

REPORTE SOSTENIBILIDAD 2020

Mensaje del Gerente General

Pese al difícil, complejo e incierto escenario que nos ha tocado vivir en el último año, yo no puedo sentir más que orgullo.



He visto un equipo cohesionado, fuerte y resiliente, con ganas de innovar y de dar lo mejor de sí para seguir entregando nuestros productos y servicios a nuestros clientes, la principal inspiración y motivación de Imperial.

Iniciamos el año siendo afectado por el COVID-19 que vino a cambiarlo todo y que ha transformado la forma en que nos relacionamos y convivimos. Todas las actividades económicas han sido impactadas, y nosotros como todos, hemos debido adaptarnos a las nuevas circunstancias y en ese camino, la pandemia también nos hizo más patente que nunca quienes somos: una empresa que es parte del tejido emprendedor de este país. Mueblistas, maestros, pequeños constructores y familias nos necesitan para llevar adelante sus proyectos. Ocupamos un espacio único, lo que implica un gran honor y una gran responsabilidad.

La continuidad operacional fue sin duda lo que marcó la gestión del período reportado, por lo que nos centramos en cuidar a nuestros colaboradores y su salud, y en fortalecer los canales de venta online, que ya veníamos trabajando. Todo ello teniendo como telón de fondo siempre nuestros tres pilares de desarrollo estratégico: sostenibilidad, crecimiento y rentabilidad.

Una vez declarada la pandemia, en marzo de 2020 creamos un Comité de Crisis que fue responsable de analizar día a día la situación

sanitaria del país y de nuestro equipo, tomando medidas rápidas y efectivas con el Comité Ejecutivo. Teletrabajo, protocolos, capacitación constante, servicios de salud especiales para nuestros trabajadores, y entrega permanente de elementos de protección personal fueron algunas de las medidas que nos permitieron mantener nuestra operación y el bienestar de todas las personas que forman parte de Imperial.

Nuestros esfuerzos rindieron frutos. Desarrollamos una serie de buenas prácticas, reconocidas por la autoridad sanitaria que en sus visitas solo tuvo buenos comentarios para nuestra gestión, basada en el Manual de Mejoramiento Operativo COVID-19, una guía dinámica y en permanente actualización, y que es puesto en práctica en todas nuestras instalaciones.

En términos de venta, la estrategia digital fue un éxito. Creamos una nueva plataforma de comercio electrónico, implementamos nuevos softwares y una aplicación móvil para despachos, entre otras mejoras. A través de nuestra web, sumamos 100 mil clientes nuevos, llegando a un total de 140 mil. Las visitas a nuestra web crecieron en un 262% respecto de 2019, mientras que las compras online lo hicieron en un 1070% en comparación al período anterior. Además, se realizaron 6.211 ventas a través de la aplicación Imperial, que cuenta con más de 30 mil descargas. Todo ello nos llevó a un aumento de 6.4% de las ventas globales respecto del 2019.

La contingencia no permitió que dejáramos de lado otras iniciativas de largo plazo que para nosotros son fundamentales como la de seguir robusteciendo nuestra oferta de productos sustentables. A través de ellos, promovemos cambios en el consumo responsable de agua, energía y en la gestión de residuos. En 2020, realizamos campañas vía correo electrónico y destinamos apartados especiales en la web, incentivando a los clientes especialistas a preferir las líneas ecosustentables.

Por otra parte, y respondiendo al contexto, mantuvimos los plazos de pago a pequeños proveedores de servicio, con un promedio de 13 días, manteniendo el plazo logrado en 2019.

No puedo sentir más que orgullo de liderar un equipo tan potente como el de Imperial donde nuestro compromiso con la mejora continua y la sostenibilidad se mantiene intacto, y los obstáculos sólo nos hacen más fuertes.

Los invito a conocer el detalle de nuestra gestión en las siguientes páginas, y dejo las puertas abiertas para los comentarios y sugerencias que cada uno de ustedes, como lectores, nos quieran hacer.

RODRIGO FUENZALIDA
GERENTE GENERAL



Nos inspira ser el especialista de especialistas.

102-16



NUESTRA MISIÓN

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



NUESTRA VISIÓN

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

Los valores que nos movilizan



HONESTIDAD

Creemos que las relaciones de confianza son la base de nuestro trabajo, por lo que la integridad de cada miembro de nuestro equipo es fundamental. Por ello, fomentamos la verdad ante todo y brindamos los espacios para comunicarnos.



RESPETO POR LOS COMPROMISOS

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



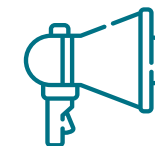
INNOVACIÓN

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



AUSTERIDAD

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



COMUNICACIÓN

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



RESPETO POR LAS PERSONAS

El respeto es uno de nuestros valores principales, ya que es la base para mantener buenas relaciones, tanto entre los miembros de nuestro equipo como con nuestros clientes, proveedores, otras instituciones y comunidad en general. Nos esforzamos para mantener relaciones respetuosas entre todos los miembros de nuestra organización.



TENEMOS 46 AÑOS DE EXPERIENCIA



1974

Fundamos e iniciamos la operación de la Gran Ferretería Imperial en la comuna de La Granja.

1990

Creamos el negocio de maderas, atendiendo las necesidades de mueblistas y clientes particulares.

1999

Inauguramos nuestra primera sucursal –Imperial Quinta Normal– actualmente denominada tienda Imperial Mapocho.

2007

El 60% de ferretería Imperial es comprado por Sodimac S. A. incorporándonos al grupo SACI Falabella, con quienes compartimos una mirada centrada en la sostenibilidad y la reducción de nuestros impactos.

2008

Consolidamos el plan de expansión, inaugurando tiendas en las ciudades de Viña del Mar, Talca, Concepción y en el Gran Santiago, en las comunas de San Bernardo y Huechuraba.

2009

Abrimos la tienda Imperial Temuco, en la Región de la Araucanía.



2010

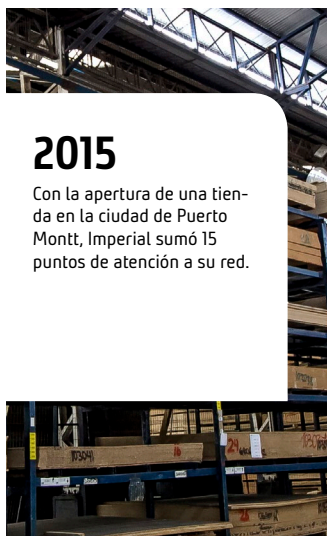
Inauguramos la tienda Imperial Hualpén – región del Biobío – y la planta RTA (Ready to Assemble) en Santiago, que nos permitió contar con líneas de producción flexibles.

2014

Obtuvimos la certificación FSC en cadena de Custodia (SA-COC-004454) y FSC en maderas controladas (SA-CW-004454).

2015

Con la apertura de una tienda en la ciudad de Puerto Montt, Imperial sumó 15 puntos de atención a su red.



2016

Comenzamos las operaciones de la nueva bodega principal La Martina, equipada con avanzada tecnología y beneficiando los procesos logísticos. Además, implementamos el proyecto de autoservicio en la tienda de Huechuraba, agilizando la atención.

2017

Abrimos una tienda Imperial en la ciudad de La Serena.



2019

Inauguramos en la tienda Imperial de Huechuraba, el Centro de Experiencia del Mueble (CEM), un lugar donde los profesionales de la industria del mueble podrán enterarse de las últimas tendencias en materiales, soluciones y organización del mobiliario.

2020

Nueva plataforma de comercio electrónico en www.imperial.cl

Implementación de software WMS en sección de fierros.

Nueva aplicación móvil de despacho.



NUESTRA CADENA DE VALOR

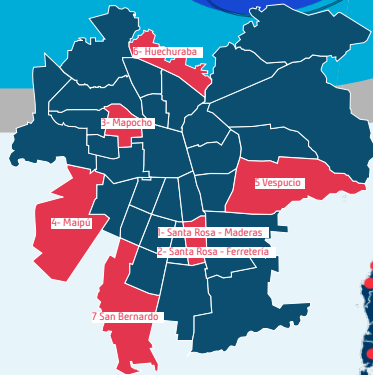
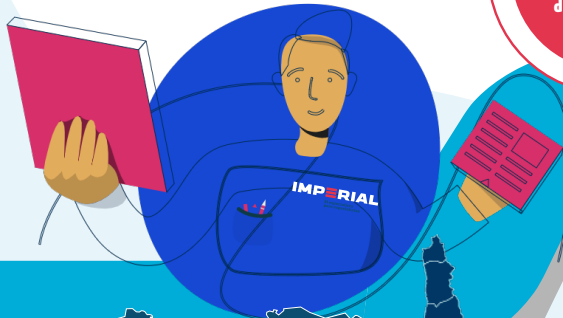
APROVISIONAMIENTO



411

proveedores de
productos y
servicios

85%
de proveedores
nacionales



La Serena

Mercados

Viña del Mar
Valparaíso
Rancagua
Talca
Concepción
Hualpén
Temuco
Puerto Montt

- Obras nuevas
- Mantenimiento y reparación del hogar
- Mejoramiento del hogar

Principales productos

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

INFRAESTRUCTURA



planta RTA (ready to assemble).

1



15

tiendas

2

oficinas
centrales



1

Centro de
distribución

3

bodegas satélite de
10.000m²
cada una



CLIENTES



Empresas
(constructoras medianas y
grandes)



Mueblistas
Maestros
(contratistas, pequeños
especialistas)



Familias
(dueños y dueñas
de casa)

PRINCIPALES SERVICIOS



- Mecanizado, corte y enchapado en todas las tiendas
- Arriendo de maquinarias y herramientas
- Todo tipo de trabajo a tableros y maderas
- Tintometría, con planta de pinturas en tienda Mapocho que permite crear y recrear colores en múltiples calidades



RESULTADOS

15.120

productos SKU en tienda y web

MM \$220.000

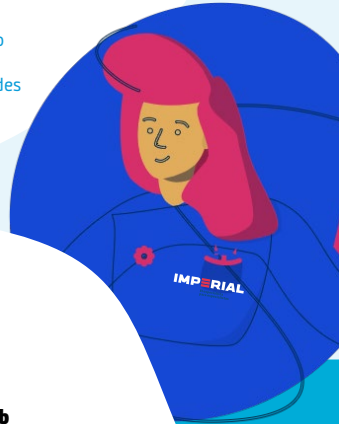
en ventas.

MM \$4.000

en ventas WEB.

6,4%

crecimiento en
ventas



PARTICIPACIÓN GREMIAL

[102-12,102-13]

Somos conscientes de nuestro rol público como empresa y participamos gremialmente en organizaciones que fomenten la responsabilidad y ética corporativa, así como en asociaciones gremiales de la industria constructiva, en las que contribuimos con nuestras cuatro décadas de experiencia y aprendemos buenas prácticas que vayan en directo beneficio de nuestras operaciones, colaboradores, proveedores y clientes.



Pacto Global
Red Chile

Pertenecemos a esta iniciativa global, comprometiéndonos a promover y fomentar la integración de los 10 principios del Pacto Global de las Naciones Unidas, a través de nuestra estrategia corporativa.



Nuestra participación nos permite estar actualizados en temas de responsabilidad empresarial, gestión de negocios y contribuir a las nuevas regulaciones y buenas prácticas de gobernanza para las actividades de negocio.



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



GOBIERNO CORPORATIVO

Directorio

[102-23, 102-24]

El Directorio es nuestro máximo órgano de gobierno y está conformado por siete directores titulares, quienes son elegidos cada tres años por la Junta de Accionistas y, en respuesta a la Ley 18046 sobre Sociedades Anónimas, uno de los directores es independiente; es decir, no es accionista de Imperial y nunca ha tenido un cargo ejecutivo en la organización.

El Directorio tiene la responsabilidad de dar las directrices y lineamientos para el funcionamiento de Imperial, supervisar su gestión, garantizar el cumplimiento y responder a las expectativas de los accionistas. Durante 2020, sesionó en 6 ocasiones, 5 de ellas vía Internet, debido a la pandemia.

Imperial cuenta con una directora a cargo del pilar corporativo de sostenibilidad, quien supervisa los avances de Imperial en temas sociales, ambientales y económicos, a través del Comité de Directores de Sostenibilidad. Este se reunió en tres ocasiones durante 2020.

En agosto, el Directorio aprobó la nueva Política de Medioambiente y Cambio Climático, que contribuirá a lograr las metas y avances, como parte del compromiso con el desarrollo sostenible y el cumplimiento de la normativa ambiental. La nueva política se enfoca en reducir los impactos de la operación y disminuir progresivamente nuestra huella de carbono.

DIRECTORES

Juan Pablo del Río Goudie

PRESIDENTE



Arquitecto

Alejandro Arze Sañan

DIRECTOR



Ingeniero Comercial

Francisco Torres Larraín

DIRECTOR



Ingeniero Civil Industrial

Valentín Carril Muñoz

DIRECTOR



Ingeniero Comercial

Enrique Cabo Osmer

DIRECTOR



Ingeniero Comercial

Eduardo Mizón Friedemann

DIRECTOR



Ingeniero Civil Industrial

Margarita Cabo Osmer

DIRECTOR



Diseñadora Industrial

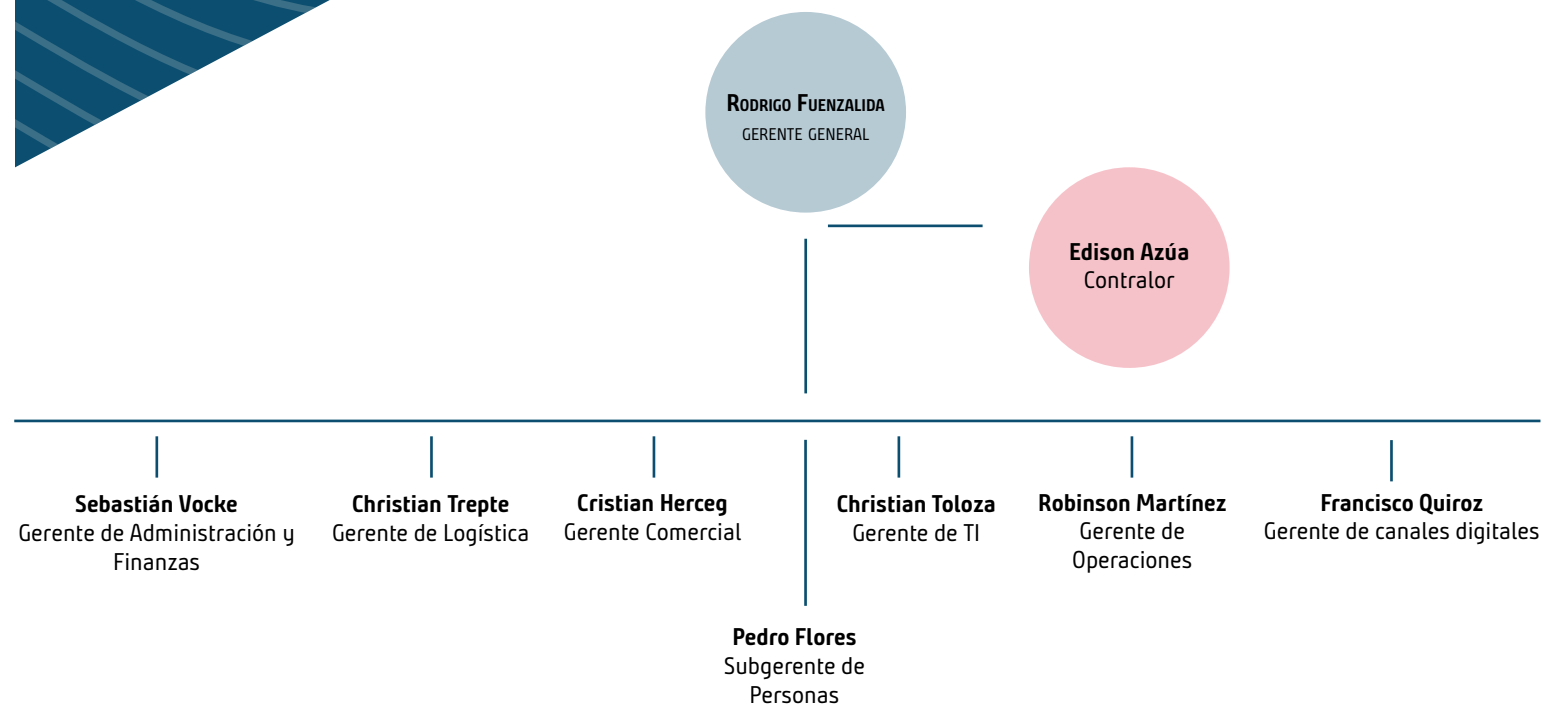
Administración

[102-19]

Nuestro equipo de administración se compone por el gerente general, seis gerentes, un contralor y un subgerente. La administración tiene la responsabilidad de ejecutar la estrategia de Imperial, materializar las directrices encargadas por el Directorio y garantizar la consecución de metas en nuestros tres pilares corporativos: crecimiento, rentabilidad y sostenibilidad.

En nuestras tiendas, la administración consiste en un gerente de tienda, tres jefes y un encargado de recursos humanos.

Los ejecutivos, tanto de administración como de tienda, son atraídos y seleccionados según su experiencia y capacidades y, durante su trayectoria laboral, son continuamente formados en temas de competencia justa, anticorrupción e integridad corporativa.



COMITÉS ESTRATÉGICOS

[102-22]

Mantenemos ocho comités ejecutivos con el objetivo de abordar decisiones estratégicas para Imperial de manera rápida y especializada en materia económica, social, ambiental y de gobernanza. Los comités están integrados por directores y miembros de nuestra administración quienes, a partir de la comunicación establecida con los distintos grupos de interés, recopilan información relevante para la administración estratégica de Imperial.



Comité de Gestión

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



Comité de Tecnología de la Información (TI)

Revisa el estado de las TI y el análisis de las inversiones necesarias para su desarrollo.



Comité de Sostenibilidad

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



Comité de Crédito

Analiza el estado de las políticas de crédito a clientes.



Comité de Auditoría

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



Comité de Riesgos

Diseña, coordina y vigila la correcta implementación de la gestión de riesgos alineándola al cumplimiento de los objetivos estratégicos de la compañía.



Comité Tributario

Revisa los procedimientos para la correcta gestión tributaria.



Comité de Prevención y Merma

Hace seguimiento a las causas de accidentes de la empresa, proponiendo acciones correctivas y preventivas a fin de disminuir la tasa de accidentabilidad. Además, conduce acciones para generar y fortalecer la cultura de seguridad de la compañía.

Promoción de la ética e integridad

Contamos con un sistema de integridad responsable de garantizar una gobernanza ética y una cultura de integridad en toda la compañía. Nuestras políticas, basadas en la normativa chilena, establecen los comportamientos esperados en las distintas áreas y actividades de Imperial. El sistema comprende:

Política de Libre Competencia

Determina las formas de competencia leal y honesta y prohíbe conductas, en línea con la Ley N° 20393, tales como lavado de activos, financiamiento del terrorismo, cohecho a funcionarios públicos nacionales o extranjeros, así como la receptación de especies.

Código de Integridad

Establece los lineamientos a nivel corporativo y las obligaciones de nuestros colaboradores en materia de cumplimiento, ética e integridad.

Estructura de políticas y procedimientos para la investigación de denuncias

Incentivamos las denuncias oportunas de todas las actividades que puedan estar reñidas con la ética e integridad en nuestro negocio. Además, garantizamos la confidencialidad de las denuncias o preguntas y un juicio imparcial ante los casos presentados. Por ello, el Canal de Integridad es administrado por la Gerencia de Ética del

Grupo Falabella que, siguiendo su Política General y el Procedimiento General de Investigación, analiza e indaga cada uno de los casos de manera confidencial, protegiendo la identidad tanto de quien denuncia como de quienes colaboran con testimonios o datos relacionados.

Canales de integridad telefónicos y digitales

[102-17]

Mantenemos canales para centralizar denuncias, consultas e inquietudes relacionadas con actividades reñidas con la ética, observadas por nuestros colaboradores, clientes, proveedores y otros grupos de interés, las que son debidamente investigadas y sancionadas.



Intranet

Canal de integridad en página web de Imperial.



Correo electrónico

contactochile@gerenciadeetica.com



Telefónico

800 726 100



Oficinas

Oficinas de Gerencia de Ética Corporativa



DENUNCIAS RECIBIDAS Y MEDIDAS TOMADAS



Durante 2020, recibimos un 51% menos de denuncias que en 2019, de las cuáles 21 fueron desestimadas por carecer de fundamento y las restantes 28 fueron investigadas. A fines del período, se habían resuelto y sancionado 13 denuncias.

Medidas tomadas en denuncias resueltas



Campaña "Yo Juego Limpio"

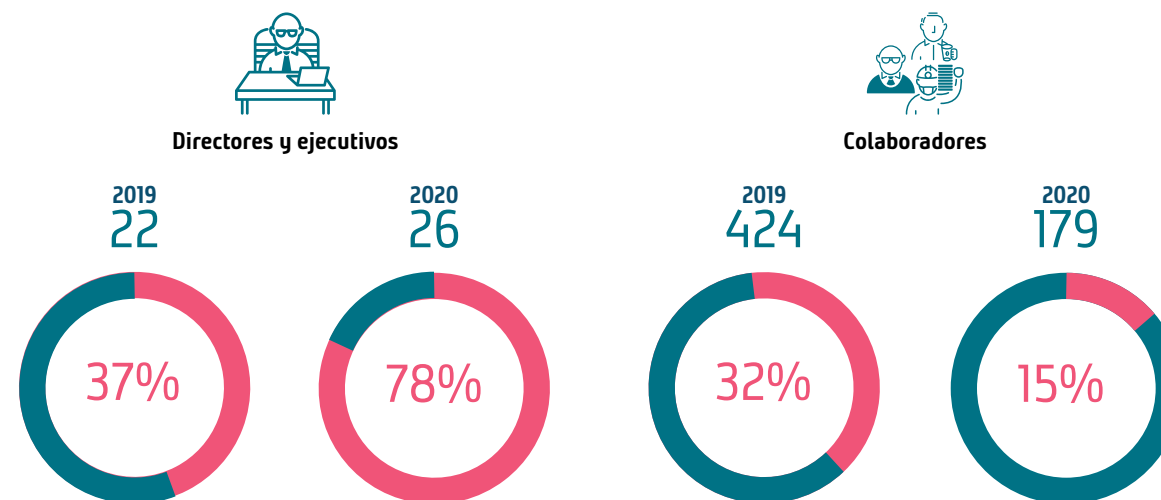
En 2020, dimos continuidad a esta iniciativa que difunde los mecanismos anticorrupción y antisoborno, bajo la premisa fundamental de nunca aceptar ni ofrecer dádivas a funcionarios públicos ni tampoco entre privados.

Como forma de difusión, enviamos comunicados a todos los colaboradores y alojamos información en nuestra aplicación móvil interna "Somos Imperial". Durante 2020, también comunicamos la Guía Práctica de Responsabilidades Éticas en Tiempo de Pandemia, así como la campaña "Un millón de gracias, pero no".

CAPACITACIÓN SOBRE PROCEDIMIENTOS ANTICORRUPCIÓN

[205-2]

Número de colaboradores formados en anticorrupción según cargo



Gestión de conflictos de interés

[102-25]

Durante el año 2020, la Compañía revisó y efectuó un nuevo diagnóstico de los cargos expuestos, ampliando significativamente su número. Esto permitió reducir las brechas y lograr que nuestros ejecutivos completaran satisfactoriamente el formulario "Declaración de intereses, interlocking y partes relacionadas" en la nueva plataforma corporativa. Además, al cierre del año implementamos una nueva plataforma para la declaración de conflictos de interés del Grupo Falabella y acciones de difusión.

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



SERVICIO DE EXCELENCIA

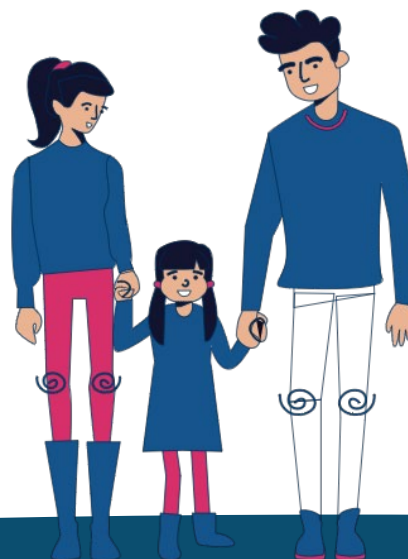
Derechos Humanos en la Cadena De Suministro

Cada una de nuestras decisiones son el resultado de nuestro compromiso con los derechos humanos en toda nuestra cadena de suministro. Adherimos a los Principios Rectores sobre Empresas y Derechos Humanos de las Naciones Unidas y contamos con una Política de Derechos Humanos, Inclusión, Diversidad y No Discriminación, que son las directrices de gestión en todas nuestras oficinas, tiendas, plantas y bodegas.

En nuestros cargos internos y también en la relación con proveedores, clientes y comunidad garantizamos la igualdad de oportunidades, rechazamos el trabajo infantil y forzoso, sancionamos el acoso sexual y laboral y respetamos la diversidad sexual, ideológica, política, religiosa y filosófica de nuestros colaboradores, con el objetivo de fomentar equipos heterogéneos y en los que todos se sientan incluidos.

Gestión de riesgos

Contamos con una Política de Riesgos que establece las directrices para una correcta gestión de los riesgos inherentes a nuestro negocio y operación. Para el proceso de identificación, gestión y control de riesgos, tanto financieros como no financieros, contamos con tres líneas de defensa en las que participan las áreas de auditoría interna.



Primera línea

Consiste en controles definidos por las distintas gerencias de área.

Segunda línea

Comprende las áreas de apoyo, en las que se desarrollan controles financieros, de seguridad física, información, procesos, calidad, cumplimiento, Canal de Integridad y gestión ética.

Tercera línea

Llevada a cabo por la Contraloría, se encarga de verificar que los controles de la primera y segunda línea funcionen correctamente y reporta directamente al Directorio.

Luego, la gestión se lleva a cabo a través de un Comité de Riesgos Mesa de Gerencia, en el que participa el Comité Ejecutivo y sesiona cada tres meses. En la instancia, nuestro gerente general supervisa los riesgos identificados, el proceso de mitigación de riesgos y las matrices atinentes. Una vez al año, el gerente general informa al Directorio sobre la gestión de riesgos.

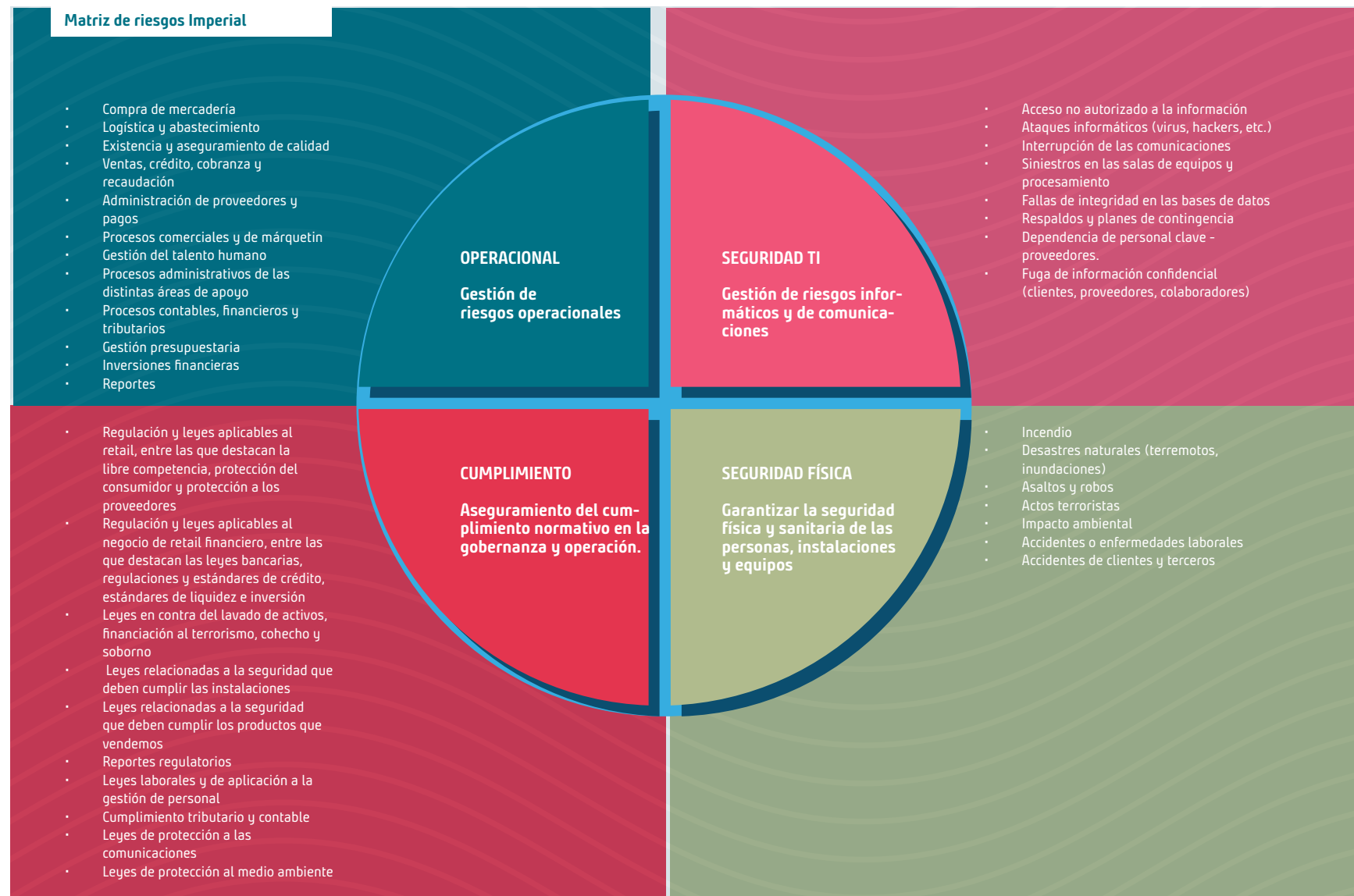
CONTROL Y PREVENCIÓN EN LA OPERACIÓN

En 2020, se tomaron una serie de medidas adicionales para garantizar la continuidad operacional en medio de la pandemia. Además, de manera regular contamos con un plan de auditoría continua que detecta cualquier desviación relacionada a procedimientos contables, financieros y operacionales en oficinas, bodegas, tiendas y centros de distribución.

Las desviaciones detectadas son solucionadas con medidas correctivas de tipo sancionatorio o mediante capacitaciones, dependiendo de su gravedad.

Auditorías realizadas

	2018	2019	2020
Presenciales	153	184	80
Remotas	195	179	12
Total	348	363	92



Estrategia de Sostenibilidad

La sostenibilidad está al centro de nuestro negocio y es uno de nuestros tres pilares de desarrollo estratégico, junto al crecimiento y la rentabilidad.

POLÍTICA Y MODELO DE SOSTENIBILIDAD

Nuestro compromiso está plasmado en la Política de Sostenibilidad Corporativa, que está alineada con los principales estándares internacionales de sostenibilidad y otorga las directrices para las decisiones económicas y operativas que tomamos, así como las relaciones que establecemos con nuestros colaboradores y otros grupos de interés.



Declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social, de la Organización Internacional del Trabajo (OIT)



Líneas Directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) para Empresas Multinacionales



Pacto Global Red Chile

Principios del Pacto Global, de las Naciones Unidas (ONU)



Norma internacional ISO 26000 de Responsabilidad Social

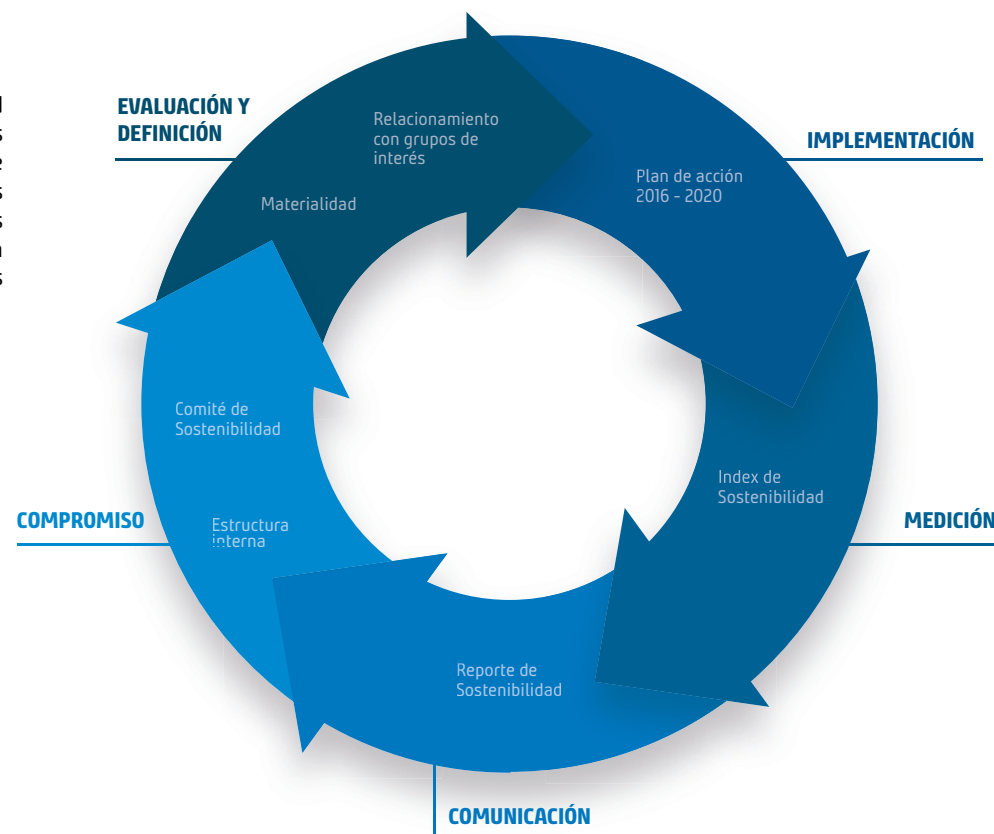


Estándares de reporte de la Iniciativa Global de Reporte (GRI, por sus siglas en inglés).



MODELO DE GESTIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD

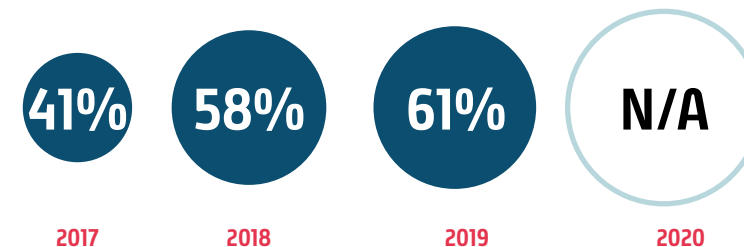
Nuestro modelo de gestión de la sostenibilidad cuenta con cinco etapas, a través de las cuales nos comprometemos en aquellas áreas que sean o puedan ser significativamente afectadas por nuestra operación, concretamos nuestros compromisos, evaluamos el desempeño en sostenibilidad, mejoramos y comunicamos las iniciativas.



ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD

A través de este índice, todas las empresas del Grupo Falabella evaluamos anualmente la gestión sostenible de nuestras operaciones.

El instrumento permite evaluar el nivel de madurez de la sostenibilidad en Imperial, comprendiendo su desempeño, impactos reales y potenciales, decisiones y actividades. En 2020 no se aplicó el Index de Sostenibilidad, como consecuencia de la pandemia. Nuestros esfuerzos se enfocaron en la gobernanza, fortaleciendo la gestión de riesgo, los temas sociales, la capacitación y autocuidado de los colaboradores y tomando medidas para garantizar una operación segura para los colaboradores, proveedores y clientes.



Para la gestión de sostenibilidad, contamos con un Comité de Sostenibilidad bimestral donde participa todo el Comité Ejecutivo. La instancia supervisa los avances del Programa de Sostenibilidad de cada gerencia y trimestralmente rinde cuentas al Comité de Directores de Sostenibilidad, donde también participa todo el Comité Ejecutivo, dos directores de Imperial y el Gerente de Asuntos Legales y Sostenibilidad Corporativa de Sodimac.

ENFOQUE DE RELACIÓN
CON NUESTROS GRUPOS
DE INTERÉS

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

Mantenemos un sistema de relación personalizada para cada uno de los diferentes grupos de interés de nuestra cadena de valor. Nos moviliza una relación transparente, de respeto y confianza, en la que nuestras áreas puedan establecer vínculos de largo plazo con quienes confían o contribuyen a la misión de Imperial.



Grupo de interés	Subgrupo	Foco	Responsable	Canales
Gobierno corporativo	Directorio y accionistas	<ul style="list-style-type: none">• Crear valor empresarial, mantener el crecimiento y el desarrollo económico de la organización.	<ul style="list-style-type: none">• Directorio• Gerente general	<ul style="list-style-type: none">• Sitio web• Reporte anual de sostenibilidad• Intranet• Aplicación Somos Imperial• Diario mural• Correo electrónico
	Comités ejecutivos	<ul style="list-style-type: none">• Crear valor empresarial, mantener prácticas de buen gobierno y de toma de decisiones, acordes con los impactos de la organización y los objetivos del negocio	<ul style="list-style-type: none">• Gerente general	<ul style="list-style-type: none">• Memoria Sodimac• Reuniones de Directorio• Reuniones Comité Ejecutivo Corporativo• Reuniones Comité Ejecutivo Imperial
	Estructura holding	<ul style="list-style-type: none">• Crear valor empresarial y proponer controles y mejoras en beneficio de la organización	<ul style="list-style-type: none">• Gerente general	<ul style="list-style-type: none">• Reuniones Comité de Auditoría• Líneas directas de atención, correo electrónico y teléfono• Junta de Accionistas
Trabajadores	Trabajadores y personal discapacitado	<ul style="list-style-type: none">• Desarrollar un ambiente de trabajo de respeto y buen clima laboral	<ul style="list-style-type: none">• Subgerencia de Personas	<ul style="list-style-type: none">• Sitio web• Intranet• Aplicación Somos Imperial• Diario mural• Correo electrónico• Reporte de sostenibilidad• Encuestas de clima laboral• Comité paritario• Inducciones• Reuniones con jefaturas y Subgerencia de personas
	Familias de los trabajadores	<ul style="list-style-type: none">• Crear oportunidades para el desarrollo de las familias y propiciar la motivación de los colaboradores		

Grupo de interés	Subgrupo	Foco	Responsable	Canales
Clientes	Clientes personas naturales	<ul style="list-style-type: none"> Fortalecer relaciones comerciales Asesorar a los clientes en cuanto a calidad de productos y servicios Satisfacción del cliente 	<ul style="list-style-type: none"> Gerente de Operaciones Gerentes de tienda 	<ul style="list-style-type: none"> Encuesta de satisfacción de clientes Sitio web
	Maestros y pequeños especialistas			<ul style="list-style-type: none"> Newsletter Centro de llamados Imperial TV Folletos informativos
	Grandes empresas y empresas constructoras			<ul style="list-style-type: none"> Libros de sugerencias y reclamos Reporte de sostenibilidad Oficinas comerciales y tiendas Noches mueblistas
	Empresas públicas / ChileCompra			<ul style="list-style-type: none"> Feria y concurso de diseño Imperial Página de seguidores en Facebook Retroalimentación con grupos de interés
Proveedores	Grandes empresas	<ul style="list-style-type: none"> Fortalecer relaciones comerciales, lograr un socio comercial estratégico, satisfacer al cliente y potenciar y apoyar el emprendimiento local 	<ul style="list-style-type: none"> Gerente Comercial Gerente de Logística 	<ul style="list-style-type: none"> Contrato VBA (Vendor Business Agreement) con compromisos y acuerdos comerciales con proveedores de mayor tamaño
	Proveedores nacionales			<ul style="list-style-type: none"> Sitio web
	Proveedores internacionales			<ul style="list-style-type: none"> Reporte de sostenibilidad
	Proveedores de servicios			
	Proveedores de arriendo e instalaciones			<ul style="list-style-type: none"> Reuniones periódicas
	Proveedores del Estado			
	Proveedores pymes			<ul style="list-style-type: none"> Sitio web
Comunidad	Juntas de vecinos	<ul style="list-style-type: none"> Mitigar los impactos negativos de nuestro quehacer y dar empleabilidad local 	<ul style="list-style-type: none"> Gerentes de tienda Subgerentes de Procesos y RSE 	<ul style="list-style-type: none"> Sitio web
	Liceos técnicos	<ul style="list-style-type: none"> Apoyar a jóvenes en sus estudios y su posterior inserción laboral 		<ul style="list-style-type: none"> Centro de llamados Libro de sugerencias y reclamos Reporte de sostenibilidad Reuniones con gerencias
	Cuerpos de bomberos	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar una relación de beneficio mutuo 		<ul style="list-style-type: none"> Correo electrónico Reporte de sostenibilidad Página de seguidores en Facebook
	Estado y organismos municipales	<ul style="list-style-type: none"> Apoyo al cumplimiento de requisitos legales ambientales y asesorías en temas ambientales 	<ul style="list-style-type: none"> Gerente general 	<ul style="list-style-type: none"> Informes específicos a organismos públicos Sitio web Reporte de sostenibilidad Reuniones periódicas o esporádicas Línea directa con Sernac

Desempeño económico

[201-I]

Valor económico generado

En millones de CLP

Ingresos operacionales

	2017	2018	2019	2020
	242.073	265.166	252.024	269.922

Valor económico distribuido

En millones de CLP

	2017	2018	2019	2020
Total	242.073	265.166	252.024	269.922
Gastos operativos	224.44	254.216	212.142	222.037
Sueldos y prestaciones a los trabajadores	16.793	17.961	18.017	18.490
Pago a los proveedores de capital	4.466	3.290	3.547	1.912
Pagos al gobierno	1.466	1.134	1.123	9
Total	247.170	276.601	234.829	242.228
Ventas netas	201.463	220.423	207.273	220.557
Capitalización/Deuda	55.273	65.464	111.151	122.947
Capital/Patrimonio	34.720	36.759	32.456	37.620
Activos totales	89.993	102.222	143.607	160.568

Nuestro desempeño económico es esencial para asegurar la sostenibilidad del negocio en el largo plazo y para generar valor en la sociedad donde estamos insertos, a través de la creación de empleo, la compra de insumos y contratación de proveedores, e invirtiendo con impacto social y medioambiental.

Respecto a los ingresos, durante el 2020 fueron superiores a los del año anterior a pesar de las restricciones de movilidad y confinamiento, logrando acompañar a nuestros clientes en sus proyectos, destacando a su vez e-commerce que creció muy por sobre lo contemplado. De esta forma, logramos cerrar el año con un crecimiento del 6,4%.

El plan de inversión anual priorizó entregar una mejor oferta a través de canales digitales (web y APP), ampliando las funcionalidades en materia de compra de productos y la entrega del servicio de corte de maderas y tableros. Lo anterior se complementa con el modelo de autoservicio implementado en las tiendas de Huechuraba y Reñaca, que han venido ganando participación respecto a las instalaciones con modelo tradicional, logrando obtener buenos resultados. Se aumentó a su vez la capacidad de servicios en tableros, permitiéndole a los clientes mueblistas una mejor calidad de atención y tiempos de respuesta. Adicionalmente, se realizó una inversión importante en la implementación del software WMS, logrando optimizar los procesos logísticos de entrada y salida, permitiendo el control y gestión sobre las existencias en cada centro de distribución.



COMPROMISO TRIBUTARIO

El pago de los impuestos que gravan nuestro quehacer no es solamente una obligación legal sino parte de nuestro compromiso con la comunidad. Por ello adherimos a la Política Tributaria de grupo Falabella, garantizando un estricto cumplimiento de las normas impositivas.

El pago de impuestos lo realizamos de manera centralizada en nuestra casa matriz, como lo indica la normativa chilena. En 2020 los impuestos ascendieron a MM\$ 981

Imperial renuncia al uso de estrategias para evitar el pago de impuesto, paraísos fiscales y transferencias del valor creado. a jurisdicciones de bajo impuesto.

EQUIPO COMPROMETIDO

Quienes trabajan día a día con nosotros son nuestros principales grupos de interés. En 2020, los vendedores, jefaturas y ejecutivos de Imperial fueron resilientes y se comprometieron a cumplir nuestro propósito.

TEMAS RELEVANTES

[103-2, 103-3]

- **Formación y desarrollo de carrera**
- **Ambiente de bienestar laboral**
- **Salud y seguridad ocupacional**

¿Por qué son relevantes?

La generación de competencias y actualización de conocimientos resulta fundamental para la sostenibilidad de nuestro negocio: somos aliados estratégicos de miles de emprendedores y empresas de la industria constructiva. En esta línea, la presión por un servicio de excelencia debe ir acompañada de un ambiente laboral que proteja la seguridad de los colaboradores, así como promueva prácticas saludables en tiendas, oficinas, bodegas y hogares, en este último caso debido a que el trabajo en muchos casos se ha trasladado a las casas.

¿Dónde se genera el impacto?

Nuestros colaboradores son los principales actores de nuestro negocio y quienes reciben los impactos positivos y negativos de nuestra gestión de capacitación, bienestar y seguridad ocupacional.

¿Qué hace Imperial?

A través de la Gerencia de Administración y Finanzas, la Subgerencia de Personas y la Subgerencia de Capacitación y Desarrollo Organizacional, gestionamos continuamente el bienestar laboral, la seguridad, la salud y la formación de nuestros colaboradores en todo el país. Además, hemos formalizado en una serie de políticas nuestra preocupación por los colaboradores, nuestro principal grupo de interés.

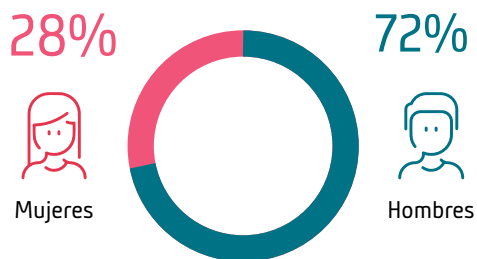
Nuestro equipo

[102-8, 401-1, IMP 12]

Nuestro equipo está formado por 1.216 personas, un 12% menos que en 2019, debido a ajustes económicos de Imperial como consecuencia de la pandemia, que nos obligaron a optimizar los recursos, con el objetivo de garantizar la continuidad de la compañía.

Nuestro equipo está conformado por un 72% de hombres y un 28% de mujeres. Del total de ellos, un 66% se desempeña en la región Metropolitana de Santiago y el 34% lo hace en otras regiones donde estamos presentes.

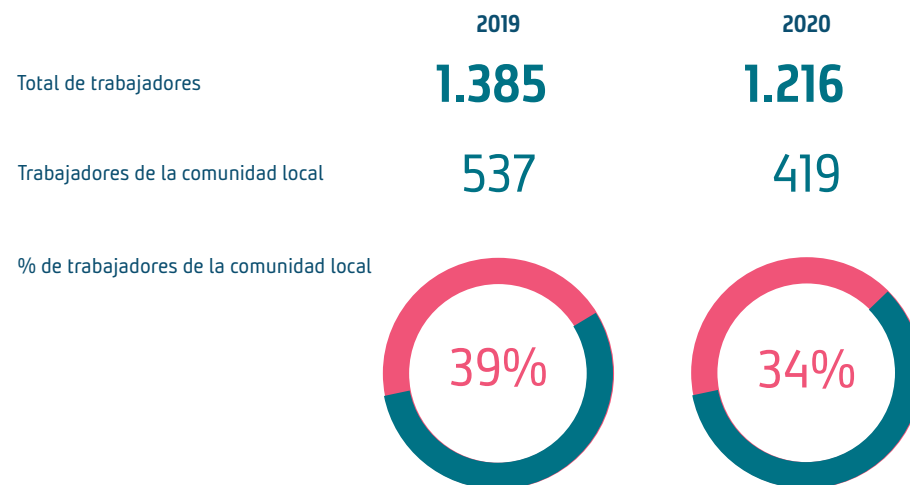
Diversidad en la dotación



TRABAJADORES DE LA COMUNIDAD LOCAL

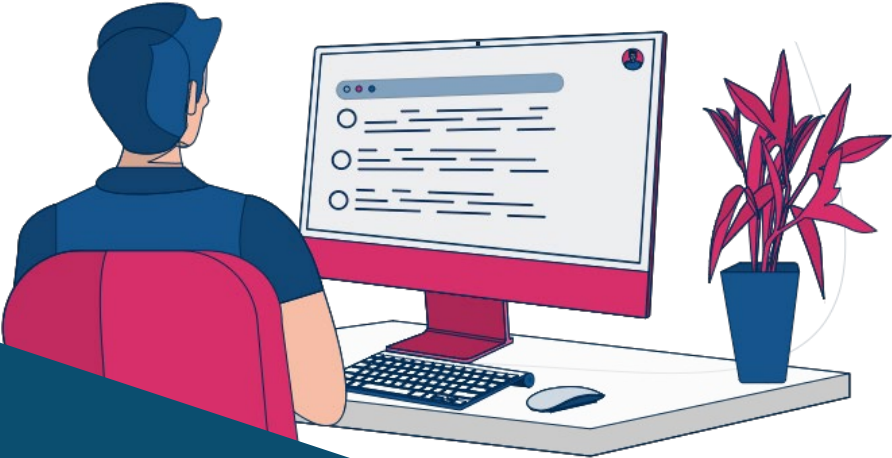
[IMP 47]

Nos motiva fomentar el empleo local y actualmente un 34% de nuestros colaboradores viven en la comuna donde está ubicada la tienda en la que trabaja; es decir, 419 colaboradores tienen menores tiempos de desplazamiento hacia sus trabajos, lo que impacta positivamente en su calidad de vida.



En 2020, el creciente trabajo remoto contribuyó a equiparar los beneficios y un gran número de trabajadores pudo optar a horarios flexibles, los que se pretenden mantener una vez finalizada la pandemia.

Contamos con una Política de Selección y Contratación de Colaboradores, que incentiva la atracción de aquellos que viven en sectores cercanos a nuestras oficinas, tiendas, bodegas y centro de distribución. Además, mantenemos un convenio con la Oficina de Intermediación Laboral (OMIL) de la Ilustre Municipalidad de La Granja, a través de la que difundimos vacantes disponibles y gestionamos puestos de trabajo para personas en situación de discapacidad.



Colaboradores a nivel nacional

Región	2018		2019		2020	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Coquimbo	32	12	29	11	30	11
Valparaíso	63	25	66	23	61	24
O'Higgins	34	14	34	14	31	17
Maule	32	14	29	15	31	15
Biobío	59	31	56	28	51	19
La Araucanía	64	13	63	13	59	14
Los Lagos	40	17	35	15	36	19
Metropolitana	737	280	695	259	580	218
Total por género	1.061	406	1.007	378	879	337
Total	1.467		1.385		1.216	

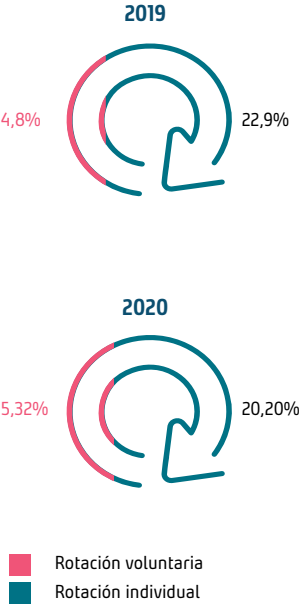
Colaboradores por tipo de contrato

Tipo de contrato	2019		2020	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Indefinido	967	345	850	309
Plazo fijo	16	3	17	4
Jornada parcial indefinido	23	28	12	24
Jornada parcial plazo fijo	1	2	0	0
Total por género	1.007	378	879	337

Colaboradores por tipo de cargo y sexo

Cargo	2019		2020	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Gerentes 1ra y 2da línea	48	4	46	5
Jefes y supervisores	123	48	76	44
Administrativos	247	238	182	193
Fuerza de venta	125	70	121	76
Personal operativo	464	18	454	19
Total por género	1.007	378	879	337

Dotación



Diversidad e inclusión

[405-1]

A través de nuestra Política de Derechos Humanos, Inclusión, Diversidad y No Discriminación establecemos las normas y acciones que rigen nuestro desempeño con los diferentes grupos de interés.

Ofrecemos procesos de selección que incorporan a personas en situación de discapacidad, gracias a que nuestra infraestructura está adaptada para personas con movilidad reducida y nos hemos comprometido a tener en cada una de las tiendas, al menos, una vacante dirigida a personas en situación de discapacidad, yendo más allá de lo exigido por la ley –que nos exige contar con un 1% de personas en situación de discapacidad–. Actualmente, 15 colaboradores con discapacidad trabajan con nosotros en las áreas de venta, operación, administración y bodega. Este número, corresponde al 1,2% de la dotación.

Ofrecemos oportunidades a todos por igual y actualmente contamos con un 9% de extranjeros en nuestra dotación, lo que significa que 111 de los 1.216 colaboradores no nacieron en Chile. Ellos y ellas, proceden de Colombia, Haití, Perú, Venezuela, Bolivia, Cuba, España, India e Italia.

Actualmente, 266 de nuestros colaboradores tienen más de 50 años, para quienes contamos con políticas de inclusión y capacitación que les permitan mantenerse vigentes.

Nuevas contrataciones por edad

	2018		2019		2020	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Menores de 30 años	211	52	67	29	36	10
Entre 30-50 años	240	39	86	25	43	18
Mayores de 50 años	15	1	18	2	8	2
Total por género	466	92	171	56	87	30
Total consolidado	558		227		117	

Dotación por edad

Más de 70 años	4
Entre 61 y 70 años	51
Entre 51 y 60 años	211
Entre 41 y 50 años	328
Entre 30 y 40 años	383
Menos de 30 años	239

Capacitación y desarrollo de colaboradores

[103-2, 103-3, 404-1, 404-2, 404-3]

Fomentamos el desarrollo del talento a través de dos grandes procesos: la Evaluación Anual de Desempeño y el Plan Anual de Capacitación, mediante los que identificamos brechas, necesidades de capacitación y proponemos cursos formativos que apunten a un crecimiento profesional de nuestro equipo.

EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

Los cargos ejecutivos son diagnosticados a través de una evaluación en 360° que consiste en una retroalimentación de sus pares, equipos a cargo, supervisores, jefes directos y clientes.

A todos los colaboradores de las gerencias de Administración y Finanzas, Contraloría, Gerencia Comercial, Gerencia de Operaciones, Subgerencia de Personas y Gerencia Canal Tienda, aplicamos la evaluación en 45°. Esto es que el jefe o supervisor directo califica el desempeño anual de su equipo, a través de un set de criterios atingentes al cargo.

Colaboradores evaluados por tipo de instrumento

	2018	2019	2020
Evaluación 360°	45	43	46
Evaluación 45°	104	252	132
Total	149	295	178

Entre ambos instrumentos, durante 2020 evaluamos al 14,6% de la dotación, un 6,4% menos que en 2019, debido a los recortes en la dotación como consecuencia de la pandemia. El resto de los colaboradores aún no cuenta con una evaluación formal.

Número y porcentaje de colaboradores evaluados por cargo y género en 2020

	Hombres		Mujeres		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Gerencia 1a y 2a línea	41	89%	5	83%	46	83%
Jefes y supervisores	8	6%	3	4%	11	83%
Administrativos	22	16%	6	4%	28	83%
Fuerza de venta		0%		0%	0	83%
Personal operativo	82	18%	11	50%	93	83%

CAPACITACIONES Y DESARROLLO DE HABILIDADES

Enfocamos las capacitaciones en habilidades y competencias que resultan estratégicas para nuestra operación. En 2020, nuestro plan de capacitación puso el foco en la adaptación a nuevas herramientas digitales, que nos permitieron dar continuidad a la operación, y a herramientas para la fuerza de venta y personal operativo, a través de un total de 34.711 horas de capacitación.



Promedio de horas de capacitación por cargo y sexo

	2019		2020	
	Hombres	Mujeres	Mujeres	Hombres
Gerentes 1a y 2a línea	24	0	51	299
Jefes y supervisores	1.784	2.584	859	2.093
Administrativos	9.440	23.944	3.388	4.885
Fuerza de venta	5.260	3.552	808	2.024
Personal operativo	2.606	88	420	19.884
Total	19.114	30.168	5.526	29.185

Actividades formativas

Durante el 2020 reorientamos los programas de capacitación a las herramientas esenciales para enfrentar la pandemia y mantener nuestro estándar de servicio.

Programa desarrollado	Colaboradores capacitados
2019	
Ventas	126
Operación de máquinas diseminadoras	30
Administración logística	8
Operación de grúa horquilla	45
Prevención de estrés laboral	298
Sistema de gestión WMS	65
2020	
Modalidad teletrabajo	234
Dekra COVID-19	74
Nueva mesa de ayuda	54
Prevención COVID-19	1223
Promoción de la seguridad y el autocuidado	224

Horas promedio de capacitación



Fomento de la movilidad interna

Favorecemos la ocupación de vacantes laborales por parte de nuestros colaboradores. En nuestro Manual de Procedimientos para Procesos de Selección y Contratación damos prioridad a la movilidad laboral interna, con el objetivo que nuestros colaboradores desarrollen una carrera en Imperial.

En 2020, se abrieron 28 concursos laborales en todo Chile y, de ellos, el 61% fueron ocupados por colaboradores de Imperial.

Relaciones colectivas

[102-41]

Resguardamos el derecho a la asociación entre trabajadores y fomentamos una cultura de asociación colectiva y diálogo. Actualmente, el 26% de los trabajadores pertenece al sindicato de Imperial y un 100% de la dotación está cubierto por el convenio colectivo.

Bienestar laboral

[IMP19, 401-2, 401-3]

Contamos con una serie de iniciativas para mejorar el clima laboral, tales como premios, reconocimientos y una política de becas y ayudas, que van en directo beneficio de nuestros colaboradores.

Premios



Reconocimiento Espíritu Imperial

Trimestralmente reconocemos al mejor trabajador de cada área con un incentivo económico. Además, una vez al año se premia al mejor de cada área.



Premio Ulpiano Cabo

Premia a los mejores empleados según su antigüedad y evaluación de desempeño.

Becas

Mantenemos un fondo para apoyar con un 50% del arancel, con un tope de un millón de pesos, a los trabajadores que quieran mejorar sus conocimientos y habilidades.

Beneficios

Convenio oncológico	Convenio con Fundación Arturo López Pérez, que otorga planes a valores preferenciales a los trabajadores.
Caja de compensación	Estamos afiliados a la caja de compensación Los Andes, en la que los trabajadores pueden acceder a una serie de beneficios, tales como bonos de educación, acceso a centros recreativos, convenios médicos y dentales, créditos, entre otras prestaciones
Cajas de Navidad	Beneficio para colaboradores con ingreso hasta el mes de agosto de cada año. A quienes ingresaron posteriormente se les entrega una bolsa de Navidad.
Venta con descuentos	Acceso a compras en la tienda con descuentos directos.
Seguro complementario de salud	Beneficio para el personal de jornada completa y parcial y sus cargas familiares, consistente en reembolsos por gastos médicos y financiamiento de copagos no cubiertos por el sistema de salud (Fonasa o ISAPRE).

En 2020, 15 mujeres tuvieron el derecho a feriado legal por parentalidad y de ellas todas hicieron uso del beneficio. Al final del período de feriado post natal, solo un 7% de ellas volvieron a retomar sus funciones durante el 2020, mientras que las colaboradoras restantes deben retornar de su período post natal en 2021.

MEDICIÓN DE CLIMA LABORAL

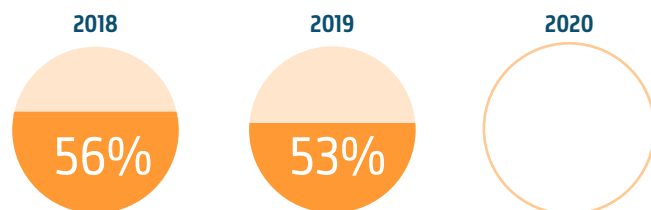
[IMP 35]

Para que nuestros colaboradores tengan siempre al cliente en el centro de sus preocupaciones, nosotros debemos siempre tener en el centro a nuestros colaboradores. Por ello, anualmente aplicamos la encuesta de clima laboral Great Place to Work (GPTW).

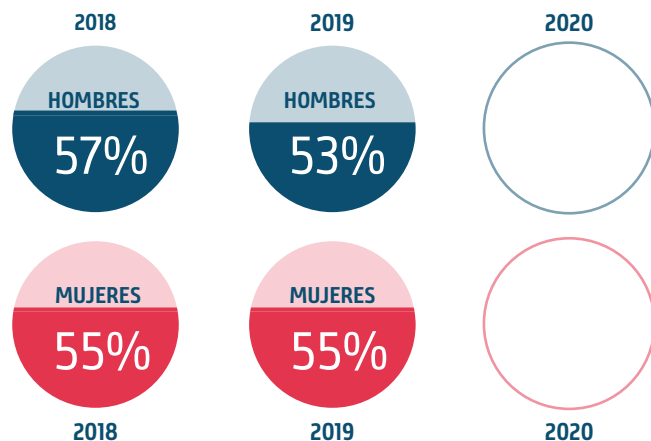
En 2020, debido a la pandemia, decidimos postergar la encuesta hasta 2021, con el objetivo de prevenir contagios. Esto implica que no contamos con datos actualizados sobre clima laboral.



Nivel de satisfacción general con el clima laboral



Resultados de clima laboral por género



Remuneraciones e incentivos

Desde 2019 contamos con un sistema de incentivos para colaboradores de tienda, enfocado en la productividad y la excelencia de servicio a clientes. Este consiste en incentivos monetarios de acuerdo al número de ventas a clientes inscritos y no inscritos en nuestra base comercial. En 2020, adaptamos el modelo e implementamos:

- **Incentivos por nivel de producción para los operadores de las máquinas dimensionadoras**
- **Normalización de los cortes, logrando una clasificación de cortes de madera según dificultad, que es definida de acuerdo al número de cortes, piezas y espesor de las planchas con el objetivo de definir un incentivo monetario según metros de enchape**
- **Nuevos incentivos según cumplimiento de indicadores clave de desempeño para las áreas de administración y finanzas, comercial, operaciones, recursos humanos, sistemas y contraloría**

En el caso de los ejecutivos, los incentivos premian el alineamiento de los gerentes con la estrategia de Imperial. Para ello, se evalúa el cumplimiento de metas económicas, sociales y ambientales, las que monitoreamos a través del índice de sostenibilidad. Sus resultados son uno de los criterios a ponderar en la determinación de los incentivos anuales.

En Imperial contamos con una política de remuneraciones que incentiva el cumplimiento de las metas definidas y asegurar valores de mercado, donde dicha ecuación permita la retención y desarrollo de nuestros gerentes. Por otro lado, la Compañía entrega a los altos ejecutivos un bono anual, el cual se compone por el cumplimiento del plan de ventas, plan de gastos, y rendimiento del área, estos no son exclusivamente indicadores económicos, también se encuentran vinculados a metas sociales y ambientales, como por ejemplo el resultado de la encuesta de clima laboral y medición de satisfacción de clientes.

En 2020 la plana gerencial de Imperial percibió remuneraciones e incentivos por un monto total de M\$ 1.048.129, mientras que en 2019 la cifra alcanzó los M\$ 946.933.

Cabe señalar que el directorio de Imperial no recibe dieta ni remuneración.

RELACIÓN SUELDO INICIAL V/S SUELDO MÍNIMO

[IMP 35]

La remuneración mínima en Imperial, al mes de diciembre de 2020, fue de \$449.189

monto superior en un 41% al mínimo legal del país de \$319.250





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

2019						
Tipo de Cargo 1 Administrativos		Tipo de Cargo 2 Vendedores Retail		Tipo de Cargo 3 Operarios		
Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	
Salario Inicial (CLP)	672.811	501.347	863.950	1.112.817	453.631	415.381
Salario Mínimo (CLP)	298.833	298.833	298.833	298.833	298.833	298.833
Relación %	2,25	1,68	2,89	3,72	1,52	1,39

RELACIÓN SUELDO POR SEXO Y TIPO DE CARGO

La tabla muestra las categorías de cargo cuya base de cálculo es el salario mínimo más una remuneración variable asociada a la productividad y rendimiento del trabajador.

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

	2019					2020				
			Relación sueldo mujeres / hombres					Relación sueldo mujeres / hombres		
	Total sueldo base	Sueldo promedio	Total sueldo base	Sueldo promedio		Total sueldo base	Sueldo promedio	Total sueldo base	Sueldo promedio	
Gerentes 1ª y 2ª línea	2.058.537.098	4.184.018	399.258.567	3.327.155	-20%	2.368.379.854	4.385.889	227.812.965	3.796.883	-13%
Jefes y supervisores	1.965.610.301	1.099.335	901.184.625	883.514	-20%	1.870.130.621	1.137.549	925.950.307	976.741	-14%
Administrativos	832.160.242	436.143	903.273.754	365.402	-16%	784.590.521	470.378	865.288.725	400.597	-15%
Fuerza de venta	635.803.589	373.124	313.540.066	318.638	-15%	613.490.476	381.524	301.951.029	326.787	-14%
Personal operativo	2.133.741.778	346.612	258.507.673	316.799	-9%	2.258.431.820	382.526	60.922.510	267.204	-30%
Total por sexo	7.625.853.008	1.287.846	2.775.764.685	1.525.357	118%	7.895.023.292	1.351.573	2.381.925.536	1.724.740	28%

Salud y seguridad laboral

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

En nuestro rubro, la seguridad siempre ha sido una prioridad. Nuestra Política de Medio Ambiente, Seguridad y Salud Ocupacional formaliza nuestros compromisos en la generación de espacios seguros en tiendas, oficinas y bodegas, señalando las directrices para la prevención de accidentes.

El modelo DEKRA, enfocado en la prevención, fue puesto a prueba a raíz del COVID-19, ya que la prevención de contagios y la continuidad operacional fueron prioritarias.

Gobernanza de la prevención

Nuestros 18 Comités Paritarios de Orden, Higiene y Seguridad –a lo largo del país– convocan al 100% de la dotación. Ellos y ellas, junto con nuestros expertos en prevención de riesgo y la Asociación Chilena de Seguridad, se encargan de sensibilizar sobre prevención de accidentes e incentivar las buenas prácticas.

Identificación de peligros y prevención

Contamos con matrices de riesgos y procedimientos de trabajo específicos para cada actividad, los que son comunicados a los colaboradores a través de un programa de actividades, que comprende iniciativas de sensibilización, así como rutinas de inspección e identificación de riesgos de accidentes.

El principio precautorio se aplica a todas nuestras actividades y colaboradores; junto con denunciar, pueden retirarse de la actividad laboral en curso si la consideran insegura o riesgosa hasta que el riesgo sea eliminado. Además, los colabo-

Gestión e investigación de accidentes

Una vez ocurrido un accidente, la jefatura de tienda informa a la Central de Operaciones de tienda y luego se desarrolla un Comité de Investigación, compuesto por el jefe de tienda en conjunto con el Comité Paritario. El flujo de comunicación e investigación de accidentes depende de la gravedad de accidentes y en caso de accidentes graves se informa al gerente general.

radores pueden utilizar el canal de denuncias para identificar de forma anónima una situación de riesgo. Los peligros identificados son gestionados por la jefatura de tienda, un experto en prevención de riesgos y la Asociación Chilena de Seguridad que es el organismo administrador, en línea con la Ley 16.744. Las tiendas no cuentan con presencia permanente de un experto en prevención de riesgos.

Formación para la prevención

En 2020 desarrollamos cinco iniciativas de capacitación en salud y seguridad, enfocadas en el desafío provocado por la pandemia del COVID-19.

Capacitación	Colaboradores capacitados
• Responsabilidad civil y penal	50
• Protocolo control pandemia COVID-19	1.000
• Recomendaciones psicológicas teletrabajo	98
• Prevención de riesgos en el hogar	98
• Teletrabajo y ergonomía	98

INDICADORES DE ACCIDENTABILIDAD

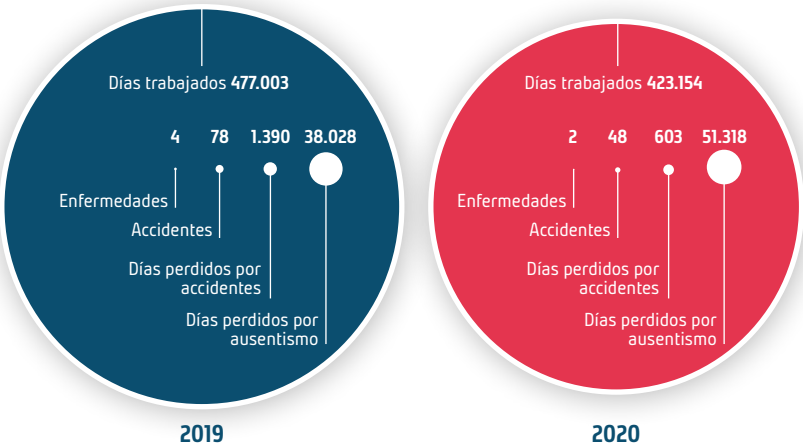
Estamos enfocados en lograr una cultura de seguridad al interior de tiendas, oficinas, bodegas y centro de distribución. En 2020 continuamos con la tendencia de disminuir significativamente el número de accidentes y enfermedades profesionales, así como también de no registrar muertes por accidentes, enfermedades ni tampoco por COVID-19.

En 2020, los días trabajados disminuyeron un 11%, debido a la reducción en la dotación que tuvimos que realizar debido a la pandemia y las consecuencias que las movilizaciones sociales de 2019 tuvieron en algunas de nuestras tiendas. En el mismo período, los días perdidos por accidentes disminuyeron un 57% respecto de 2019, mientras que los accidentes cayeron en un 38% durante el mismo período.

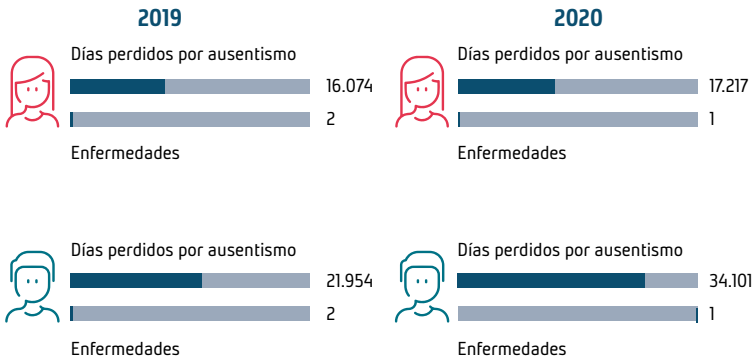
Respecto de los días perdidos por ausentismo, estos aumentaron un 35%, como consecuencia del aumento de licencias médicas por contagio covid-19, que durante 2020 sumaron 60 colaboradores.

A pesar de los buenos resultados, estamos lejos de ser una empresa cero accidentes, por lo que en 2020 continuaremos promocionando una cultura interna de seguridad e incorporando nuevas máquinas y tecnologías que permitan reducir los riesgos de nuestras personas.

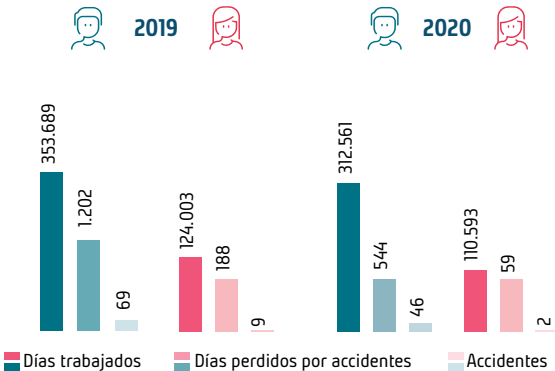
Estadísticas de seguridad totales



Enfermedades laborales según sexo



Estadísticas de accidentabilidad según sexo



Tipo de lesión	2019		2020					
	De alta consecuencia, incluyendo muertes		Totales		De alta consecuencia, incluyendo muertes		Totales	
	Nº	Tasa	Nº	Tasa	Nº	Tasa	Nº	Tasa
Fractura	5	6,4%	5	6,4%	0	0,0%	0	0,0%
Amputación	0	0,00%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Corte	14	17,96%	14	17,9%	10	20,8%	10	18,8%
Caidas	10	12,8%	10	12,8%	9	18,8%	9	18,8%
Torceduras	10	12,8%	10	12,8%	1	2,15	9	18,8%
Quemaduras	1	1,3%	1	1,3%	0	0,0%	0	0,0%
Atrapamiento	11	14,1%	11	14,1%	7	14,6%	7	14,6%
Golpes	15	19,2%	15	19,2%	12	25,0%	10	20,8%
Proyección de partículas	4	5,1%	4	5,1%	3	6,35	3	6,3%
Músculo esquelética	8	10,3%	8	10,3%	6	12,5%	0	0,05
Total	78		78		48		48	

GESTIÓN DE RIESGOS PSICOSOCIALES

En 2020, debido a los resultados del año anterior, nos correspondía aplicar el cuestionario ISTAS extendido de la Superintendencia de Seguridad Social (SUSESO). No obstante, debido a la pandemia, no se desarrolló la aplicación de cuestionario debido a que el instrumento es aplicado presencialmente en tiendas – en computadores dispuestos para la ocasión – y con el objetivo de evitar contagios, se pospuso la aplicación de la encuesta para el año 2021.

MEDIDAS FRENTE AL COVID-19

Una vez declarada la pandemia, en marzo de 2020 creamos un Comité de Crisis que fue responsable de analizar día a día la situación sanitaria del país y de nuestro equipo, tomando medidas rápidas y efectivas con el Comité Ejecutivo.

Desde marzo, todos nuestros colaboradores que cumplen funciones no críticas para la continuidad operacional comenzaron a trabajar desde sus casas. La medida se mantuvo hasta el último trimestre de 2020, cuando se dio la opción de volver a las oficinas o mantenerse con flexibilidad. Las personas con enfermedades de base o pertenecientes a grupos de riesgo fueron enviadas a sus casas, acogiendo su condición y respetando la cuarentena indicada por la autoridad sanitaria según la situación en que se encontraba la tienda de acuerdo con la ubicación de la comuna.

Se estableció un programa de entrenamiento diario de auto cuidado para todos los trabajadores de tiendas, plantas y centros de distribución, además también desarrollamos 3 capacitaciones a todos quienes se desempeñaban vía trabajo remoto. Adicionalmente, entregamos elementos de protección personal como mascarillas, guantes, alcohol gel y escudos faciales. Se establecieron medidas de distanciamiento en espacios comunes como baños y casinos, y se instalaron separadores de acrílico para evitar el contacto y mantener la distancia mínima establecida por la autoridad.

Imperial desarrolló un protocolo de control de crisis con las normas generales que el negocio debía aplicar, y en tiendas, se adaptó a cada sucursal según sus características. Algunas medidas específicas fueron; la instalación de separadores en cajas, mesones de venta, despachos y recepción, evitando el contacto entre clientes y colaboradores.

Se implementaron sanitizaciones semanales con una empresa certificada – adicionales a las realizadas regularmente por cada instalación – e incorporamos señalética COVID-19 en todas las áreas de las sucursales, procurando la seguridad de clientes y proveedores, así como colaboradores.

En los ingresos implementamos tótem de toma de temperatura digital, evitando el contacto del personal de seguridad con clientes y se dispusieron dispensadores automáticos de alcohol gel.

Otras medidas de apoyo al protocolo fue la creación de un número de emergencia, disponible 7 por 24, el cual permite crear un canal para que los colaboradores puedan efectuar denuncias de irregularidades o incumplimiento a los protocolos, y realizar consultas respecto de la contingencia.

Paralelamente a todas las medidas se ejecutó un plan comunicacional que permitió mantener informada a toda la comunidad Imperial de las medidas preventivas y de autocuidado, cifras estadísticas y situaciones de contagio dentro del negocio.



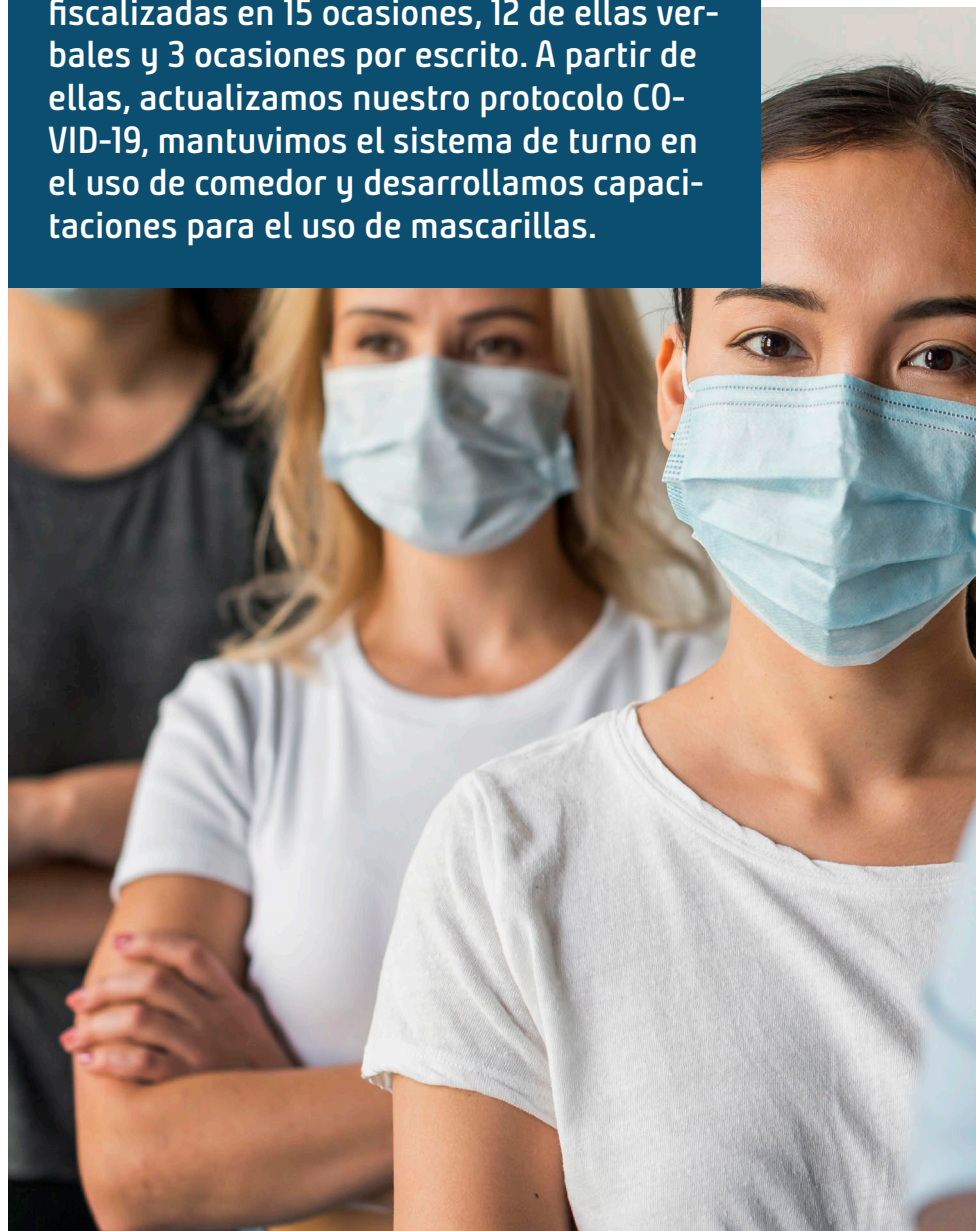
MEDIDAS PARA COLABORADORES

Compensamos las rentas variables de nuestros colaboradores mediante un porcentaje garantizado de acuerdo a las distintas áreas:

- **Centro de corte: 12 personas con 85% garantizado del variable**
- **Vendedores tienda: 8 personas con 75% garantizado del variable**
- **Vendedores mayoristas: 3 personas con 75% garantizado del variable**
- **En septiembre, se compensó a los vendedores mayoristas de las siguientes áreas:**
 - Constructoras: 8 personas
 - Mueblistas: 6 personas

En julio ofrecimos un préstamo blando a los colaboradores con renta variable, como medida paliativa a la contingencia y fue tomado por 37 colaboradores. También ofrecimos ayuda financiera a aquellos colaboradores con renta fija, a través de un préstamo. La medida fue tomada por 12 colaboradores.

En 2020, nuestras tiendas Imperial fueron fiscalizadas en 15 ocasiones, 12 de ellas verbales y 3 ocasiones por escrito. A partir de ellas, actualizamos nuestro protocolo COVID-19, mantuvimos el sistema de turno en el uso de comedor y desarrollamos capacitaciones para el uso de mascarillas.



SERVICIO DE EXCELENCIA

Desde hace 46 años nos motiva ser la mejor alternativa para especialistas. Contamos con una amplia oferta de productos y una atención experta, enfocada en los distintos tipos de clientes que confían en nosotros: pequeños empresarios, maestros mueblistas, intermediarios y consumidores finales.

En 2020 potenciamos nuestra estrategia digital, procurando entregar una alta calidad, asesoría cercana y despachos rápidos a todos nuestros clientes.

TEMAS RELEVANTES

- **Excelencia en el servicio**
- **Calidad y sostenibilidad de los productos**
- **Satisfacción de clientes**
- **Apoyo a clientes especialistas**

¿Qué hace Imperial?

Contamos con una oferta de valor para cada tipo de cliente, bajo los pilares de cercanía y conocimiento experto. Además, mantenemos un Portal del Crédito, en el que los clientes de pequeñas y medianas empresas pueden mantener en línea su documentación y solicitar flexibilidad de pagos.

¿Por qué son relevantes?

Ofrecer una ruta al cliente que le permita encontrar una amplia oferta de productos que cumplan con criterios de calidad y sostenibilidad, al tiempo que son seguros en su uso y disposición, es la base fundamental de nuestro servicio de excelencia. Este foco lo alimentamos con un servicio de excelencia, cercano y especializado, que se enfoca en impulsar a los clientes especialistas, mueblistas y profesionales, dándoles apoyo para generar sus proyectos y negocios.

¿Dónde se genera el impacto?

En los clientes y consumidores, cuyos proyectos y negocios dependen en gran medida de la oferta y servicio que ofrece Imperial, así como sus opciones de crédito y capacitación.

En cuanto a productos, aseguramos la sostenibilidad de sus fuentes de origen y evaluamos constantemente la seguridad en su uso y disposición, para ofrecer un etiquetado responsable. Medimos constantemente la percepción del servicio, gestionando las brechas y manteniendo los aspectos bien evaluados.

Respecto de la logística, estamos digitalizando nuestros canales de venta y distribución, acelerando nuestra estrategia de comercio electrónico y dando respuesta a los cambios en la demanda y las nuevas necesidades de los clientes y consumidores.

Oferta de valor para cada tipo de cliente

[IMP 20]



Mueblistas

Somos líderes de mercado en productos para el mueblista con amplia variedad, existencias y servicios. Mantenemos una relación de socios comerciales con nuestros clientes considerando todos los productos y servicios ofrecidos, tales como corte, enchape de tapacantos, perforado, ranurado y fresado; agregando valor al cliente en su cadena de valor.

Contratistas

Atendemos a contratistas y maestros dedicados a las remodelaciones, ampliaciones y mejoramientos del hogar, con una oferta apropiada de productos y precios muy convenientes.

Constructoras

Son aquellos clientes de constructoras que valoran la atención personalizada, el despacho oportuno, el precio conveniente y apoyo crediticio para potenciar su negocio.

Ferreterías

Corresponde a los pequeños clientes ferreteros, medianos y también grandes, que prefieren Imperial por su amplia oferta de productos, una logística acorde a sus necesidades, un servicio personalizado, un precio conveniente y un servicio de crédito a su medida que beneficia a su negocio.

Empresas

Principalmente, se refieren a empresas e instituciones con proyectos de construcción que valoran la propuesta de amplio mix y de precio conveniente: "Conviene comprar donde compra el especialista".

PREVENCIÓN DE CONTAGIOS EN TIENDAS

[IMP 5]

En marzo establecimos una serie de protocolos para prevenir contagios en tienda:

- **Demarcación de zonas seguras para mantener la distancia**
- **Control de temperatura en accesos de tiendas y bodegas**
- **Limitación de aforos según protocolo de la autoridad sanitaria**
- **Modificación de infraestructura en cajas y módulos de atención al cliente**

Además, la Subgerencia de Capacitación y Desarrollo monitoreó los casos positivos de COVID-19 y prestó colaboración a los trabajadores contagiados o con dudas al respecto.

Reforzamos nuestro centro de llamados e invitamos a los clientes a comprar en línea con retiro en tienda, minimizando los puntos de contacto y con ello los riesgos de contagio.



Transformación digital en el servicio

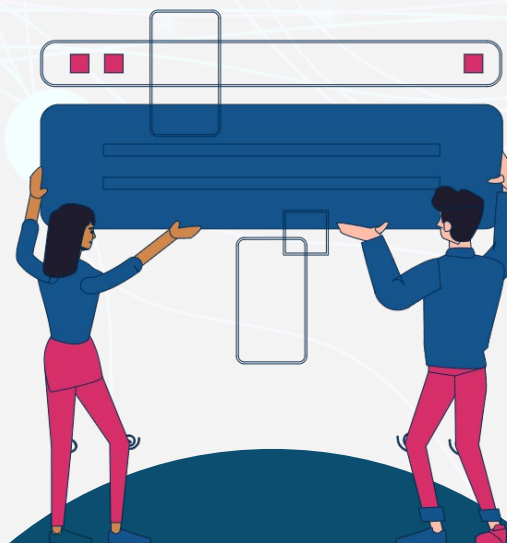
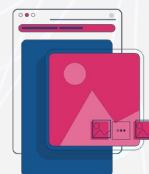
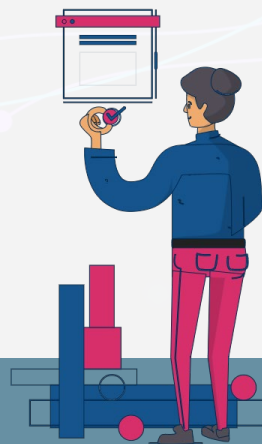
El contexto de pandemia por COVID-19 aceleró nuestro proceso de transformación digital y nos incentivó a equiparar lo ofrecido en nuestra web, con el servicio de tiendas. A través de metodologías ágiles continuamos trabajando en nuestros grandes proyectos de digitalización:

- **Tablet retail:** optimiza la asesoría a los clientes en tienda, dotando de información móvil a los vendedores.
- **Tablet mayorista:** permite a los vendedores entregar información en terreno a los clientes mayoristas, concentrando los procesos de venta y cotización a través de una tableta electrónica.
- **Cazadora app:** aplicación móvil que entrega información oportuna y actualizada a los clientes.
- **Optimizador omnicanal:** permite elaborar planos de corte vía web.

En las tiendas, también continuamos aplicando procesos de digitalización, para dar rapidez y comodidad a la experiencia de compra:

- **Optimizador Auto atención:** permite a los clientes presenciales realizar autogestión en determinadas tareas de compra y generación de planos de corte, disminuyendo los tiempos de atención.
- **Maquinas de pago automáticas:** cajas de pago automatizadas.
- **Tótem de pago y auto atención:** cajas automatizadas con sistema Transbank.
- **Tablet de corte:** permite a los operadores de máquina visualizar los planos de corte de manera digital, reduciendo el consumo de papel y resguardando la seguridad.

En 2020 incorporamos un nuevo sistema de despacho en la sala de ventas, para el retiro de compras realizadas en línea. Además de nuestra página web, también contamos con la aplicación móvil Imperial que dispone de una experiencia integral de compra en el teléfono móvil y, junto con la nueva trazabilidad de pedidos, mantiene informados a los clientes en todo momento sobre el estado de su compra. Además, contamos con sistema de compra en línea y recogida en tienda (click & collect) en 12 de nuestras tiendas.

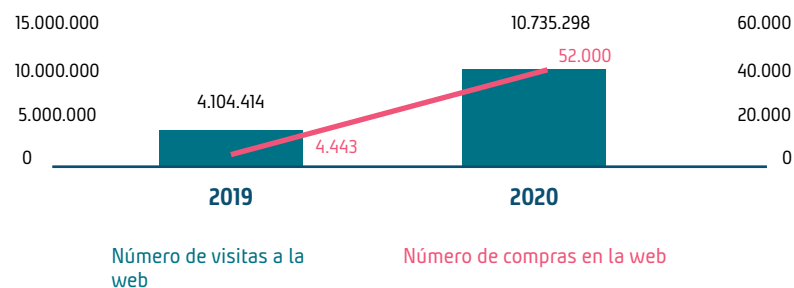


Crecimiento de la venta online

En 2020, a través de nuestra web, sumamos 100 mil clientes nuevos, sumando un total de 140 mil clientes actualmente. De ellos un 86% son clientes que compran con boleta y un 14% con factura.

Las visitas a nuestra web aumentaron en un 162% respecto de 2019, mientras que las compras en web crecieron un 1070% en comparación al período anterior.

Evolución de consumo en web



En 2020 se realizaron 6.211 ventas a través de la aplicación Imperial, que cuenta con más de 30 mil descargas.

Durante el Cyberday, en 2020 también aumentamos en un 353% las ventas respecto de 2019. El evento es impulsado desde 2011 por la Cámara de Comercio de Santiago para impulsar las compras en línea.

Imperial en Cyberday
Ventas realizadas

1.447

2019

6.558

2020

Trabajamos hombro a hombro con los especialistas

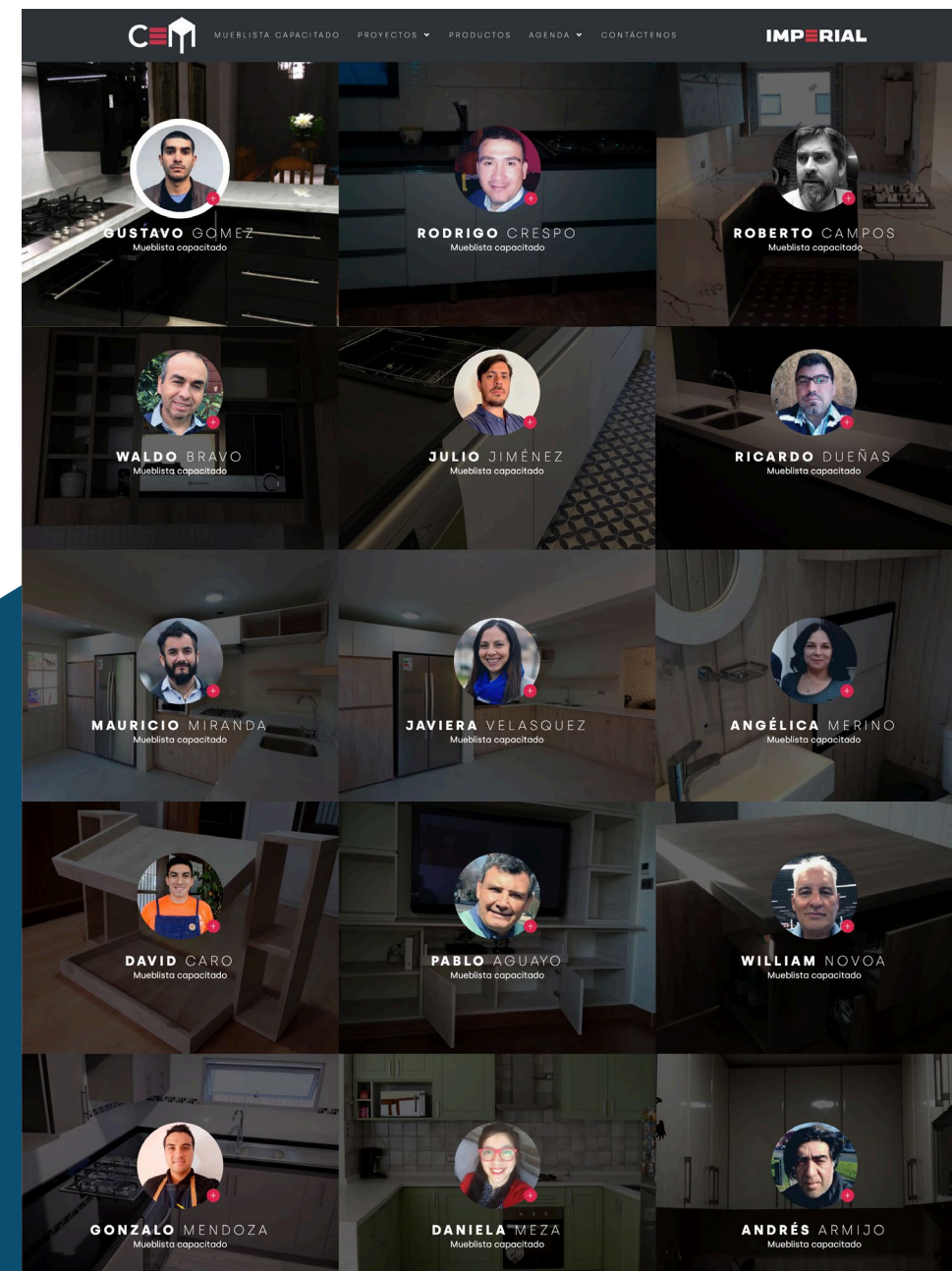
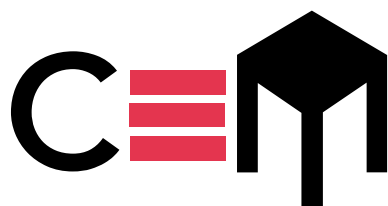
[IMP 25, IMP 26]

A través de nuestro Centro de Experiencia del Mueble (CEM), durante 2020 continuamos convocando a los profesionales del mundo mueblista a las capacitaciones de nuestra Academia CEM Mueblista Capacitado. Desarrollamos un curso de ocho clases, en los que se abordan temas relevantes del mundo mueblista:

- Clase 1 Sistema de cajón.
- Clase 2 Bisagras.
- Clase 3 Elevadores
- Clase 4 Organización vertical.
- Clase 5 Organizadores inferior.
- Clase 6 Organización esquina.
- Clase 7 Sistema de puerta.
- Clase 8 Fijaciones y uniones.

Los alumnos que tienen una asistencia completa y obtienen un promedio sobre 6 en las evaluaciones reciben un certificado de y pasan a formar parte del grupo de mueblistas presentes en la página www.cem.imperial.cl, en la que se promocionan los servicios de especialistas en productos Imperial.

Las capacitaciones fueron en línea –debido a la contingencia– lo que nos permitió aumentar en un 50% las inscripciones al programa y certificar a 45 mueblistas capacitados, quienes tendrán un perfil profesional en la web de CEM.



MÁS QUE NUNCA, APOYANDO A LOS EMPRENDEDORES

Disponemos instrumentos financieros y comerciales para brindar apoyo a pequeñas empresas y emprendedores que desarrollen negocios mueblistas o profesionales con nuestros productos. Cada tienda cuenta con una unidad de crédito y cobranzas, que ofrece soluciones personalizadas a los clientes especialistas, además de cuatro líneas de apoyo:

1

Apoyo a emprendedores con créditos y capital de trabajo

2

Financiamiento a través de pago pro proyecto a emprendedores

3

Plazos de pago asociados a los flujos de proyecto de los emprendedores

4

Plazo de financiamiento sin tasa de interés

En el sitio web de Imperial contamos con el Portal del Crédito, en el que los clientes pueden revisar su cuenta en línea, hacer consultas, solicitar prórrogas de pagos y descargar documentación.

Satisfacción de clientes

[IMP 9, IMP 10]

La satisfacción y lealtad de nuestros clientes es lo que nos moviliza a mejorar. Por ello, diariamente monitoreamos la satisfacción de los clientes a través de encuestas, en línea y en las tiendas, que utilizan el modelo Net Promotor Score (NPS).

Mediante la plataforma Medallia hacemos un seguimiento en línea de las respuesta de los clientes, analizándolas periódicamente por las jefaturas de tienda y dando rápidas soluciones a los casos de reclamo e identificando las principales áreas de insatisfacción con el servicio.

En 2020 recibimos 13.725 encuestas, un 26% más que en 2019, debido al aumento significativo de las ventas electrónicas. Actualmente, la dimensión con menor nivel de satisfacción es la de tiempo de despacho, que fue afectado por las dificultades de movilización durante la pandemia. Estamos trabajando fuertemente en bodegas y tiendas para disminuirlos e informar en línea el estado del pedido, además de prevenir los quiebres de stock.

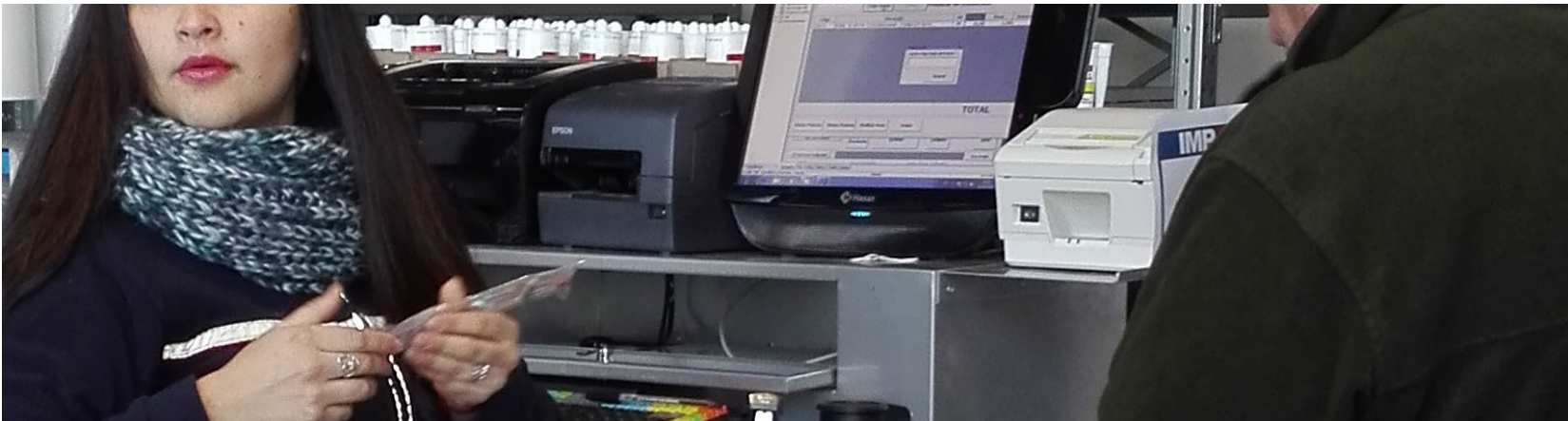
GESTIÓN OPORTUNA DE RECLAMOS

En 2020 incorporamos trabajadores externos como apoyo al servicio de posventa, aumentando la cobertura de nuestro centro de llamados y como respuesta al aumento en la tasa de reclamos que pasó de 0,09% a un 0,34%.

Tasa de reclamos*

2017	2018	2019	2020
0,11	0,10	0,09	0,34

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



Productos de calidad, seguros y sostenibles

[IMP 23, IMP 24, 417-1]

Aseguramos la excelencia de nuestra oferta de productos en tres grandes áreas:



Calidad:

contamos con protocolos y herramientas para verificar la seguridad de los productos y renovar constantemente nuestros equipos de corte, garantizando la calidad de los servicios de corte y tapacanteado.



Seguridad:

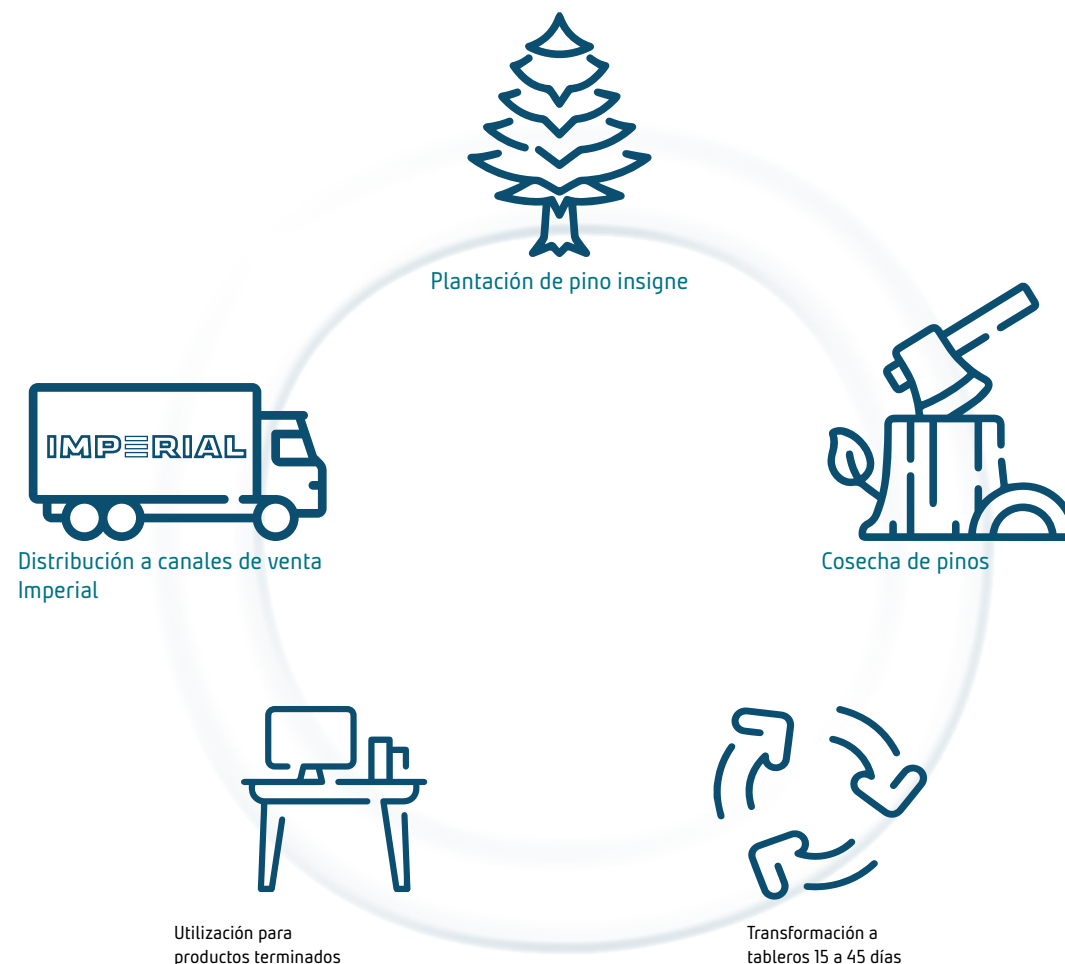
mantenemos estrictos protocolos de corte y nuestro Departamento de Control de Calidad de Servicios Madera supervisa constantemente los procesos de los tableros de melamina en las áreas de dimensionado, bodegas y plantas con el objetivo de mejorar continuamente los acabados de los dimensionados.



Sostenibilidad:

garantizamos la sostenibilidad de nuestros productos verificando sus fuentes de origen. Los terciados, tableros y melaminas son adquiridas a proveedores que manejan sus bosques de manera responsable, certificando sus procesos productivos bajo el estándar FSC. Además, compramos en fábricas que son carbono neutrales o generan energía por biomasa, no talan bosques nativos y cumplen con la normativa ambiental y no presentan incidentes de residuos líquidos, emisiones u olores.

CICLO DE VIDA DE TERCIADOS Y TABLEROS



PRODUCTOS SOSTENIBLES

[IMP 40]

A través de nuestra oferta de productos, promovemos cambios en el consumo responsable de agua, energía y en la gestión de residuos. La estrategia ECO Imperial releva las líneas de productos eficientes y sustentables, cuya oferta se va ampliando anualmente.

En 2020, realizamos campañas vía correo electrónico y destinamos apartados especiales en la web, incentivando a los clientes especialistas a preferir las líneas ecosustentables.

Producción sustentable

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

5%

de las ventas digitales

9%

de las ventas en tienda

Consumo eficiente

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

71%

de las ventas electrónicas y

59%

de las ventas en tienda en categoría baño y cocina.

4,6%

de las ventas en tienda en categoría baño y cocina.

9,2%

de las ventas en tienda en categoría electricidad.

Fabricación sustentable

Productos que aportan a un ambiente interior limpio y sano sin comprometer la eficiencia energética

17%

de las ventas electrónicas y

21%

de las ventas en tienda en categoría pinturas.

Etiquetado responsable de productos

[417-1]

Dotar a los productos de información relevante para su uso, mantención y disposición final es una de nuestras prioridades. Para ello realizamos estrictos procesos de etiquetado de productos, cumpliendo la normativa nacional y abordando las expectativas de los clientes especialistas.

	2018		2019		2020	
	Etiquetados	Total	Etiquetado	Total	Etiquetado	Total
Riesgo para las personas	261	18.867	559	18.860	538	15.073
Con protocolo de vencimiento y disposición	60	123	92	92	86	86
Pinturas y barnices con agua acuosa	467	1.122	499	1.594	475	1.629
Tableros de baja emisión	1.687	1.715	1.086	1.174	767	960
Total	2.475	21.827	2.236	21.720	1.866	17.748

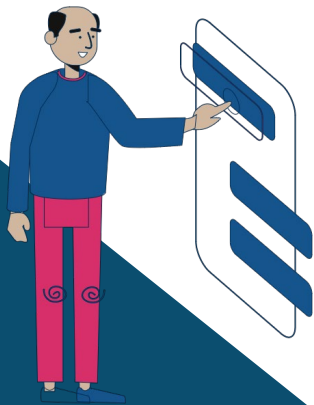
Durante 2020 no registramos incumplimientos relativos a la información y el etiquetado de productos y servicios ofrecidos. Tampoco ocurrieron incumplimientos en comunicaciones de marketing.

EVALUACIÓN DE PRODUCTOS

[416-1]

Evaluamos los impactos reales y potenciales de todos nuestros productos en la salud y seguridad de las personas. En 2020, 538 de ellos presentaron riesgos para la salud –un 4% menos que en 2019– lo que representa un 3,5% del total de productos ofertados.

Los productos cuentan con una ficha técnica con instrucciones para un uso y disposición responsable. Nuestra área de prevención se encarga de verificar el cumplimiento de las normas y estándares de seguridad y calidad en todos los productos, servicios e instalaciones de Imperial.

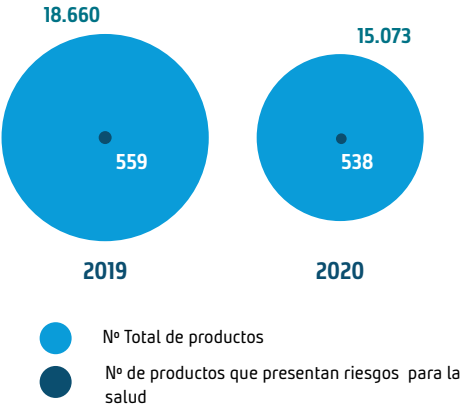


CORNER IMPERIAL

[IMP 41]

En 2020 diseñamos una nueva iniciativa, que comenzará a operar en 2021 y que permitirá a los clientes profesionales y mueblistas desarrollar sus proyectos también en las tiendas Sodimac. El proyecto comprende un espacio físico para el dimensionado y corte de melaminas, entregando presencialidad y agilidad al cliente minorista para que aproveche mejor su tiempo. Corner Imperial complementa el servicio de Sodimac, aumenta la presencia de Imperial y consolida nuestra oferta de valor para clientes profesionales.

Productos que presentan riesgos para la salud



GESTIÓN DE LA CADENA DE VALOR

TEMAS RELEVANTES

[103-2, 103-3]

Desarrollo de proveedores

¿Por qué son relevantes?

El desarrollo y crecimiento de nuestros proveedores resulta fundamental para ofrecer valor agregado a los clientes especialistas y consumidores finales. La puntualidad y seriedad de su operación nutre nuestra oferta de productos, logística y servicio.

¿Dónde se genera el impacto?

El 85% de nuestros proveedores son empresas nacionales y muchas de ellas pertenecen al segmento de pequeñas y medianas empresas.

¿Qué hace Imperial?

Nuestros proveedores participan en la Academia CEM Marca, visibilizando sus productos y proporcionando formación especialista a clientes y consumidores. Además, mantenemos una política de pronto pago a proveedores pequeños y realizamos evaluaciones de salud, seguridad, medioambiente y gestión, para identificar potenciales riesgos y ayudarles a eliminarlos.

Procuramos establecer relaciones de largo plazo con nuestros proveedores a través del marco regulatorio de nuestra Transparencia Comercial Imperial (TCI) vigente desde 2017. Actualmente, contamos con 411 proveedores –un 1% más que en 2019– quienes cumplen un rol estratégico en nuestra operación en las actividades de aprovisionamiento de productos, transporte y logística, arriendo de maquinarias y bodegas, así como prestación de servicios en tiendas.

Los proveedores son evaluados periódicamente bajo criterios de fiabilidad, calidad de servicio, puntualidad y cumplimiento regulatorio.

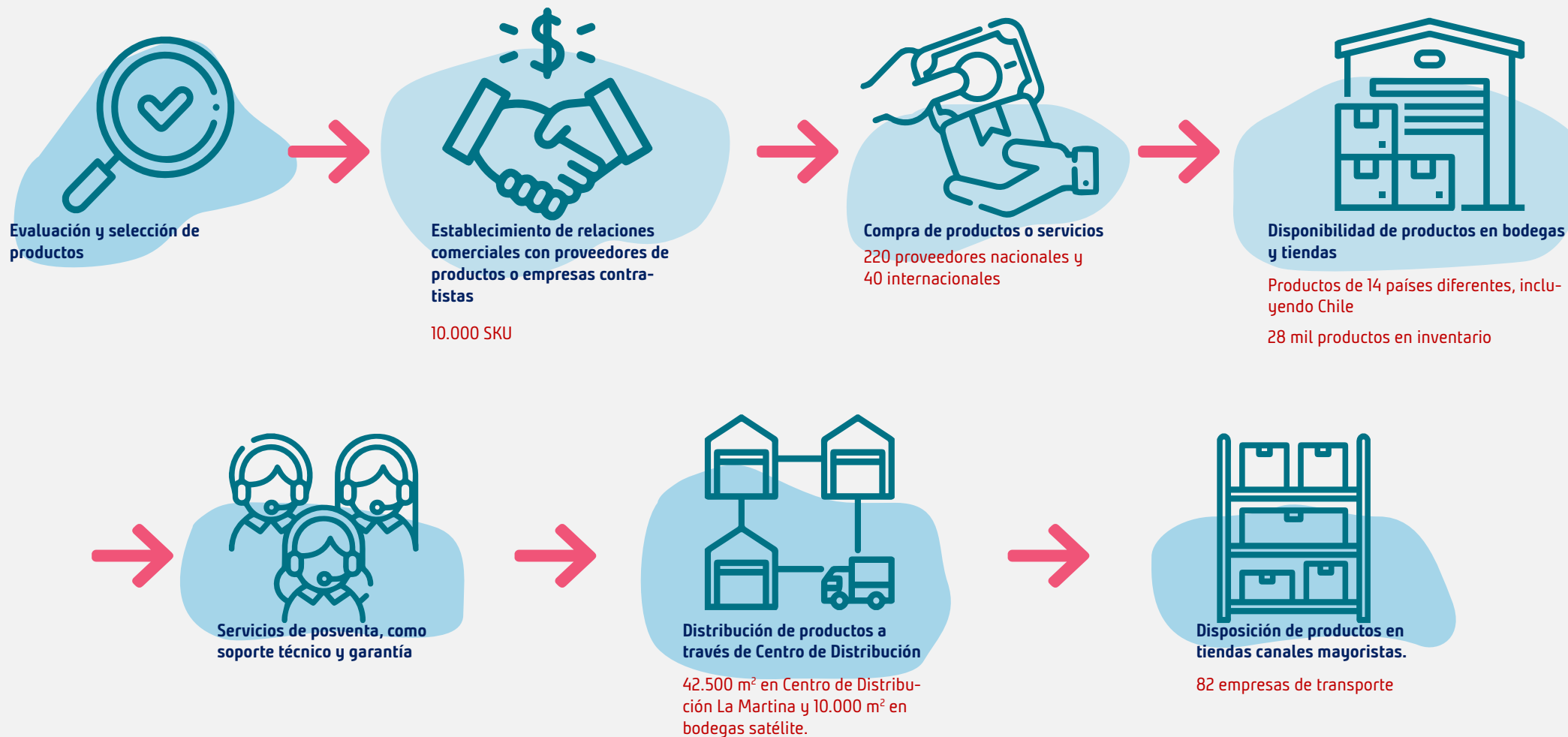
Durante 2020, el crecimiento de nuestras ventas permitió aumentar en un 0,2% los pagos a proveedores, que totalizó un monto de 155.096 mil millones de pesos, de los que un 83% se realizó a proveedores nacionales.

Pago a proveedores (millones de CLP)

	2019	2020
Nacionales	121.000	132.070
Internacionales	34.683	23.096
Total	155.683	155.996

Cadena de valor Imperial

[102-9]

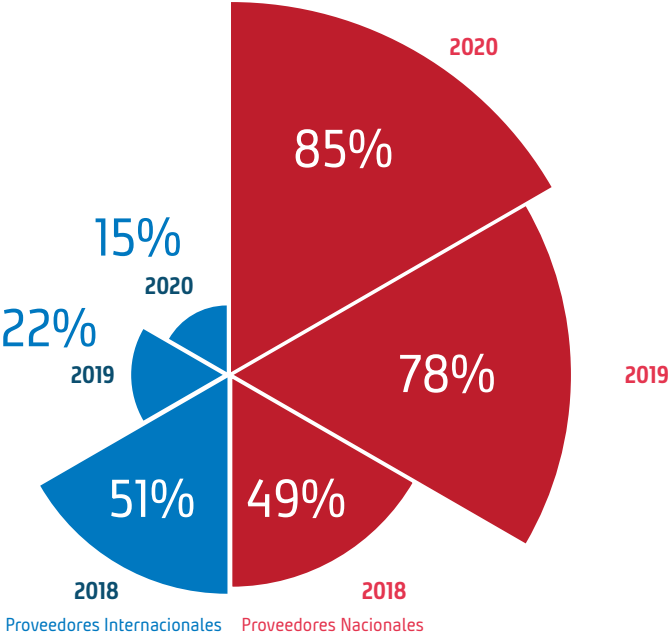


Los proveedores de productos importados provienen de 13 países diferentes de Sudamérica, Europa y Asia. Nuestros proveedores de transporte comprenden una diversidad de organizaciones, desde microempresarios –dueños de su propio camión– hasta grandes empresas.

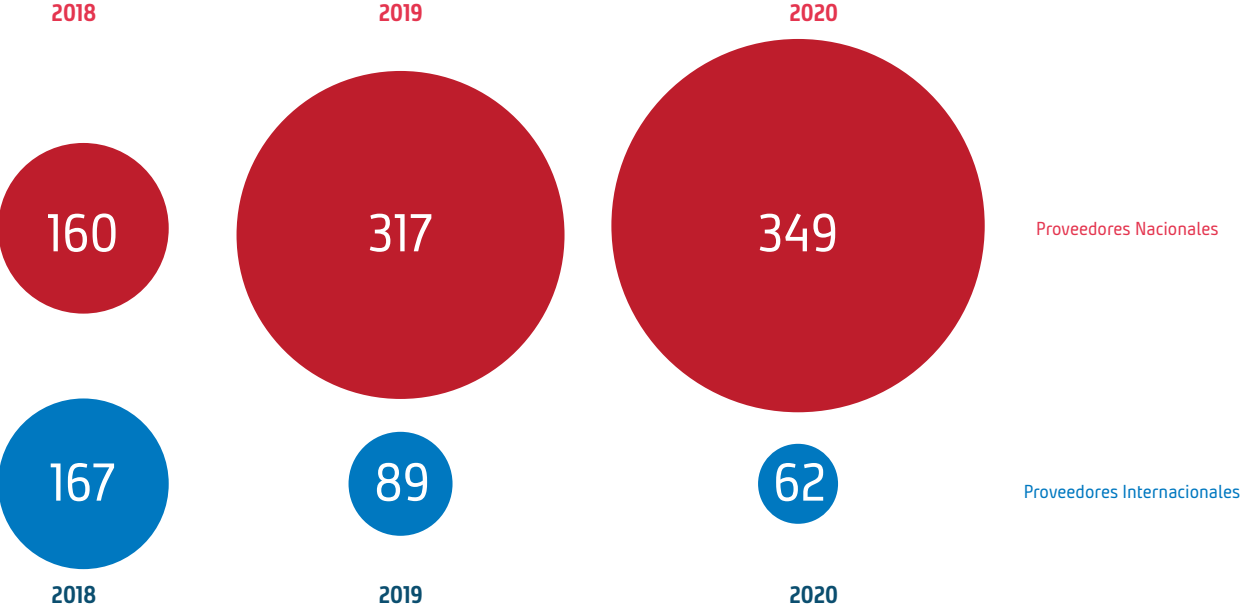
Buscamos crear valor en cada empresa con la que trabajamos, por lo que nos comprometemos con el pago responsable y a tiempo. Nuestra Política de Apoyo a Proveedores Pequeña Empresa señala un plazo máximo de 25 días para el pago a proveedores pequeños.

En 2020, pagamos a los proveedores pequeños en un promedio de 13 días, manteniendo el plazo logrado en 2019.

Porcentaje de proveedores según origen y año
 [204-1]



Número de proveedores según origen y año



CONTRIBUCIÓN AL ENTORNO

TEMAS RELEVANTES

[103-2, 103-3]

- **Eficiencia energética**
- **Uso responsable del agua**
- **Gestión de residuos y circularidad**
- **Gobernanza para la relación comunitaria**

¿Por qué son relevantes?

Gestionar y disminuir los impactos de la cadena de valor es una prioridad de cara a la sostenibilidad de nuestro negocio y como parte de nuestra contribución a la lucha contra el cambio climático. La ecoeficiencia operacional –principalmente, en el uso adecuado de la energía y eficiencia en el uso del agua– permite, junto con reducir costos, disminuir el impacto de nuestra operación en el entorno y contribuir, desde nuestro negocio, a la lucha contra el cambio climático.

Por otra parte, por la naturaleza de nuestra operación, la disminución de residuos es prioritaria para cuidar nuestro entorno, así como mantener una adecuada gobernanza de las relaciones con las comunidades vecinas en las 13 comunas donde estamos presentes, tanto con tiendas como con bodegas, oficinas y centro de distribución.

¿Dónde se genera el impacto?

Los colaboradores y comunidades son los más afectados por los potenciales impactos ambientales de los costos y externalidades de la operación. Nuestro cumplimiento y buenas prácticas, junto con asegurar la continuidad operacional, pone el foco en ser un aporte al trabajo de los colaboradores y la vida de las comunidades.

¿Qué hace Imperial?

Contamos con un Plan de Gestión Ambiental que supervisa y monitorea la gestión de emisiones, uso de la energía, disposición de residuos y consumo de agua en oficinas, tiendas, bodegas y centro de distribución.

El plan materializa nuestro compromiso de trabajar de manera permanente en detectar, medir, reducir y mitigar nuestros impactos al medioambiente, buscando el uso eficiente de los recursos y fomentando el cuidado ambiental en nuestra organización, clientes y la comunidad; contribuyendo así a combatir el cambio climático y sus efectos.

Eficiencia energética

[302-1]

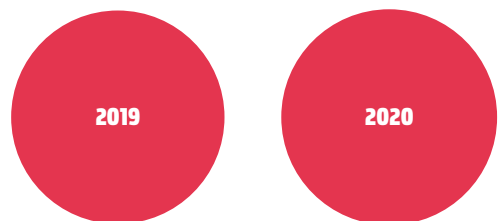
Utilizamos energía proveniente del suministro eléctrico para operar nuestras tiendas, bodegas y oficinas. Además, ocupamos combustibles fósiles para movilizar nuestras maquinarias y calderas. Por las características de nuestra operación, utilizamos una gran cantidad de energía y, por ello, en los últimos años nos hemos enfocado en aumentar la eficiencia energética, a través de iluminación led. En 2020, el consumo directo de energía aumentó un 0,1% respecto de 2019.

Consumo directo de energía total (en kW/h)

8.260.218 9.728.528



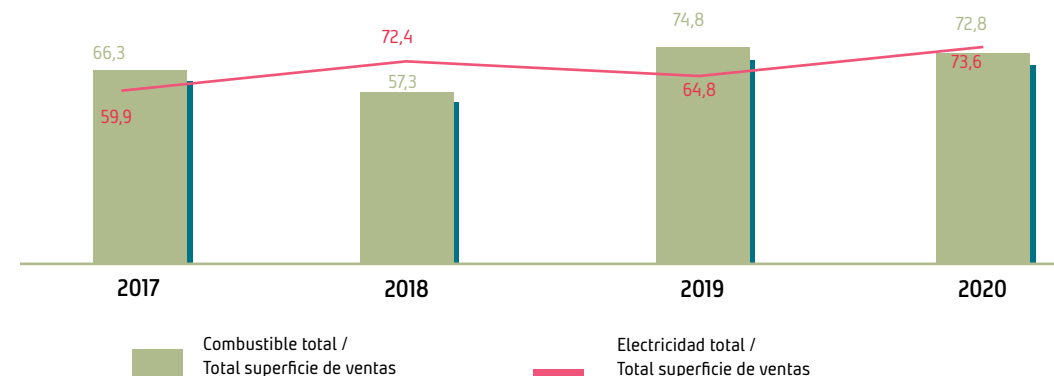
9.928.544 9.937.844



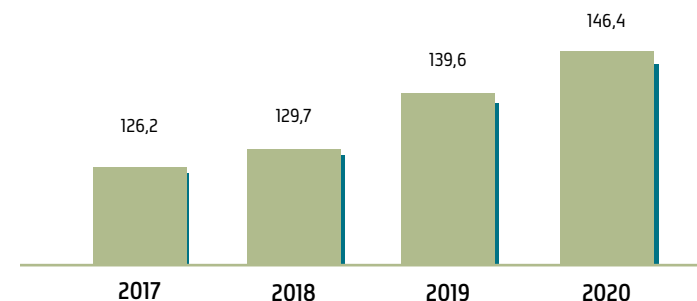
Por su parte, disminuimos en un 3% la intensidad energética del combustible utilizado para operar nuestras superficies de venta, a causa del cierre de la tienda de Hualpén como parte de la estrategia comercial, y el cierre de la tienda San Bernardo, que fue seriamente afecta por saqueos durante octubre del 2019.

Aumentamos la intensidad energética eléctrica de nuestras operaciones en un 14%, debido a que, por un lado, aumentamos el volumen de productos vendidos y, por otro lado, disminuimos los metros cuadrados de sala de venta respecto de 2019.

Intensidad energética de combustible y electricidad



Intensidad energética combinada de combustible y electricidad



Uso responsable del agua

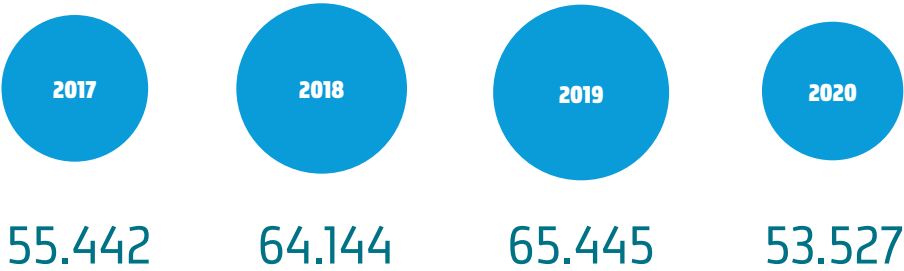
[303-5]

Por la naturaleza de nuestra operación el consumo de agua corresponde a consumo humano y actividades de limpieza industrial. Sin embargo, debido al contexto hídrico de Chile y la vulnerabilidad de los ecosistemas frente al cambio climático, hemos tomado un compromiso con la eficiencia hídrica.

Durante 2020 disminuimos en un 18% el consumo de agua en nuestras operaciones, debido a nuestras iniciativas de reducción del consumo y, también, a que los colaboradores de oficinas trabajaron desde sus casas.



Consumo total de agua (m³)



Nuestras tiendas están ubicadas a lo largo de todo Chile y algunas de ellas operan en regiones que han sido declaradas como zonas de estrés hídrico por el Ministerio de Obras Públicas; es decir, son regiones donde la disponibilidad de agua no satisface la exigencia de todos los usuarios a nivel industrial, agrícola y doméstico, lo que puede redundar en una eventual escasez de agua.

Nuestro consumo de agua en las zonas de estrés hídrico disminuyó un 17%, mientras que en las zonas sin problemas hídricos se redujo en un 24%.

Zonas de estrés hídrico	Tiendas o instalaciones	Consumo total en m ³	
		2019	2020
Región de Coquimbo	La Serena	1.379	2.112
Región de Valparaíso	Valparaíso	1.314	406
Región Metropolitana	Reñaca		5.231
	Centro de distribución	48.213	4.896
	Planta RTA		2.777
	Huechuraba		1.983
	Maipú		4.670
	Mapocho		9.230
	San Bernardo		547
	Santa Rosa		7.815
	Vespucio		1.132
	Administración central		1.827
Región de O'Higgins	Rancagua	1.698	1.084
Región del Maule	Talca	1.316	1.106
Consumo total		53.920	44.816

Evolución del consumo en zonas sin estrés hídrico

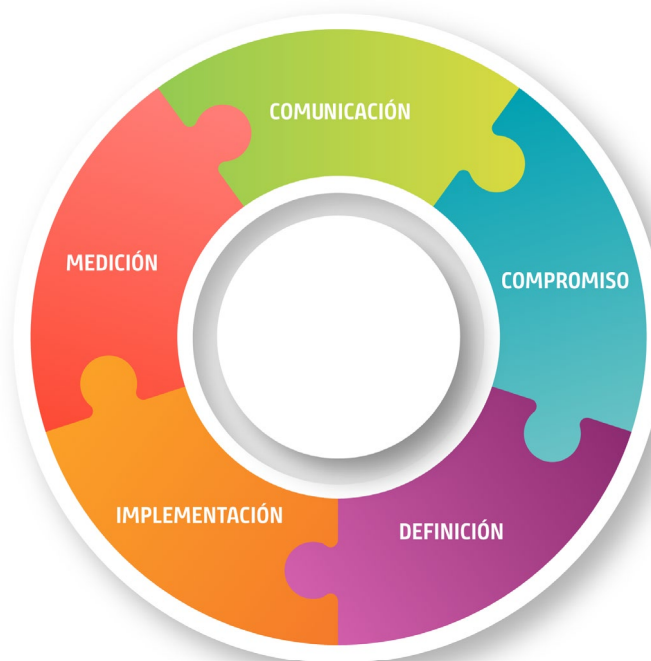
Tiendas en zonas sin estrés hídrico	Tiendas o instalaciones	Consumo total en m ³	
		2019	2020
Región del Biobío	Concepción	7.827	5.043
	Hualpén		732
Región de La Araucanía	Temuco	2.953	2.020
Región de Los Lagos	Puerto Montt	745	916
Consumo total		11.525	8.711

Gestión de residuos y circularidad

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

Contamos con un modelo de gestión de residuos que materializa nuestros compromisos de nuestro Plan de Gestión Ambiental en materia de residuos. El objetivo, junto con el cumplimiento y aplicación de la nueva Ley 20 920 de Responsabilidad Extendida del Productor, es disminuir continuamente los desechos generados y asegurar su correcta disposición. A través del modelo, monitoreamos y gestionamos los procesos de generación, reducción y disposición de residuos.

Durante 2020, el modelo de gestión de residuos –que es monitoreado directamente por nuestro Comité Ejecutivo– se concentró en reducir el volumen de residuos



Debido a los grandes volúmenes de tableros y melaminas que manejan, el principal residuo generado en nuestras tiendas y bodegas es el aserrín, material desechado en los procesos de corte. Para evitar su volatilización, todas las máquinas de corte cuentan con sistemas de aspiración centralizada y el material es convertido en biomasa, a través de una alianza que mantenemos con la empresa especializada GESMA.

Además del aserrín, los residuos no peligrosos corresponden al cartón de cajas y embalajes, despuntes de madera y dimensionados residuales de planchas de construcción y melamina. Actualmente, los desechos de cartón también son reciclados o reutilizados, mientras que los residuos no tratables y la madera, los disponemos en vertederos autorizados. Por su parte, los residuos peligrosos comprenden envases de solventes, pintura y tinta de impresión.

En 2020, disminuimos en un 25% el total de los residuos no peligrosos generados respecto del mismo período del año anterior, debido a distintas razones. Por una parte, están los rezagos del estallido social que implicaron grandes pérdidas por los eventos de saqueo que vivieron algunas de nuestras tiendas. Además, en 2020 se realizaron menos inventarios, lo que implica una menor cantidad de contabilización y retiro de residuos. Otro factor que influyó en la baja, fue el cierre por aproximadamente un mes de la Tienda Temuco, por la cuarentena decretada por la autoridad sanitaria en dicha comuna. Por último, tenemos la baja de la merma por menores retiros, disminuyendo de 6114 ton. en 2019 a solo 4524 ton. en 2020.

Los residuos peligrosos disminuyeron en un 18%, lo que también está relacionado con la baja de merma, ya que el desecho de tarros de pintura y solventes es menor. Por otra parte, el 100% de los colaboradores asociados al área de administración realizó teletrabajo, lo que tuvo como consecuencia menos uso de tóner. Por último, el cierre definitivo de las tiendas San Bernardo y Hualpén, influye en la baja de ambos índices.

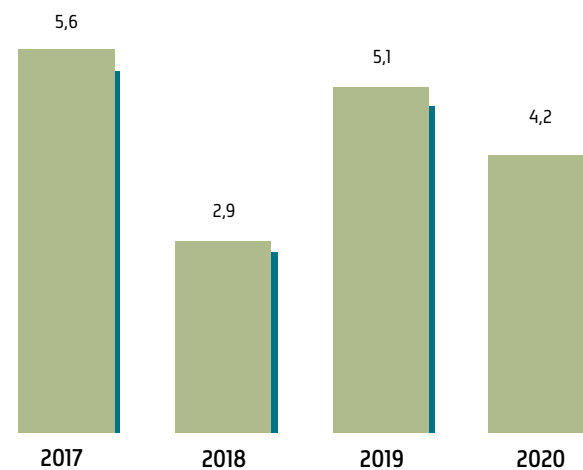
Residuos no peligrosos generados por año

Peso de los residuos en toneladas

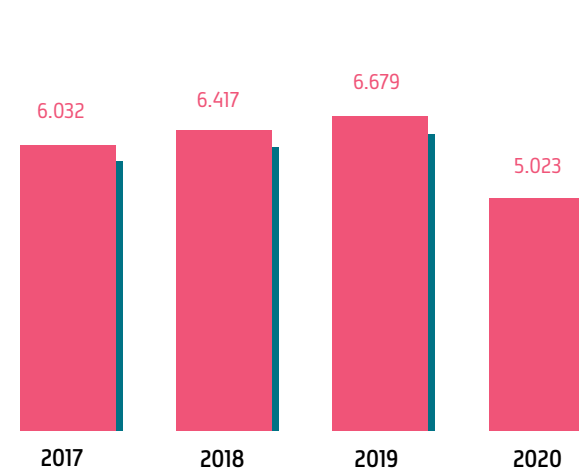
	2017	2018	2019	2020	Variación 2019-20
Basura y despuntes de madera	5.741	5.838	6.114	4.524	-26%
Cartón	3	1,5	15,1	1,32	-91%
Aserrín	288	577,5	549,4	498	-9%
Total	6.032	6.417	6.679	5.023	-25%

Evolución de generación de residuos según tipo

Residuos peligrosos



No peligrosos



Valorización de residuos en Imperial



1 tonelada de cartón reciclado

498

toneladas de aserrín convertidas en biomasa

Inversiones para la prevención

[IMP 28, IMP 11]

Durante 2020, realizamos inversiones ambientales por más de 76 millones de pesos, las que se enfocaron en la mantención de equipos e instalación de extractores de polvo de máquinas dimensionadoras, nuevos sistemas de detección contra incendios, implementación de mangueras de extracción y montaje de chimeneas de evacuación.

Las mejoras, junto con brindar eficiencia y seguridad, nos permiten controlar los niveles de ruido que afectan tanto a colaboradores como a vecinos de la comunidad. Aunque nuestras tiendas y bodegas se encuentran alejadas y no son adyacentes a las viviendas más cercanas, los jefes de tiendas están permanentemente monitoreando la percepción de los vecinos y gestionando sus eventuales requerimientos.

Nuestro enfoque para crear valor en las comunidades que nos acogen

Buscamos establecer relaciones de beneficio mutuo con las comunidades vecinas a tiendas y bodegas, a través de cuatro principios que configuran nuestra relación con las comunidades.

Generación de valor

Nuestras operaciones establecen canales de escucha activa para los vecinos, atendiendo sus necesidades y contribuyendo a su desarrollo.

Gestión de impactos

A través de indicadores, garantizamos el cumplimiento de la normativa social, ambiental y de gobernanza, reduciendo los impactos en los grupos de interés y en las diferente etapas de la cadena de valor.



Respeto

Mantener relaciones respetuosas entre nuestros colaboradores, clientes, proveedores y comunidades, discutiendo problemas y encontrando soluciones en un marco de respeto y valoración de la diferencia.

Relación de beneficio mutuo

Anualmente, desarrollamos iniciativas que agreguen valor local a las comunas donde nos insertamos, las comunidades vecinas y los colaboradores que dan vida a Imperial.

En este modelo, los jefes de tienda cumplen una función fundamental ya que son quienes establecen relaciones con los vecinos y vecinas. Son el principal canal de comunicación entre las personas de la comunidad y nuestro gobierno corporativo.

A fines de 2020, comenzamos a trabajar en un diagnóstico social de nuestras tiendas que nos permitirá conocer los problemas de infraestructura comunitaria, vivienda, seguridad y otras necesidades de las comunidades cercanas, así como tener una visión panorámica actualizada de las comunidades a un año del inicio de la pandemia.

Los resultados –que se conocerán en 2021– nos permitirán conocer las percepciones y expectativas de la comunidad, priorizar las tiendas según su situación y llevar a cabo el programa “Construye tu idea 2021”, en el que los vecinos podrán postular ideas de mejoramiento de infraestructura comunitaria y seguridad, así como proyectos de mejoramiento urgente de viviendas.

Los proyectos de infraestructura comunitaria podrán adjudicarse montos de CLP 1.000.000 mientras que los de mejoramiento de vivienda se adjudicarán montos máximos de CLP 300.000. Para su materialización, Imperial brindará apoyo logístico y especialista a través de un voluntariado corporativo.

ACCIONES DE CONTINGENCIA

Debido a la pandemia, en 2020 suspendimos nuestros programas sociales, así como también las prácticas profesionales de alumnos de colegios técnicos en nuestras tiendas y operaciones. Reorientamos nuestras acciones hacia la contingencia y desarrollamos tres iniciativas:



1

Difusión de información de autocuidado entre colaboradores y comunidades vecinas

2

Entrega de juegos sanitarios de alcohol-gel y mascarillas a nuestras comunidades adyacentes

3

Contribuimos a la logística de la iniciativa "Siempre por Chile" en las comunas donde estamos presentes. La campaña, impulsada por la Confederación de la Producción y el Comercio, entregó cajas de alimentación –para una familia de 4 personas por 15 días– a más de 125 mil familias en todo Chile.

ACERCA DE NUESTRO REPORTE

Acerca de nuestro reporte

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

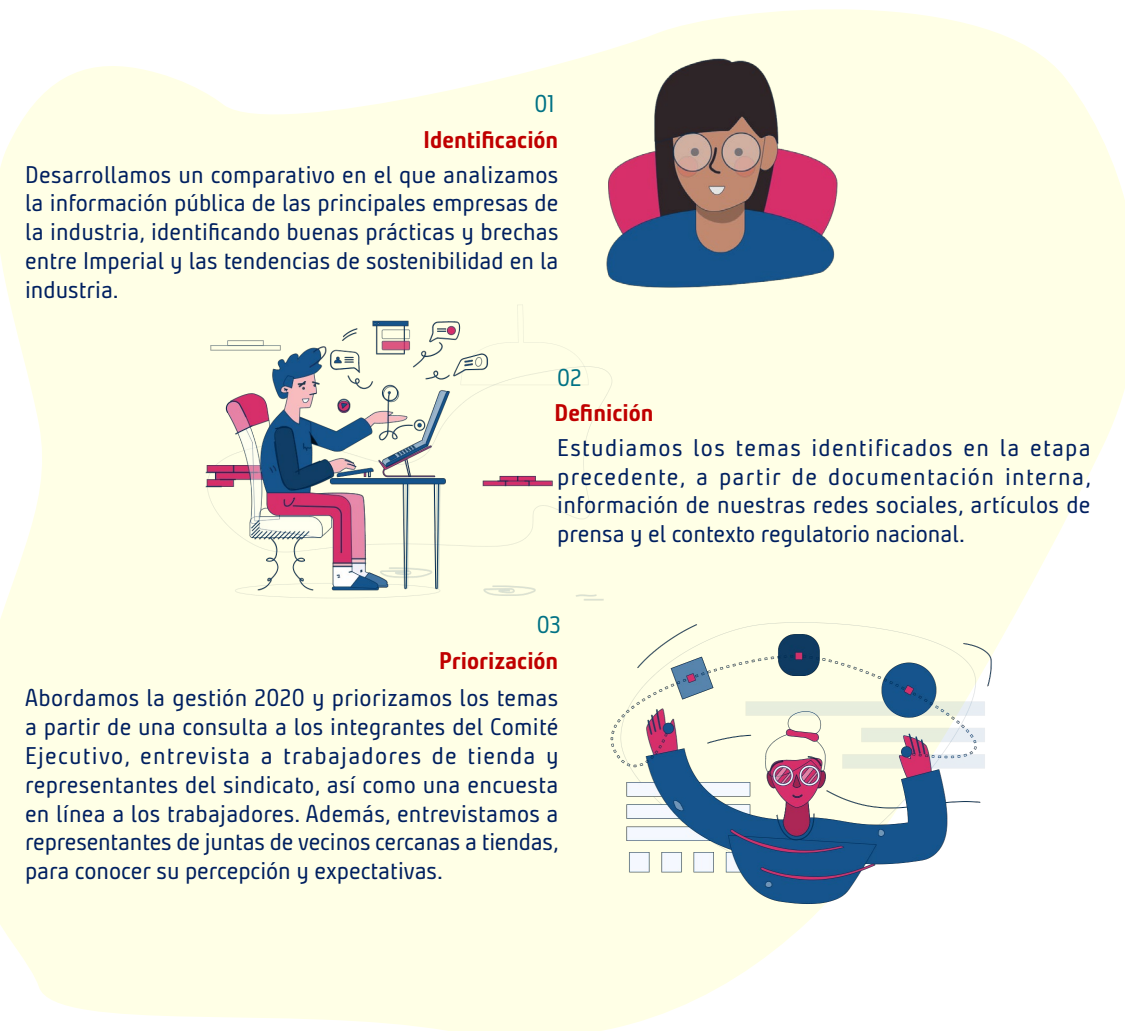
Nuestro informe corresponde al quinto ejercicio de reportabilidad anual de Imperial y divulga información sobre la gestión ambiental, social y económica entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2020 para todas nuestras tiendas, bodegas, oficinas y centros de distribución en Chile.

Este informe se ha elaborado en conformidad con la opción "Esencial" de los estándares de la Iniciativa Global de Reporte (GRI, por sus siglas en inglés) y fue desarrollado de acuerdo a los principios de definición de contenidos y elaboración de informes propuestos por ella, en su versión más actualizada.

- Rentabilidad sostenible
- Bienestar laboral
- Salud y seguridad ocupacional
- Formación y desarrollo de carrera
- Excelencia en el servicio
- Eficiencia energética
- Uso responsable del agua
- Calidad y sostenibilidad de productos
- Gobernanza para la relación comunitaria
- Satisfacción de clientes
- Apoyo a clientes especialistas
- Gestión de residuos y fomento de la circularidad
- Desarrollo de proveedores

Estudio de materialidad

Definimos los temas reportados, así como su alcance y contenido, en un proceso de tres etapas: identificación de temas relevantes, definición de temas y priorización.





Índice de contenidos GRI

Contenidos básicos
 generales

Estándar GRI	Contenido	Descripción	Página
GRI 101: Fundamentos 2016	101	Principios GRI	61
GRI 102: Contenidos generales 2016	102-1	Nombre de la organización	70
	102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	6
	102-3	Ubicación de la sede	70
	102-4	Ubicación de las operaciones	70
	102-5	Propiedad y forma jurídica	70
	102-6	Mercados servidos	7
	102-7	Tamaño de la organización	7
	102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	25
	102-9	Cadena de suministro	51
	102-10	Cambios significativos en la organización y en su cadena de suministro	No procede
	102-11	Principio o enfoque de precaución	No procede
	102-12	Iniciativas externas	8
	102-13	Afiliación a asociaciones	8
	102-14	Declaraciones de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	3
	102-15	Principales impactos, riesgos y oportunidades	3
	102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	4
	102-17	Mecanismo de asesoramiento y preocupaciones éticas	13
	102-18	Estructura de gobernanza	10
	102-19	Delegación de autoridad	10

Contenidos básicos
 generales

Estándar GRI	Contenido	Descripción	Página
	102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	12
	102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	10
	102-24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	10
	102-25	Conflicto de intereses	14
	102-40	Lista de grupos de interés	20
	102-41	Acuerdos de negociación colectiva	31
	102-42	Identificación y selección de grupos de interés	20
	102-43	Enfoque para la participación y selección de grupos de interés	20
	102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	20
	102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	61
	102-46	Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema	61
	102-47	Lista de temas materiales	61
	102-48	Reexpresión de la información	61
	102-49	Cambios en la elaboración de informes	61
	102-50	Período objeto del informe	61
	102-51	Fecha del último informe	61
	102-52	Ciclo de elaboración de informes	61
	102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	70
	102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	61
	102-55	Índice de contenido GRI	64
	102-56	Verificación externa	No procede

Rentabilidad sostenible			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	62
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	22
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	22
GRI 201: Desempeño económico	201-1	Valor económico directo generado y distribuido	22
Bienestar laboral			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	62
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	31
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	31
GRI 401: Empleo 2016	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	25
	401-2	Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	31
	IMP 19	Instrumento de medición y gestión laboral	31
	IMP 35	Remuneraciones e incentivos	31
Salud y seguridad ocupacional			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	62
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	35
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	35
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018.	403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	35
	403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	35
	403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	35
	403-6	Fomento de la salud de los trabajadores	35
	403-7	Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados mediante relaciones comerciales	35

	403-8	Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	35
Formación y desarrollo de carrera			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	62
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	29
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	29
GRI 404: Formación y enseñanza	404-1	Media de horas de formación al año por empleado	29
	404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	29
	404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	29
	IMP 47	Políticas de gestión de personas y empleo local	25
Excelencia en el servicio			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	62
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	39
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	39
	IMP 5	Cambios en tiendas 2020	41
	IMP 20	Tipos de clientes Imperial	40
Eficiencia energética			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	62
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	53
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	53
GRI 302: Energía 2016	302-1	Consumo energético dentro de la organización	54

Uso responsable del agua			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	62
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	53
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	53
GRI 303: Agua y efluentes 2018	303-5	Contenido 303-5: consumo de agua	55
Calidad y sostenibilidad de productos			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	62
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	39
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	39
GRI 417: Marketing y etiquetado	417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	48
	IMP 23	Indicadores de calidad de servicio	46
	IMP 24	Ciclo de vida de los productos	46
	IMP 40	Porcentaje de venta de productos sostenibles	47
Gobernanza para la relación comunitaria			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	62
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	53
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	53
	IMP 28	Estrategia de relación comunitaria	59
	IMP 11	Iniciativas con la comunidad realizadas en 2020	59
Satisfacción de clientes			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	62

	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	39
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	39
	IMP 6	Resultados de jornadas de venta en línea	41
	IMP 9	Tasa de reclamos	45
	IMP 10	Iniciativas para la reducción de reclamos	45
Apoyo a clientes especialistas			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	62
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	39
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	39
	IMP 25	Talleres a especialistas	44
	IMP 26	Participantes en talleres e iniciativas de capacitación	44
Gestión de residuos y fomento de la circularidad			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	62
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	53
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	53
GRI 306: Residuos 2018	306-3	Contenido 306-3: residuos generados	57
	306-4	Contenido 306-4: residuos no destinados a eliminación	57
	306-5	Contenido 306-5: residuos destinados a eliminación	57
Desarrollo de proveedores			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	62
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	50
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	50
	204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	52



**El especialista
para especialistas**

Imperial es una sociedad anónima cerrada, cuya propiedad se divide entre Sodimac S. A., que posee una participación del 60% en sus acciones, e Inversiones Orgalla, que controla el 40% restante.

Rut: 76.821.330-5

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

Sitio web: www.imperial.cl

Contacto para comentarios sobre este reporte: César Burgos, subgerente de Procesos y Sostenibilidad (cburgos@imperial.cl)