy en logística y donaciones.

## APOYO A EMPRENDEDORES LOCALES

En agosto realizamos un proyecto en conjunto con el Servicio Nacional de la Mujer (SERNAM), para habilitar nuestra tienda Easy Copiapó en directo beneficio de un grupo de mujeres de la Región de Atacama, que no contaba con un lugar físico para

vender sus productos. Organizadas en el grupo “BiblioEmprendedoras”, expusieron y comercializaron diversos artículos durante todos los fines de semana del mes de agosto.

Este tipo de actividades no sólo potencian la asistencia del público a nuestras tiendas, sino que también ayudan al desarrollo de los pequeños comerciantes y de las comunidades en las que nos insertamos.

El resto de las actividades que realizamos junto a desafío y que involucraron una participación activa de nuestros colaboradores se encuentra disponible en el capítulo 5.3 de este reporte.



COLABORADORES DE EASY EN CALETA EL TORO



TONGOY. PRIMERA ENTREGA DE KIT A PESCADORES REALIZADA POR DESAFÍO



# 6.3 NUESTRO ENTORNO AMBIENTAL

[G4-EN3]	[G4-EN5]	[G4-EN6]	[G4-EN15]	[G4-EN16]	
[G4-EN20]	[G4-EN28]				

**ENFOQUE DE GESTION**  
TEMA MATERIAL: INICIATIVAS AMBIENTALES

## ¿POR QUÉ ES MATERIAL?

En Easy estamos preocupados de cómo nuestras operaciones impactan en el entorno ambiental de los lugares donde estamos presentes. Por esta razón, trabajamos para hacernos cargo de las consecuencias que pudieran dejar nuestras operaciones.

Medimos nuestro consumo energético interno, con el objetivo de implementar iniciativas que permitan reducirlos y realizar una gestión eficiente de los recursos naturales.

## ¿CÓMO SE GESTIONA?

Hemos llevado a cabo campañas de eficiencia energética, que buscan optimizar el desempeño

de nuestros equipos de climatización y sistemas productivos.

## ¿CÓMO SE MIDE?

El área corporativa de Mantenimiento, mide nuestra huella de carbono en base a tres grandes alcances: Alcance 1: Emisiones directas de nuestras operaciones, incluyendo el consumo de combustibles. Alcance 2: Emisiones indirectas generadas por el

consumo eléctrico de nuestras operaciones. Alcance 3: Otras emisiones indirectas derivadas de nuestra cadena de abastecimiento.



## LA GESTIÓN DE NUESTRA HUELLA DE CARBONO

La huella de carbono es una herramienta estandarizada utilizada para medir el impacto ambiental de las empresas y consiste, básicamente, en la cuantificación de las emisiones de dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>) que una organización libera al ambiente como consecuencia de sus actividades. Para obtener la huella de carbono, se analizan las emisiones tanto directas como indirectas generadas por la operación.

Los cálculos fueron elaborados considerando un total de 323.833 m<sup>2</sup>

### CONSUMO DE COMBUSTIBLES

En 2015 bajamos un 21% nuestras emisiones de gases refrigerantes, y también disminuimos en un 32% las emisiones de gases y otras sustancias que agotan la capa de ozono, reduciendo así el impacto de nuestras operaciones en el medio ambiente. Estos últimos resultados se deben a nuestros esfuerzos por disminuir las emisiones del gas R22, que afecta directamente la capa de ozono. Esto se realizó a través un mejor monitoreo de fallas y filtraciones en nuestros equipos de climatización.

No obstante, tenemos el desafío para 2016 de reducir las emisiones derivadas del uso de combustibles, que en 2015 subieron un 33%, con el objetivo de aminorar el total de las emisiones directas de gases de efecto invernadero.

### CONSUMO ENERGÉTICO EN NUESTRAS TIENDAS

En 2015 logramos disminuir en un 8% el consumo de diésel en combustible y en un 5% en la energía adquirida para electricidad, calefacción y refrigeración. No obstante, el uso de gas licuado tuvo un aumento de 36% en relación a 2014.

Desde 2013 medimos nuestra intensidad energética, que resulta del uso de kWh por metro cuadrado, para calcular la eficiencia en el consumo de energía según la superficie de nuestras locaciones de venta. Este año logramos bajar en 6% el consumo promedio.

## EMISIONES DIRECTAS DE GASES DE EFECTO INVERNADERO

Alcance 1 - tCO <sub>2</sub> e	2013	2014	2015	2015 v/s 2014
Total	1	7	1	18%
Compras de combustible (tCO <sub>2</sub> e)	1.388	1.282	1.709	33%
Fugas de gases refrigerantes (tCO <sub>2</sub> e)	963	495	392	-21%
Emisiones de sustancias que agotan el ozono (kg R11-e)	22	10	7	-32%

## CONSUMO ENERGÉTICO INTERNO (MWh)

		2013	2014	2015	2015 v/s 2014
Consumo energético interno	Total	51.358	51.473	51.225	0%
Consumo de combustibles no renovables (Total)	Diesel	45	77	71	-8%
Consumo de combustibles no renovables	Gas Licuado	6.033	5.505	7.494	36%
Consumo de combustibles no renovables	Gas Natural	407	s/i	s/i	s/i
Electricidad, calefacción, refrigeración y vapor que se adquiere para su consumo	n/a	44.873	45.483	43.253	-5%

## EMISIONES INDIRECTAS DE GASES EFECTOS INVERNADERO

Alcance 2 - tCO <sub>2</sub> e	2013	2014	2015	2015 v/s 2014
Total (Consumo electricidad)	19.385	16.374	14.966	-9%





En Easy monitoreamos constantemente el factor de potencia de nuestros equipos, lo que nos permite conocer la **eficiencia y el uso de energía** que ellos tienen, con el objetivo de no generar consumos elevados producto de máquinas poco eficaces.

### EMISIONES DIRECTAS Y EMISIONES INDIRECTAS



#### ALCANCE 1

Emisiones y consumo de combustibles

#### ALCANCE 2

Emisiones y consumo eléctrico



#### ALCANCE 3

Emisiones y consumo de nuestra cadena de abastecimiento

Esta disminución estuvo impulsada por un ahorro de electricidad de 10% en nuestras instalaciones. Sin embargo, tenemos el desafío de disminuir la utilización de combustible, que en 2015 presentó un alza de 26% respecto al período anterior.

### NUESTRAS EMISIONES INDIRECTAS

Las emisiones indirectas son todas aquellas que se relacionan con la cadena de abastecimiento y con los procesos de venta, por lo que escapan al control efectivo de nuestra empresa. Estas mediciones consideran el consumo de combustible de la cadena logística de nuestras operaciones, las emisiones de gases de los transportes

asociados y los residuos generados por nuestros procesos de venta, es decir, por los materiales utilizados para procesos de embalajes, como cartón y plástico.

### NUESTROS RESIDUOS TAMBIÉN PUEDEN SER RECURSOS

Por la naturaleza de nuestras operaciones y procesos, se generan principalmente dos tipos de residuos: cartón y plástico. Con el fin de promover su reutilización, realizamos un proceso de acopio para entregarlo a una empresa externa, para que puedan ser reciclados. En 2015 generamos 621.118 kilos de cartón y 14.451 kilos de plástico en el total de nuestras tiendas.

### INTENSIDAD ENERGÉTICA

	2013	2014	2015	2015 v/s 2014
Combustible Total G4-EN3 / Total superficie de ventas (kWh/m <sup>2</sup> )	21	19	25	26%
Electricidad Total G4-EN3 / Total superficie de ventas (kWh/m <sup>2</sup> )	146	148	133	-10%
(Combustible + Electricidad) G4-EN3 / Total superficie de ventas (kWh/m <sup>2</sup> )	167	167	157	-6%











*Vivamos mejor*



# 7 Anexo Indicadores GRI

## 7.1 ÍNDICE GRI

### ESTRATEGIA Y ANÁLISIS

CÓD. GRI	NOMBRE DEL INDICADOR	CAPÍTULO(S)	PÁGINAS
<b>G4-1</b>	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.	Capítulo 1	6 a 7
<b>G4-2</b>	Describa los principales efectos, riesgos y oportunidades en la organización.	Capítulo 3	41

### PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

CÓD. GRI	NOMBRE DEL INDICADOR	CAPÍTULO(S)	PÁGINAS
<b>G4-3</b>	Nombre de la organización.	Capítulo 2	17
<b>G4-4</b>	Marcas, productos y servicios más importantes de la organización.	Capítulo 2	26 a 27
<b>G4-5</b>	Lugar donde se encuentra la sede de la organización.	Capítulo 2	25 y 27
<b>G4-6</b>	Se describe en cuántos países opera la organización y nombre aquellos países donde la organización lleva a cabo operaciones significativas o que tienen una relevancia específica para los asuntos de sostenibilidad objeto de la memoria.	Capítulo 2	17
<b>G4-7</b>	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.	Capítulo 2	17
<b>G4-8</b>	Mercados servidos (con desglose geográfico, por sectores y tipos de clientes y destinatarios).	Capítulo 2	25 a 27
<b>G4-9</b>	Se determina la escala de la organización, indicando: número de empleados; número de operaciones; ingresos netos (para las organizaciones del sector público); capitalización, desglosada en términos de deuda y patrimonio (para las organizaciones del sector privado); y cantidad de productos o servicios que se ofrecen.	Capítulos 2 y 3	16, 25 y 40
<b>G4-10</b>	a. Número de empleados por contrato laboral y sexo. b. Número de empleados fijos por tipo de contrato y sexo. c. Tamaño de la plantilla por empleados, trabajadores contratados y sexo. d. Tamaño de la plantilla por región y sexo. e. Indique si una parte sustancial del trabajo de la organización lo desempeñan trabajadores por cuenta propia reconocidos jurídicamente, o bien personas que no son empleados ni trabajadores contratados, tales como los empleados y los empleados subcontratados por los contratistas. f. Comuniquen todo cambio significativo en el número de trabajadores (por ejemplo, las contrataciones estacionales en la temporada turística o en el sector agrícola).	Capítulo 5	58 a 61



## PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

CÓD. GRI	NOMBRE DEL INDICADOR	CAPÍTULO(S)	PÁGINAS
<b>G4-11</b>	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	Capítulo 5	63
<b>G4-12</b>	Cadena de suministro de la organización.	Capítulo 4	53
<b>G4-13</b>	<p>a. Se indican cambios significativos que hayan tenido lugar durante el periodo objeto de análisis de la memoria, en el tamaño, la estructura, la propiedad accionaria o la cadena de suministro de la organización; por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cambios en la ubicación de los centros, o en los propios centros, tales como la inauguración, el cierre o la ampliación de instalaciones;</li> <li>- Cambios en la estructura del capital social y otras operaciones de formación, mantenimiento y alteración de capital (para las organizaciones del sector privado); y</li> <li>- Cambios en la ubicación de los proveedores, la estructura de la cadena de suministro o la relación con los proveedores, en aspectos como la selección o la finalización de un contrato.</li> </ul>	Capítulos 1 y 2	7 y 27
<b>G4-14</b>	Indique cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución.	Nota 1	N/A
<b>G4-15</b>	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.	Capítulos 1 y 3	7 y 37
<b>G4-16</b>	<p>a. Elabore una lista de las asociaciones (por ejemplo, las asociaciones industriales) y las organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece y en las cuales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ostente un cargo en el órgano de gobierno;</li> <li>- Participe en proyectos o comités</li> <li>- Realice una aportación de fondos notable, además de las cuotas de membresía obligatorias;</li> <li>- Considere que ser miembro es una decisión estratégica. Esta lista incumbe fundamentalmente a las membresías de titularidad de la organización.</li> </ul>	Capítulo 3	37

## ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA

CÓD. GRI	NOMBRE DEL INDICADOR	CAPÍTULO(S)	PÁGINAS
<b>G4-17</b>	<p>a. Elabore una lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes.</p> <p>b. Señale si alguna de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes no figuran en la memoria. La organización puede aportar este Contenido básico mediante una referencia a la información publicada y disponible en los estados financieros consolidados u otros documentos equivalentes.</p>	Capítulo 2	16 a 17
<b>G4-18</b>	a. Describa el proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada Aspecto.	Capítulo 1	9 a 10

## ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA

CÓD. GRI	NOMBRE DEL INDICADOR	CAPÍTULO(S)	PÁGINAS
<b>G4-19</b>	Lista de los Aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria.	Capítulo 1	10
<b>G4-20</b>	Cobertura dentro de la organización de cada Aspecto material.	Capítulo 1	9
<b>G4-21</b>	Se indica la Cobertura fuera de la organización de cada Aspecto material.	Capítulo 1	9
<b>G4-22</b>	Se describen las consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas.	Capítulo 1	9
<b>G4-23</b>	Se señalan todo cambio significativo en el Alcance y la Cobertura de cada Aspecto con respecto a memorias anteriores.	Capítulo 1	9

## PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

CÓD. GRI	NOMBRE DEL INDICADOR	CAPÍTULO(S)	PÁGINAS
<b>G4-24</b>	Se muestra una lista de los grupos de interés vinculados a la organización.	Capítulo 3	38
<b>G4-25</b>	Se Indica en qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja en la organización.	Capítulo 3	38
<b>G4-26</b>	Aquí se describe el enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés, incluida la frecuencia con que se colabora con los distintos tipos y grupos de partes interesadas, o señale si la participación de un grupo se realizó específicamente en el proceso de elaboración de la memoria.	Capítulo 3	38
<b>G4-27</b>	Aquí se señalan qué cuestiones y problemas clave han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés y, además, se describe la evaluación hecha por la organización, entre otros aspectos mediante su memoria. Especifique qué grupos de interés plantearon cada uno de los temas y problemas clave.	Capítulo 3	38

## PERFIL DE LA MEMORIA

CÓD. GRI	NOMBRE DEL INDICADOR	CAPÍTULO(S)	PÁGINAS
<b>G4-28</b>	Periodo objeto de la memoria (por ejemplo, año fiscal o año calendario).	Capítulo 1	8
<b>G4-29</b>	Fecha de la última memoria (si procede).	Capítulo 2	24



## PERFIL DE LA MEMORIA

CÓD. GRI	NOMBRE DEL INDICADOR	CAPÍTULO(S)	PÁGINAS
<b>G4-30</b>	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	Capítulo 1	8
<b>G4-31</b>	Se facilita un punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido de la memoria.	Capítulo 1	8
<b>G4-32</b>	a. Se Indica qué opción «de conformidad» con la Guía ha elegido la organización. b. Se Facilita el Índice de GRI de la opción elegida (véanse los cuadros a continuación). c. Se Facilita la referencia al informe de Verificación externa si la memoria se ha sometido a tal verificación.	Capítulo 1 y Anexo GRI	8 y 96 a 104
<b>G4-33</b>	Se describe la política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria.	Capítulo 1	8

## GOBIERNO Y ÉTICA E INTEGRIDAD

CÓD. GRI	NOMBRE DEL INDICADOR	CAPÍTULO(S)	PÁGINAS
<b>G4-34</b>	Se describe aquí la estructura de gobierno de la organización, sin olvidar los comités del órgano superior de gobierno.	Capítulo 2	17 a 19
<b>G4-56</b>	Se describen los valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos.	Capítulo 2	20 a 21

## ECONOMÍA

CÓD. GRI	NOMBRE DEL INDICADOR	CAPÍTULO(S)	PÁGINAS
<b>G4-EC1</b>	Valor económico directo generado y distribuido.	Capítulo 3	40
<b>G4-EC7</b>	Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras y los tipos de servicios	Capítulo 6	86 a 87
<b>G4-EC8</b>	Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos	Capítulo 6	87
<b>G4-EC9</b>	Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales	Capítulo 4	55

**MEDIOAMBIENTE**

CÓD. GRI	NOMBRE DEL INDICADOR	CAPÍTULO(S)	PÁGINAS
<b>G4-EN3</b>	Consumo energético interno	Capítulo 6	93
<b>G4-EN5</b>	Intensidad Energética	Capítulo 6	94
<b>G4-EN6</b>	Reducción del consumo energético	Capítulo 6	93
<b>G4-EN15</b>	Emisiones directas de gases efecto invernadero (alcance 1)	Capítulo 6	93
<b>G4-EN16</b>	Emisiones indirectas de gases efecto invernadero al generar energía (alcance 2)	Capítulo 6	93
<b>G4-EN20</b>	Emisiones de sustancias que agotan el ozono	Capítulo 6	93
<b>G4-EN28</b>	Porcentajes de los productos vendidos y sus materiales de embalaje que se recuperan al final de su vida útil, por categorías de productos	Capítulo 6	94
<b>G4-EN29</b>	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal	Nota 2	N/A
<b>G4-EN30</b>	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental	Nota 3	N/A
<b>G4-EN32</b>	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales	Capítulo 4	55

**PRACTICAS LABORALES**

CÓD. GRI	NOMBRE DEL INDICADOR	CAPÍTULO(S)	PÁGINAS
<b>G4-LA1</b>	Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región	Capítulo 5	61
<b>G4-LA4</b>	Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de estos en los convenios colectivos	Nota 4	N/A
<b>G4-LA5</b>	Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral	Capítulo 5	74
<b>G4-LA6</b>	Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo	Capítulo 5	72
<b>G4-LA8</b>	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con los sindicatos	Capítulo 5	74 a 75



**PRACTICAS LABORALES**

CÓD. GRI	NOMBRE DEL INDICADOR	CAPÍTULO(S)	PÁGINAS
<b>G4-LA9</b>	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral	Capítulo 5	79
<b>G4-LA10</b>	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales	Capítulo 5	79 a 80
<b>G4-LA11</b>	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional	Capítulo 5	83
<b>G4-LA12</b>	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad	Capítulo 2	17 a 19
<b>G4-LA14</b>	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales	Capítulo 4	55

**DERECHOS HUMANOS**

CÓD. GRI	NOMBRE DEL INDICADOR	CAPÍTULO(S)	PÁGINAS
<b>G4-HR3</b>	Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas	Nota 5	N/A
<b>G4-HR10</b>	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos	Capítulo 4	55

**SOCIEDAD**

CÓD. GRI	NOMBRE DEL INDICADOR	CAPÍTULO(S)	PÁGINAS
<b>G4-S01</b>	Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	Capítulo 6	86 a 91 y 67 a 69
<b>G4-S04</b>	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción (Directorio y Empleados)	Capítulo 2	21
<b>G4-S06</b>	Valor de las contribuciones políticas, por país y destinatario	Nota 6	N/A
<b>G4-S07</b>	Número de demandas por competencia desleal, prácticas monopolísticas o contra la libre competencia y resultado de las mismas	Nota 7	N/A
<b>G4-S07</b>	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa	Nota 8	N/A

## RESPONSABILIDAD DEL PRODUCTO & INDICADORES PROPIOS

CÓD. GRI	NOMBRE DEL INDICADOR	CAPÍTULO(S)	PÁGINAS
<b>G4-PR3</b>	Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos	Capítulo 4	48
<b>G4-PR5</b>	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes	Capítulo 4	46
<b>G4-PR6</b>	Venta de productos prohibidos o en litigio	Nota 9	N/A
<b>EASY 7</b>	Cantidad de reclamos y porcentaje por tipo de reclamo	Capítulo 4	46

## INDICADORES ACCIÓN

CÓD. GRI	NOMBRE DEL INDICADOR	CAPÍTULO(S)	PÁGINAS
<b>GC1</b>	Señale si la materialidad ha sido presentada al Directorio y/o representante legal de la empresa.	Capítulo 1	10
<b>GC2</b>	Indique si existe para los integrantes del órgano máximo de gobierno una política de participación en otros directorios.	Nota 10	N/A
<b>GC3</b>	Señale la frecuencia temporal de participación en los mismos (mensual, trimestral, semestral, anual, etc.).	Capítulo 2	17 a 19
<b>DSCL14</b>	Indique si se ha realizado un estudio de clima laboral en su organización.	Capítulo 5	66
<b>DSCL15</b>	Señale las principales medidas implementadas para la gestión del clima laboral, a partir de los resultados del estudio de clima laboral.	Capítulo 5	66
<b>DSCL16</b>	Porcentaje total de personas que fueron promovidas a un cargo superior, como proporción del total de trabajadores.	Capítulo 5	83
<b>DSCL17</b>	Porcentaje de vacantes internas ocupadas por trabajadores de la organización.	Capítulo 5	83
<b>DSCL18</b>	Nº de iniciativas diseñadas con clientes/consumidores que están implementadas o en proceso de desarrollo.	Capítulo 4	48 a 49
<b>DSCL20</b>	Describa las prácticas en temáticas de consumo responsable de producto/servicios para los clientes/consumidores	Capítulo 4	48 a 49



## 7.2 NOTAS GRI

### NOTA 1: G4-14

Dentro de la operación de Easy, no se ha estudiado todavía el impacto ambiental en relación al principio de precaución señalado en el indicador.

### NOTA 2: G4- EN29

En Easy durante el año 2015 no registramos multas económicas y sanciones no monetarias relativas al incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental. No obstante todas nuestras empresas han cumplido la normativa, hemos realizado un consumo de agua superior a nuestras expectativas. Por ello, actualmente estamos trabajando para implementar su monitoreo y gestionar un mejor uso del recurso hídrico. Junto con ello, tenemos plazo hasta el año 2030 para cambiar el uso del gas R22, usado para refrigeración por otros gases menos contaminantes.

### NOTA 3: G4-EN30

No se cuenta con la información requerida, pero existe el compromiso de desarrollar las herramientas que permitan su medición para el Reporte 2016.

### NOTA 4: G4-LA4

Actualmente no contamos con protocolos acerca del número de semanas específicas de pre-aviso a los sindicatos por cambios organizacionales que los pudieran afectar, no obstante nuestros canales de comunicación internos, como los boletines mensuales, las revistas "Nuestro Mundo" y la radio interna son mecanismos efectivos de comunicación y aviso ante cambios que comprometan a los colaboradores de Easy.

### NOTA 5: G4-HR3

Durante el año 2015 no se registraron casos judiciales (en curso o finalizados) sobre situaciones de discriminación.

### NOTA 6: G4-S06

Durante 2015 no se realizaron contribuciones políticas económicas ni en especies, tanto directa como indirectamente.

### NOTA 7: G4-S07

Durante 2015 no se recibieron en Easy Chile S.A. demandas por competencia desleal, prácticas monopolísticas o contra la libre competencia.

### NOTA 8: G4-S08

En lo que respecta a nuestras responsabilidades legales, durante el 2015 no fueron cursadas multas monetarias o sanciones no monetarias significativas en temas sociales o comunitarios.

### NOTA 9: G4-PR6

Durante el año 2015 entre los productos que vende Easy no se registraron productos cuestionados, prohibidos o en litigio por sus componentes o funcionamiento.

### NOTA 10: GC2

El directorio de Cencosud aprobó una política (PO015), la cual señala que se espera que cada Director destine exclusivamente al desempeño de su cargo, todo el tiempo que le sea necesario para el adecuado y diligente cumplimiento de sus deberes como Director.



*Vivamos mejor*

MATERIALIDAD, CONTENIDOS, DISEÑO  
Y DIAGRAMACIÓN:  
[WWW.GESTIONSOCIAL.CL](http://WWW.GESTIONSOCIAL.CL)





*Vivamos mejor*

[www.easy.cl](http://www.easy.cl)