



2017

Reporte de
SUSTENTABILIDAD

Índice

01

Visión Corporativa

01.1	Mensaje del Presidente	01
01.2	Entrevista al Gerente General	02

02

Empresas SB

02.1	Sobre Empresas SB	04
02.2	Valores y Propósito	06
02.3	Propiedad y Gobierno Corporativo	07
02.4	Equipo Ejecutivo	09
02.5	Nuestro Negocio	10
02.6	Transformación Digital	11

03

Estrategia de Sustentabilidad

03.1	Modelo de Sustentabilidad	12
03.2	Grupos de Interés y Canales de Diálogo y Participación	13
03.3	Valor Generado y Distribuido	14
03.4	Avances y Desafíos en Sustentabilidad	16
03.5	Objetivos de Desarrollo Sostenible	17

04

Temas Relevantes

04.1	Ética y Cumplimiento	19
04.2	Experiencia de Cliente	21
04.3	Innovación y Tecnología	25
04.4	Cultura y Desarrollo de Personas	28
04.5	Salud, Seguridad y Relaciones Laborales	32
04.6	Inclusión, Diversidad y No Discriminación	37
04.7	Relaciones con el Entorno	41
04.8	Desarrollo de Proveedores	44
04.9	Gestión de Residuos y Reciclaje	47

05

Metodología

05.1	Alcance de este Reporte	50
05.2	Temas Materiales	52
05.3	Índice GRI	54

01



Visión CORPORATIVA

01.1

Mensaje del Presidente

“Llevamos cuatro años trabajando en nuestro compromiso de crear espacios laborales donde la diversidad se viva y respete, valorando el sello propio de cada colaborador”.

Vivimos tiempos en que las empresas tienen la puerta abierta para construir y aportar hacia el bien común, y no desde la sola entrega de productos y servicios, sino también a partir de una participación activa en los temas que son preocupación de la sociedad. En Empresas SB hemos decidido hacer nuestro ese propósito, construyéndonos como empresa y colectivo de personas, con una cultura empresarial de respeto y colaboración; y donde el equilibrio con el entorno nos es vital.

Llevamos cuatro años trabajando en nuestro compromiso de crear espacios laborales donde la diversidad se viva y respete, valorando el sello propio de cada colaborador y apostando al potencial que eso aporta a nuestra gestión para ser un mejor reflejo de la sociedad en la que nos desenvolvemos. Esto, sin perder de vista el impacto que podemos tener en las familias de las 9.500 personas que se ven tocadas por este programa.

Otro logro de estos sellos que marcan la gestión 2017 del holding fue la implementación de la nueva política de pago a las PYMES en un plazo promedio de siete días. Como empresa de retail no podemos desconocer que este es un dolor que viven a diario las empresas de menor tamaño, que deben lidiar con plazos de pago que -a veces- hasta ponen en jaque la continuidad de su negocio. Reconocemos la importancia que tienen en la economía del país y asumimos el rol al cual estamos llamados, de empujar prácticas empresariales sintonizadas con la sociedad. Y el pago en menor plazo a las PYMES creemos que contribuye a ello.

Quiero resaltar también los esfuerzos realizados para tender puentes y promover nuevas ideas, a través de nuestro programa de innovación CREA. Esto nos ha permitido generar un sistema que involucra a los colaboradores y a su entorno en el diseño de soluciones que contribuyan a mejorar la experiencia de nuestros clientes, entendiendo de primera fuente cuáles son los desafíos y requerimientos de las miles de personas que son atendidas diariamente en los locales Salcobrand y tiendas PreUnic.

Este Reporte de Sustentabilidad es nuestra manera de compartir transparentemente los esfuerzos que hacemos para afianzar un modelo de gestión responsable. Estamos abiertos a sus recomendaciones y propuestas de mejora para sintonizar más lo que hacemos por el bien común de aquellos que impactamos con nuestra operación.

LUIS ENRIQUE YARUR REY
Presidente del Directorio
Empresas SB

01.2

Entrevista al Gerente General Matías Verdugo

El año 2017 en Empresas SB estuvo marcado por el inicio de su proceso de Transformación Digital. ¿En qué consiste esta estrategia y cómo surge?

Cuando partimos con este proceso, a fines de 2016, entendimos que una transformación digital debía estar al servicio de la estrategia de la empresa, y con esa convicción realizamos con una firma experta un diagnóstico inicial para saber en qué pie estábamos en términos tecnológicos. Este estudio reveló brechas importantes en este ámbito, aunque también evidenció un potencial significativo de la compañía para iniciar una estrategia digital: su arraigada cultura colaborativa.

A partir de estas conclusiones, definimos que usaríamos la tecnología, en primer término, para darle un perfil más digital a la interacción de los clientes en los locales y en segundo lugar para darle una continuidad a dicha relación, vía medios digitales, cuando los clientes ya no estuvieran en el local.

Lo interesante de este proceso fue que, a medida que el concepto digital se iba instalando, los equipos internos comenzaron a empujar diversos proyectos digitales, sin contar aún con la estrategia central.

¿Será la experiencia de cliente el principal foco de esta Estrategia Digital?

Nuestro objetivo en Salcobrand es tener la “Mejor solución – Mejor experiencia” y en PreUnic, el “Mejor mix - Mejor precio”. En ese contexto, lo que buscamos es que la tecnología nos ayude a cumplir estas dos promesas de valor.

Para dar sustento a una transformación digital se requiere de una cultura de innovación. ¿Cómo están avanzando en este desafío?

En 2013, cuando decidimos instalar una cultura de atención al cliente en la compañía, nos dimos cuenta de la importancia de involucrar a toda la organización en la responsabilidad de las iniciativas.

Desde entonces asumimos que, para que las soluciones sean sustentables, deben ser impulsadas por los propios colaboradores, porque son ellos quienes mejor conocen la realidad de cada local. Este aprendizaje es el que explica el éxito que hemos tenido con nuestro programa de innovación CREA y con la invitación que le hicimos a los colaboradores para que nos hicieran llegar sus propuestas de mejora en materia de experiencia de cliente. En este sentido, puedo decir que esta iniciativa es una muestra de la maduración de nuestro modelo de gestión colaborativa.



MATÍAS VERDUGO
Gerente General

¿Cuáles son las oportunidades que les ha abierto este programa de innovación?

Ante todo, el programa nos ha permitido insertarnos en un ecosistema de innovación, un concepto que desde la perspectiva de la Transformación Digital es fundamental. Hoy, el mundo funciona en red y lo que marca la verdadera diferencia ya no es el conocimiento, que está al alcance de todos, sino la manera en que ejecutas las cosas como equipo.

¿Qué aspiración se plantean con esta Estrategia Digital?

Aspiramos a instalar una cultura digital que nos permita lograr una clara diferenciación. Este objetivo nos exige aprender a trabajar mejor en equipo y hacia fuera, porque el mundo ya no se acaba en la puerta del local. Y para eso vamos a necesitar de otras miradas. Esto significa entender la actividad con una lógica distinta, que nos permita plantearnos, por ejemplo, de qué forma podemos afectar más positivamente al entorno. En este sentido, la cultura digital nos ofrece la oportunidad de establecer umbrales de gestión que nos pueden distinguir como compañía. Por ejemplo, fijar los más altos estándares de conducta corporativa o declarar explícitamente nuestro rechazo al uso del papel.

Todos estos elementos los vamos a evaluar en la estrategia que desarrollaremos en 2018.

Más allá de sus ventajas, esta transformación digital también puede involucrar riesgos, como la posibilidad de desvinculaciones o el peligro de vulneración de la información crítica. ¿Están analizando también estos aspectos?

En lo que se refiere a personas, nuestro propósito es que la Transformación Digital mejore la experiencia de cliente y que este logro derive en un aumento de las ventas. Si lo conseguimos, vamos a necesitar más colaboradores.

Creo que los retos de lo digital van a derivar más bien del mayor nivel de conexión que tendremos con los clientes y el entorno.

Este escenario nos obligará a ser más rigurosos aún en materia de buenas prácticas, porque el mundo de las redes sociales es muy crítico con aquellas organizaciones que no hacen las cosas bien, y lo que nosotros buscamos es construir la mejor reputación. Sabemos que formamos parte de una industria que ha sido cuestionada, pero enfrentamos este desafío con tranquilidad, porque estamos convencidos de que somos un aporte a la sociedad.

Esta hiperconexión nos exigirá, además, nuevas y altísimas medidas de seguridad para garantizar la protección de la información, para lo cual estamos adoptando las mejores prácticas de la ISO 27.002. Este es un tema de la mayor relevancia, en el ya que estamos trabajando.

¿Cuáles son las metas más importantes que se han trazado para 2018?

La primera meta es retomar el crecimiento de ventas. Creemos que 2018 será un mejor año desde el punto de vista económico para el país, por lo que espero que podamos alcanzar estos objetivos. En términos culturales, queremos seguir democratizando las decisiones y ampliando a más personas las responsabilidades dentro de la empresa. Creemos que tenemos la energía y el talento para lograr este ecosistema.

Finalmente, queremos seguir cultivando nuestras relaciones con el entorno. Este 2017 hemos visto cómo los grupos de interés nos han considerado de una manera distinta, gracias al trabajo que venimos realizando para potenciar nuestros impactos positivos. Esto lo tenemos que continuar profundizando.

“La cultura digital nos permitirá establecer nuevos umbrales en estándares y buenas prácticas”.

02

02.1

EMPRESAS



Somos un grupo de empresas de retail de salud y belleza, dedicado a hacer sentir bien a las personas, estén donde estén. Construimos confianza y por ello nuestros clientes nos recomiendan.

Reputación con Rentabilidad

Empresas SB es un holding integrado por 10 filiales dedicadas a los rubros de salud y belleza:

- PREUNIC
- SALCOBRAND
- RECETARIO MAGISTRAL
- PHARMA BENEFITS
- FARMA PRECIO
- SANTO ALIVIO
- MEDCELL
- MEDIPHARM
- DBS
- MAKE UP

PreUnic y Salcobrand son los retailers más grandes del grupo y en torno a ellos se concentra la gestión comercial de toda la compañía.

La estrategia de negocio de Empresas SB busca crecer en equilibrio con los grupos de interés y tiene como principal objetivo alcanzar la Mejor Reputación con Rentabilidad de la Industria.



9.389.495
CLIENTES TOTALES
DURANTE EL AÑO



61%

ÍNDICE DE LEALTAD
DE CLIENTES EN 2017



1ER LUGAR
PREMIO LEALTAD DE
CONSUMIDORES 2017

Sobre
EMPRESAS SB



Pharma Benefits

9.594
 N° DE EMPLEADOS
 TOTAL 2017



37 AÑOS
 EDAD PROMEDIO



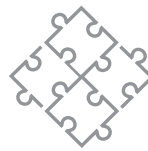
HOMBRES	MUJERES
3.294	6.300
34%	66%



5,1 AÑOS
 ANTIGÜEDAD
 PROMEDIO

2017
513

LOCALES DE ATENCIÓN
 AL PÚBLICO EN CHILE



8.807 = 91,7%
 COLABORADORES
 CON CONTRATO INDEFINIDO



5.714
 NÚMERO DE EMPLEADOS



HOMBRES	MUJERES
2.145	3.569
37,6%	62,4%



2.803
 NÚMERO DE EMPLEADOS



HOMBRES	MUJERES
621	2.182
22,15%	77,84%



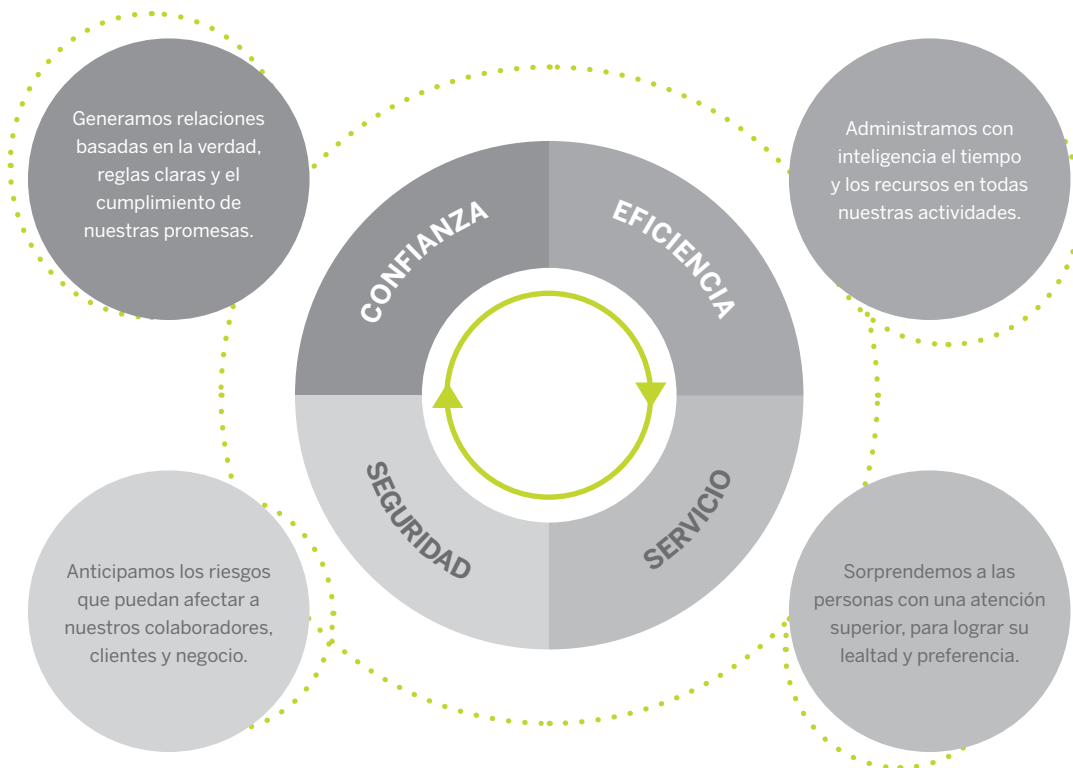
02.2

Valores y Propósito

La identidad corporativa de Empresas SB se sustenta en siete valores que ejercen como guías de la forma de ser y actuar, y del modo de relacionarse de todos quienes integran la compañía. Estos principios también determinan cada una de las tareas y acciones que se emprenden como parte de esta organización.



El propósito común de Empresas SB se funda en cuatro Criterios de Excelencia:



02.3

Propiedad y Gobierno Corporativo

Empresas SB pertenece en un 70% a la familia Yarur y en un 30% a la familia Abuhadba. Esta estructura societaria se constituyó en 2012, año en que ingresó al grupo este último conglomerado.

70%

**EMPRESAS
JUAN YARUR**

30%

**FAMILIA
ABUHADBA**

INVERSIONES SB S.A.

EMPRESAS SB



Directorio

El máximo órgano de gobierno en Empresas SB es la Junta de Accionistas, instancia que considera entre sus funciones la de elegir al Directorio del grupo. Este organismo tiene como responsabilidad definir las políticas corporativas y la estrategia del negocio, así como velar por el desempeño ético de la organización y su cumplimiento normativo. Para tal efecto, realiza reuniones de carácter ordinario una vez al mes, salvo en febrero, y extraordinarias cuando la situación así lo requiere.

Los miembros del Directorio son seleccionados por la Junta de Accionistas considerando su destacado perfil profesional, conocimientos de las áreas de actividad del holding y por representar una mirada transversal de la realidad.

Enfoque de Gestión del Gobierno Corporativo

Empresas SB gestiona su Gobierno Corporativo a partir de una metodología integrada que pone foco en el riesgo. En ese contexto, la compañía monitorea y controla sus programas de cumplimiento a través de un proceso que involucra cuatro líneas de defensa:

- El propietario (área) del riesgo.
- Las áreas encargadas de la supervisión del riesgo en los ámbitos del cumplimiento, el control interno, las finanzas y reputación.

- Contraloría.
- Auditores externos.

El objetivo de esta visión es gestionar de manera integrada los riesgos de reputación con los de rentabilidad, en sintonía con la estrategia de desarrollo que ha adoptado Empresas SB (ver más en página 10).

Integrantes del Directorio a diciembre de 2017

LUIS ENRIQUE YARUR REY

Presidente
Chileno

CARLOS JUAN YARUR REY

Chileno

LUIS HERNÁN PAUL

Chileno

HERIBERTO URZÚA

Chileno

CARLOS SPOERER

Chileno

EDUARDO ABUHADBA

Chileno

RENÉ ABUHADBA

Chileno

OSCAR G. GARRETÓN

Chileno

LEÓN COHEN

Chileno

ROBERTO BELLONI

Vicepresidente
Ejecutivo
Chileno

Comités de Directorio

Comité de Ética y Cumplimiento

Lo conforman los directores Roberto Belloni, León Cohen, Luis Hernán Paul y Carlos Juan Yarur. También asiste a este comité el Oficial de Ética y Cumplimiento, cargo que ejerce el gerente de Asuntos Corporativos, Ética y Cumplimiento. Este órgano apoya al Directorio en el diseño y la administración del riesgo en materia de ética y cumplimiento, para garantizar que en la compañía prevalezca una cultura organizacional de integridad. Sus sesiones ordinarias se efectúan cada tres meses.

Comité Ejecutivo

Está conformado por los directores Luis Enrique Yarur, Patricio Abuhadba y Carlos Spoerer. Lo integran, además, Roberto Belloni, en su

calidad de vicepresidente ejecutivo, y el gerente general, Matías Verdugo. Recibe de forma periódica los informes de todas las áreas de la empresa y a sus principales ejecutivos para evaluar la marcha de la organización. Se reúne una vez a la semana.

Comité de Auditoría

Lo integran los directores Heriberto Urzúa, León Cohen y Carlos Juan Yarur, además del gerente de Asuntos Corporativos, Ética y Cumplimiento, en calidad de secretario. Se reúne una vez al mes y su función es clave para la ejecución del Sistema de Prevención del Delito, a través del cual el Grupo da cumplimiento a la Ley sobre Responsabilidad de las Personas Jurídicas.

En 2017, Salcobrand se ubicó entre las 100 mejores empresas de Chile en los rankings MERCO de Responsabilidad y Gobierno Corporativo, y MERCO de Mejor Reputación.

02.4

Equipo Ejecutivo

La alta administración de Empresas SB tiene la responsabilidad de materializar los planes y estrategias definidos por la Junta de Accionistas y el Directorio del holding. Este equipo directivo está encabezado por el gerente general y lo conforman además ocho gerentes corporativos.



IZQUIERDA A DERECHA:

ALBERTO NOVOA

Gerente de Asuntos Corporativos, Ética y Cumplimiento

PABLO GIGLIO

Gerente de Ventas y Operaciones

MARCELO CONCHA

Gerente Contralor Corporativo

CLAUDIA BARROS

Gerente Comercial

MATÍAS VERDUGO

Gerente General

ANDRÉS FERRER

Gerente de Administración y Finanzas

JOSÉ CISTERNAS

Gerente de Informática

RAIMUNDO GARCÍA

Gerente de Logística

ALFRED HAINDL

Gerente de Negocios y Personas

02.5

Nuestro Negocio

Durante 2017, Empresas SB logró alcanzar por primera vez -desde la fusión del grupo en 2012- las utilidades proyectadas para el período.

A mediados de 2016, Empresas SB fijó como objetivo corporativo alcanzar al año 2020 la Mejor Reputación con Rentabilidad de la Industria. Con este propósito elaboró una estrategia basada en tres pilares fundamentales, construidos en torno al conocimiento permanente del cliente:



Diferenciación como holding especialista en salud y belleza, y con los mejores índices de recomendación por parte de los clientes.



Colaboradores con una actitud de servicio y atención distintiva, una cultura de respeto y colaboración, y líderes comprometidos.



Eficiencia mediante servicios de apoyo de calidad y tecnología de punta.

Para avanzar en este desafío, durante 2017, la compañía impulsó en todas estas dimensiones una serie de iniciativas y acciones.

En Diferenciación destacó la consolidación del programa de innovación CREA, el potenciamiento de marcas propias en los ámbitos de consumo masivo y farma, la elaboración de un primer plan de relacionamiento con clientes y la ampliación del modelo de medición de lealtad NPS. A nivel de personas, resaltó la continuidad de la Academia de Líder, el lanzamiento del programa Vive Seguro y un proyecto de Desarrollo de Talento y Potencial.

Para hacer más eficiente el funcionamiento interno y mejorar la experiencia de cliente, en tanto, comenzó a trabajar en un nuevo plan de canales remotos y continuó reduciendo las brechas y optimizando los inventarios.



Un año de contrastes

En 2017, la baja actividad económica registrada en el país impidió que el grupo alcanzara sus metas proyectadas en ventas.

Aun así, por primera vez desde la fusión de 2012, el holding consiguió estar en línea con el presupuesto en materia de utilidades.

Este logro fue el resultado del trabajo realizado en el año para hacer más eficientes los procesos internos, del recorte de algunos gastos y, principalmente, de la mejoría en los márgenes que ha aportado la gestión diferenciada de los equipos comerciales de Salcobrand y PreUnic definida en 2016.

Entre estos resultados favorables también hay que mencionar que, luego de cinco años, en 2017 Empresas SB volvió a alcanzar sus metas en términos de brecha y ajustes de inventario.

02.6

Transformación Digital

La Transformación Digital es el camino elegido por Empresas SB para alcanzar el objetivo central de su estrategia de negocios: lograr la Mejor Reputación con Rentabilidad de la Industria.

En 2017, Empresas SB comenzó un proceso de Transformación Digital cuyo principal objetivo es servir de soporte al nuevo desafío que se ha planteado la compañía, que es “Hacer sentir bien a las personas, estén donde estén”.

Como primer paso de este trabajo, a mediados de año, el grupo efectuó, con el apoyo de una consultora externa, un diagnóstico para medir el estado de las capacidades digitales de la organización, estudio que permitió identificar las principales brechas a resolver para avanzar en la implantación de una cultura digital robusta.

A partir de estas conclusiones, la compañía inició un trabajo de co-creación interna para delinear una visión de futuro compartida en materia digital, basada en dos dimensiones de acción centrales en el ámbito de los clientes: una transaccional, que involucra el concepto comercio digital, y otra relacional, que apunta a la creación de una comunidad del bienestar, tanto a nivel interno como externo.

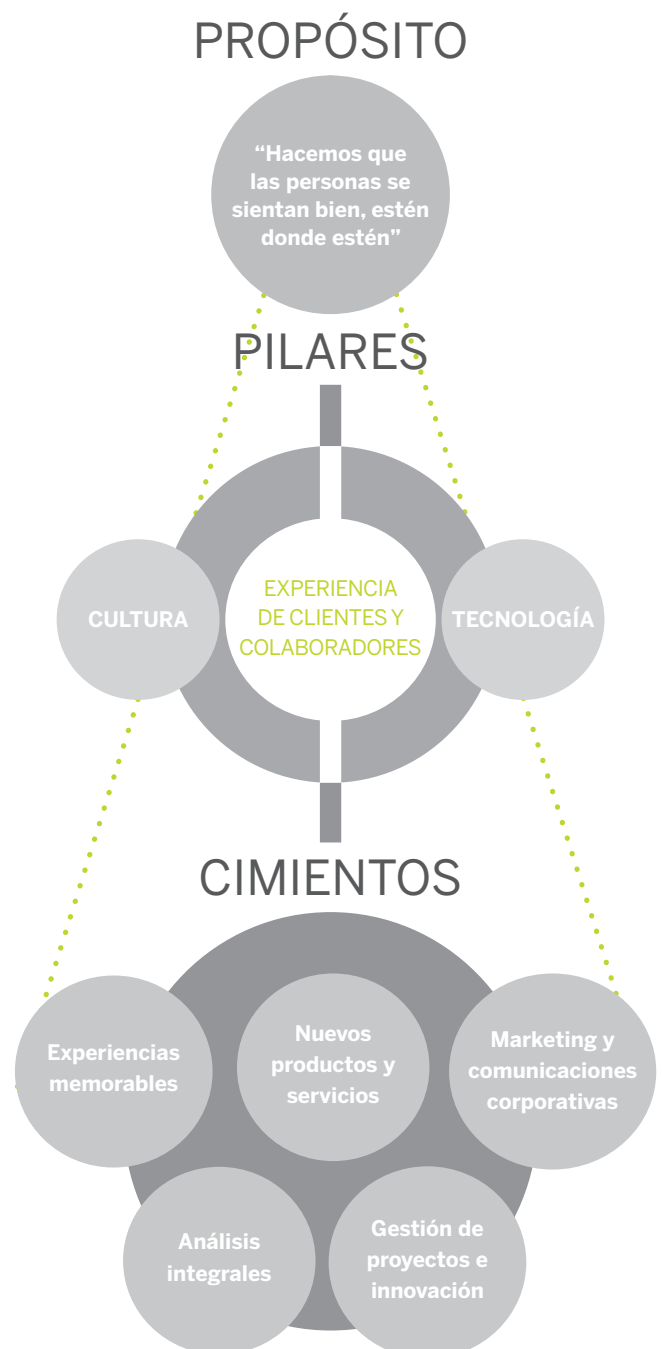
En el primero de estos planos, la aspiración del grupo es promover -con la incorporación de nuevas soluciones tecnológicas- una experiencia de cliente fluida y sin fronteras, sobre la base de información personalizada y que permita compras o consultas en todo momento y lugar.

En materia relacional, el propósito es construir experiencias de largo plazo, con programas de fidelización, a través de canales móviles y consistentes en términos de contenidos integrados.

Modelo para la Transformación Digital

Con esta transformación, Empresas SB se propone, entre otras metas, incorporar lo digital como parte inherente de la actividad, potenciar el liderazgo colaborativo, construir trabajando en red, promover la innovación y gestionar, y medir de manera más eficiente la información.

Como próximo paso definido en este proceso, en 2018, la compañía construirá -con el apoyo de la misma consultora encargada del diagnóstico- un plan de trabajo a cinco años que permita a la organización dejar de “Pensar en Digital” para pasar a “Ser Digital”.



03

EN EMPRESAS SB
 TODOS
 SUMAMOS

¡VIVAMOS JUNTOS
 + DIVERSIDAD

Estrategia de SUSTENTABILIDAD

03.1 Modelo de Sustentabilidad

La visión de sustentabilidad de Empresas SB es multiplicar las oportunidades de valor compartido en materia de salud y belleza, a través de lazos de confianza y co-creación que contribuyan a fortalecer su reputación como compañía cercana y valorada por los chilenos.

Este enfoque se cristaliza en un Modelo de Gestión Sustentable, elaborado por la compañía a partir de los objetivos y desafíos reputacionales que se ha trazado en su relación con cada uno de sus principales grupos de interés.



03.2

Grupos de interés y canales de diálogo y participación

Empresas SB dispone de una serie de canales de comunicación y retroalimentación con sus grupos de interés, a través de los cuales busca conocer sus intereses y expectativas, y reforzar su compromiso con la sustentabilidad y la creación de valor en la sociedad.

GRUPO DE INTERÉS					
ACCIONISTAS	COLABORADORES	CLIENTES	PROVEEDORES	SOCIEDAD	
CANALES DE COMUNICACIÓN	Junta de accionistas, informes del Directorio, Memoria Anual y Reporte de Sustentabilidad.	Relación directa con la gerencia, Intranet, encuestas internas, programa CREA de innovación, sindicatos, canales de denuncias éticas, campañas de comunicación, talleres y focus group, gestión del desempeño y Reporte de Sustentabilidad.	Encuestas de lealtad, Plataforma de Servicio al Cliente (SAC), sitios web, redes sociales, campañas informativas y Reporte de Sustentabilidad.	Contactos para atención a proveedores, relación con clientes internos, sitios web y Reporte de Sustentabilidad.	Sitios web, redes sociales, presencia en medios de comunicación, programas comunitarios en Salud y Belleza, alianzas con organizaciones públicas y privadas, y Reporte de Sustentabilidad.
CÓMO QUEREMOS SER VISTOS POR CADA STAKEHOLDER	Una empresa confiable, transparente, rentable y prestigiosa.	Una gran empresa para trabajar, con desarrollo laboral y familiar.	Una compañía que quiere y cuida a sus clientes, y en la que estos pueden confiar.	Una empresa que busca una relación de largo plazo basada en la confianza y la colaboración constante.	Una empresa que dialoga y sabe escuchar, y cuyo aporte es valorado por la comunidad que acoge sus operaciones.



03.3

Valor Generado y Distribuido

En 2017, Empresas SB generó valor económico por \$680.531 millones. De este monto, distribuyó un total de \$672.161 millones entre sus grupos de interés. La diferencia restante - \$8.730 millones - corresponde al valor retenido por la compañía.



\$680.531 MILLONES

VALOR ECONÓMICO GENERADO



\$672.161 MILLONES

VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO



\$8.730 MILLONES

VALOR ECONÓMICO RETENIDO



COLABORADORES

\$106.803
MILLONES
SUELDOS Y
BENEFICIOS SOCIALES



91,7%
COLABORADORES
CON CONTRATO
INDEFINIDO



9.594
EMPLEOS
DIRECTOS



PROVEEDORES
DE CAPITAL

\$5.500
MILLONES
ACCIONISTAS



\$5.494
MILLONES
PAGO A PROVEEDORES
DE RECURSOS
FINANCIEROS



\$521.617.396

FRANQUICIA TRIBUTARIA QUE INCENTIVA LA
CAPACITACIÓN Y REDUCCIÓN DEL IMPUESTO A LA
RENTA POR DONACIONES A LA COMUNIDAD

ESTADO DE CHILE



\$5.668
MILLONES
IMPUESTOS

INVERSIÓN
EN LA COMUNIDAD



\$207
MILLONES

PROGRAMAS EN SALUD
Y BELLEZA, Y CAMPAÑAS

03.4

Avances y desafíos en sustentabilidad

ÁMBITO

PRINCIPALES LOGROS DE 2017

DESAFÍOS PARA 2018



ÉTICA Y CUMPLIMIENTO



92% de cumplimiento en los avances establecidos para la gestión de anticorrupción, libre competencia y conflictos de interés



Lanzamiento del nuevo Código de Ética y Cumplimiento de la compañía



EXPERIENCIA DE CLIENTE



Incremento del 46% al 61% en el Índice NPS de Salcobrand



Superar nivel de NPS registrado al cierre de 2017



INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA



900 colaboradores participaron en el programa de innovación CREA



Ampliar el programa CREA a la cadena PreUnic



LIDERAZGO, CAPACITACIÓN Y DESARROLLO



Expansión de la Academia de Líder e inicio del proceso de identificación de talentos



Desarrollo de una solución de carácter transaccional para los colaboradores estén donde estén



SALUD Y SEGURIDAD



Desarrollo del programa Vive Seguro en los locales de atención al público



Fortalecer los equipos a cargo de la ejecución del programa PRACHS



INCLUSIÓN, DIVERSIDAD Y NO DISCRIMINACIÓN



Actualización del Sistema de Gestión del Programa de Diversidad



Superar el 1% de trabajadores con discapacidad exigido por la Ley de Inclusión Laboral



DESARROLLO DE PROVEEDORES



Nueva política de pago a PYMES en un plazo máximo de siete días



Creación de una nueva Unidad de Licitaciones en el área de Finanzas



RELACIONES CON EL ENTORNO



Crecimiento en el número de alumnos en los cursos del Centro de Bienestar y el Instituto de Belleza



Seguir ampliando el alcance y la oferta formativa de estos espacios de capacitación para la comunidad



GESTIÓN DE RESIDUOS Y RECICLAJE



Nuevo Plan de Manejo de Residuos Peligrosos



Plan de gestión del material de embalaje en el marco de la Ley REP

03.5

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Los ODS son un conjunto de 17 compromisos y 169 metas asociadas, desarrollados por Naciones Unidas para ayudar a resolver al año 2030 los principales problemas sociales, económicos y ambientales que afligen al mundo.



Consciente del aporte que pueden realizar las grandes empresas a este desafío, Empresas SB considera los Objetivos de Desarrollo Sostenible como una referencia de su Modelo de Sustentabilidad.

En concreto, a través de sus prácticas y programas, la compañía adhiere específicamente a cuatro de ellos.



Instituciones en las que participa Empresas SB

ACCIÓN EMPRESAS

WWW.ACCIONEMPRESAS.CL

CÁMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO

WWW.CCS.CL

PRIDE CONNECTION CHILE

WWW.IGUALES.CL/PRIDE-CONNECTION

PROHUMANA

WWW.PROHUMANA.CL

RED DE EMPRESAS INCLUSIVAS (REIN), DE SOFOFA

WWW.EMPRESAINCLUSIVA.CL

ASOCIACIÓN NACIONAL DE AVISADORES A.G., ANDA CHILE

WWW.ANDA.CL

04



Empresas SB gestiona los temas de mayor relevancia para los grupos de interés con un enfoque que busca reducir los impactos negativos de su actividad y favorecer los espacios de valor compartido. El objetivo principal de este modelo es aportar valor al entorno y contribuir al desarrollo sostenible del país.

Los temas abordados a continuación fueron identificados en el marco de un proceso de materialidad, que incluyó una encuesta en la que participaron representantes de todos los grupos de interés de Empresas SB.

**Temas
RELEVANTES**

04.1

Ética y Cumplimiento

A partir de 2017, la formación en ética y cumplimiento se realiza en Empresas SB desde la mirada de una cultura de integridad. Bajo este concepto, durante el año se capacitó en estas materias a los directores de la organización y se logró aumentar de forma significativa el número de colaboradores entrenados respecto de 2016.

“En Empresas SB hacemos lo correcto”

En línea con su nuevo modelo integrado de gestión, en 2017, Empresas SB elaboró un nuevo Código de Ética y Cumplimiento, que concentra en un mismo documento todas las normas y estándares corporativos que existen tanto en estas materias como en aspectos de anticorrupción, prevención y libre competencia.

Este Código busca convertirse en una herramienta simple y fácil de aplicar por el colaborador en su quehacer diario. Con este objetivo, también incluye un nuevo procedimiento para las denuncias, que busca hacer más eficiente la gestión de esta retroalimentación, y considera las funciones que deben cumplir todos los órganos y actores que participan en el sistema de ética y cumplimiento.

Su lanzamiento está programado para 2018, una vez que se le incorporen las definiciones culturales que se desprendan de la Estrategia Digital que elabora la empresa.



Enfoque de gestión

En Empresas SB, la gestión de Ética y Cumplimiento se estructura desde el estándar de Líneas de Defensa. De esta forma, se asegura razonablemente la efectividad de la Gestión Integrada de Riesgos. Asimismo, se evita trabajar en silos, se asignan roles específicos, sin duplicaciones, diseñando la debida coordinación y orquestación en materia de ética, cumplimiento y riesgo en la organización.



2.407

HORAS DE CAPACITACIÓN ANUALES EN ÉTICA Y CUMPLIMIENTO



1.329

COLABORADORES CAPACITADOS EN ÉTICA Y CUMPLIMIENTO

**47****DENUNCIAS Y CONSULTAS SOBRE ÉTICA RECIBIDAS EN EL AÑO****99%****DENUNCIAS RESUELTAS AL CIERRE DEL PERÍODO****2****DENUNCIAS POR SITUACIÓN DE DISCRIMINACIÓN**

Ética y Cumplimiento

En 2017, la gestión de Empresas SB en este ámbito se vio marcada por la incorporación a sus sistemas de control de nuevos programas de cumplimiento, como el referido a Inclusión.

En ese contexto, y bajo el enfoque de cultura de integridad en la organización (ver página anterior), algunos de los principales logros de la compañía en términos de cumplimiento fueron:

- Se continuaron revisando los contratos de los proveedores desde la perspectiva del cumplimiento legal y para garantizar su consistencia con todas las políticas internas y valores corporativos de Empresas SB. La compañía, además, está trabajando en la creación de un área de Proveedores que complemente el trabajo de Contraloría en estas materias.
- Se desarrolló un Tablero de Control de Integridad para Jefes de Distrito de las filiales Salcobrand y PreUnic.

- En el campo del cumplimiento sanitario, la consolidación del Programa de Auditorías Sanitarias internas permitió reducir de forma relevante la proporción de sanciones derivadas de fiscalizaciones sanitarias a locales de farmacia. Estas auditorías se extendieron a la mayor parte del territorio nacional e involucraron a otras áreas sanitarias de dicha filial. Esta labor de control y seguimiento preventivo también se vio reforzada por una colaboración diseñada y mancomunada con directores técnicos de farmacias, designados como Líderes Sanitarios, en los distintos locales de la filial Salcobrand.
- Los equipos a cargo de la gestión de los temas de cumplimiento pasan a participar, además, en el sistema de ética. De igual modo, los canales de denuncia a disposición de los públicos de interés para ambas dimensiones confluyen en una sola línea: el Oficial de Ética, cargo que desempeña el gerente de Asuntos Corporativos, Ética y Cumplimiento.

Incidentes y sanciones

En 2017, la filial Salcobrand se vio expuesta a una acusación relacionada con una supuesta vulneración de la prohibición de incentivos en la venta de fármacos a sus colaboradores. Dicha acusación llevó al cierre de tres locales de farmacia por la Autoridad Sanitaria. Sin embargo, la misma Autoridad ordenó posteriormente la reapertura de estos puntos de atención.

No obstante lo anterior, la compañía mantiene sus programas de cumplimiento sanitario y realiza revisiones y entrenamientos permanentes. En este sentido, se ocupa incluso de evitar cualquier señal que, sin ser contraria a la ley, pueda ser interpretada como incorrección, transgresión o incumplimiento.

**0****DENUNCIAS SOBRE DELITOS RELACIONADOS CON LA LEY 20.393****0****SANCIONES POR INFRACCIONES A LA LEY DE LIBRE COMPETENCIA****0****MULTAS SIGNIFICATIVAS * POR INCUMPLIMIENTO**

* El Dow Jones Sustainability Index define como multa significativa aquella que supera los US\$10.000.

04.2

Experiencia de Clientes

Durante 2017, Empresas SB continuó profundizando su estrategia de diferenciación, con iniciativas que se focalizaron en aspectos considerados críticos por el público, como el modelo de atención, el stock de productos en locales y los tiempos de espera. Estos avances permitieron elevar al 61% el índice de Lealtad de Clientes (NPS).

Para lograr que su oferta de valor, “Mejor Solución-Mejor Experiencia”, sea una realidad, Salcobrand focaliza su gestión en los tres aspectos que los clientes consideran esenciales al momento de evaluar el servicio: el modelo de atención, la disponibilidad de los productos y el tiempo de espera. En 2017, la cadena logró importantes avances en estas dimensiones:

- En atención se siguió reforzando el modelo ASER, que busca Anticipar, Solucionar, Empatizar y Reconfortar a los clientes. Al cierre de año, 9 de cada 10 visitantes evaluaba bien la amabilidad de los vendedores.
- A nivel de productos, las áreas involucradas alcanzaron importantes sincronías a partir de un modelo de células de trabajo. Esto permitió elevar en 20 puntos la percepción de disponibilidad de stock.
- En tiempo de espera, la incorporación de pantallas digitalizadas hizo posible monitorear el ciclo de los clientes en los locales. Esto se tradujo en la incorporación de eficiencias y mejoras que aumentaron los índices de conversión (es decir, la proporción de quienes finalmente compran luego de identificarse en el tótem) a cerca del 90% y redujeron a 6 minutos el promedio de permanencia en la sucursal, desde los 9 con que partió la medición a principios de año.



Enfoque de gestión

Empresas SB busca marcar una diferencia en el mercado subrayando su carácter de especialista en salud y belleza, promoviendo la recomendación de sus clientes y fortaleciendo su reputación corporativa.

La diferenciación es uno de los tres pilares que sostienen la estrategia de negocios de la compañía.

Medición de la Experiencia de Clientes a través del NPS

En 2017, el Índice NPS* se comenzó a aplicar en todos los puntos de venta de Salcobrand en el país, lo que lo transformó en el indicador oficial de la compañía para medir la experiencia de cliente.

Conjuntamente con ello, y con el fin de obtener buenos resultados en las dimensiones estratégicas de esta consulta, la empresa integró al Área de Experiencia Cliente a una química farmacéutica para que se hiciera cargo de la gestión de los indicadores de tiempo, atención y producto especialmente en los locales con menor desempeño.

A lo largo del año, esta profesional efectuó a los equipos capacitaciones en sala sobre el modelo de atención y la ejecución de la encuesta NPS, y coordinó el nuevo modelo de premiación creado por la compañía para mejorar los resultados de los locales.

Este sistema distingue a las sucursales por el nivel de excelencia que han mostrado en el cumplimiento de sus metas y contempla reconocimientos tanto para aquellas que obtienen la mejor gestión a nivel zonal como para las que mantienen altos estándares en el tiempo.

Esta labor interna y la consolidación en la compañía de una cultura orientada a la experiencia de cliente permitieron llevar el índice NPS corporativo desde el 46% inicial, registrado en enero de 2017, al 61% observado al cierre del período.

Premios por Excelencia en Atención al Cliente



96%

DE TASA DE EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA DE VALOR EN LOS LOCALES

* El Net Promoter Score (NPS) es un índice que distingue a los consumidores entre promotores y no promotores, lo que en la práctica revela su nivel de lealtad con las marcas. En Salcobrand se aplica a los clientes a través de correos electrónicos, teléfono o vía web, después de haber efectuado una compra en cualquiera de los locales de la cadena.

61%

FUE EL NPS DE SALCOBRAND EN DICIEMBRE, SUPERIOR AL 46% REGISTRADO EN ENERO Y AL 50% FIJADO COMO META ANUAL

Relación con los clientes y gestión de reclamos

Con el fin de elevar los estándares de su Servicio de Atención al Cliente, en 2017 Empresas SB incorporó un nuevo sistema de Customer Relationship Management (CRM, por sus siglas en inglés). Esta herramienta, sobre la cual ahora se gestiona el SAC (Servicio de Atención al Cliente), permite usar la información registrada del cliente para mejorar su experiencia de atención, lo que en la práctica garantiza una respuesta más rápida, personalizada y eficiente.

Durante el año, esta nueva CRM incorporó la información proveniente de Pharma Benefits y Fiscalía. Esto hizo posible centralizar los reclamos y avanzar en su tipificación con miras a introducir mejoras de gestión. Lo mismo ocurrió con la retroalimentación originada en las cuentas de Facebook.

El objetivo para el año 2018 es sumar a este sistema los casos que ingresan a través de las áreas técnicas (de cumplimiento sanitario) y comerciales, y alcanzar la meta trazada de 72 horas máximo para responder cada requerimiento.



33.439

LLAMADAS ATENDIDAS EN EL SAC DE SALCOBRAND*

94%

TASA DE SERVICIO

6%

TASA DE ABANDONO

10.167

LLAMADAS ATENDIDAS EN EL CANAL DE ATENCIÓN TELEFÓNICO DE PREUNIC

1,2%

AUMENTO DE LLAMADAS EN COMPARACIÓN CON 2016



USUARIOS EN REDES SOCIALES

384.493

FACEBOOK SALCOBRAND

30.071

TWITTER SALCOBRAND

379.215

FACEBOOK PREUNIC

* Incluye reclamos, consultas y solicitudes

Programa Mi Salud

Esta iniciativa se lanzó en 2017 y tiene como finalidad asegurar a los pacientes crónicos la disponibilidad de sus medicamentos en los locales que ellos determinen. Quienes se inscriben en este programa no sólo reciben la garantía de reserva del fármaco, sino también avisos por

parte de la cadena de la llegada del producto a las sucursales y recordatorios para su administración en las dosis prescritas. Al cierre del año, este sistema estaba funcionando en 19 locales de Santiago.

Gestión de clientes en PreUnic

En el marco de la estrategia de “Mejor Mix - Mejor Precio” establecida para PreUnic, a fines de 2017 la empresa comenzó a trabajar en la revisión de la imagen de marca de este retailer.

Como parte de este proceso, la compañía también decidió impulsar la definición del modelo de experiencia de cliente de la cadena y su consecuente modelo de atención.

En este contexto, durante la segunda parte del año, el grupo inició la medición en PreUnic del índice NPS.

En línea con estos desafíos, en 2018 la compañía elaborará un diagnóstico sobre la experiencia de cliente en esta cadena y comenzará a promover la participación de sus clientes en la Encuesta NPS.

Otros avances en Experiencia de Clientes



Sitio web www.salcobrand.cl

Esta nueva plataforma en Internet fue concebida como un espacio transaccional que permite realizar compras y consultas. Contiene información comercial y está funcionando desde septiembre de 2017.



El Botiquín de Las Condes

A través de esta iniciativa, Salcobrand pone a disposición de los vecinos de esta comuna medicamentos a mejores precios. En el marco de esta alianza, la cadena farmacéutica opera los recursos con que cuenta el municipio para esta finalidad y negocia con los laboratorios.



Programa Procuidado

Esta es una iniciativa que impulsan los laboratorios y que busca favorecer a los pacientes crónicos con descuentos en sus medicamentos. Esta línea comercial supuso importantes ventas mensuales para Salcobrand durante 2017.



Venta de medicamentos vía online

Durante 2017, Empresas SB trabajó con la autoridad el diseño del modelo con que comenzará a funcionar en Chile la venta de fármacos vía online. De esta forma, en 2018, Salcobrand se convertirá en la primera cadena autorizada para operar este nuevo sistema.

99%

de los clientes de Fonofarmacia recibe sus pedidos en menos de 3 horas.

7.500 ENCUESTAS NPS

recibe al mes la compañía por parte de los clientes de Salcobrand.

PRECIOS DE MEDICAMENTOS

La política de la empresa que regula esta materia define un porcentaje máximo de reajuste en los precios de los medicamentos.*

* Ver más en Reporte de Sustentabilidad 2016, disponible en www.salcobrand.cl

04.3

Innovación y Tecnología

El programa de innovación CREA, desarrollado por Empresas SB durante 2017, superó todas las expectativas de participación y permitió insertar a la compañía en los ecosistemas de generación de ideas y emprendimiento del país.



Enfoque de gestión

La innovación es una de las herramientas definidas por Empresas SB para avanzar en su diferenciación en el mercado, uno de los pilares de su estrategia de negocios.

300 IDEAS

de innovación
emanaron de
los colaboradores.

900 PERSONAS

participaron en las tres
convocatorias del
programa CREA.



Embajadores de Innovación 2017.

En 2017, la innovación se adueñó de la agenda en Empresas SB. Con el fin de marcar diferencias tangibles en el mercado, la compañía continuó impulsando su proyecto CREA, una iniciativa con co-financiamiento de Corfo y en el marco de la cual invitó a toda la organización a aportar ideas para resolver desafíos reales de su operación.

En las tres convocatorias masivas realizadas en el año participaron un total de 900 colaboradores y se lograron reunir cerca de 300 propuestas.

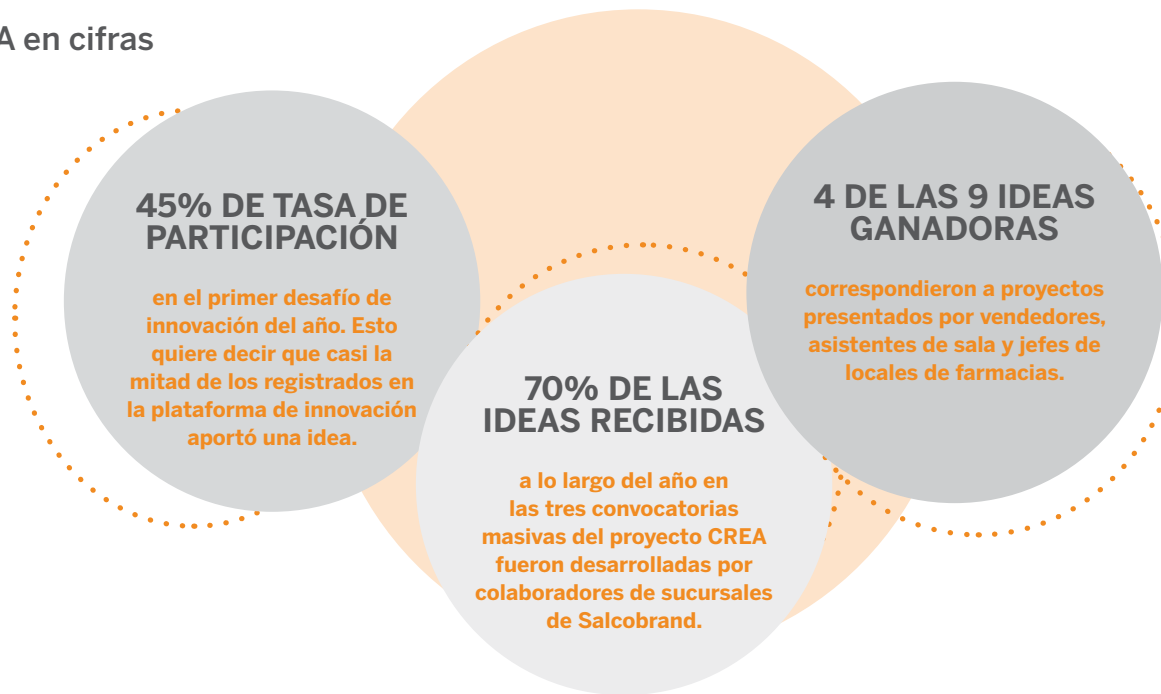
Un jurado de especialistas internos en los temas abordados fue el encargado de seleccionar las 10 propuestas finalistas por cada uno de los tres desafíos, cuyos responsables recibieron dos talleres de coaching para que aprendieran a exponer sus proyectos en la fase final del proceso.

Estas presentaciones se efectuaron ante audiencias compuestas por gerentes, jefaturas y colaboradores especializados, y permitieron identificar los tres proyectos por desafío que entrarían a la fase de incubación.

A estas nueve ideas se sumaron finalmente otras cinco, que la empresa consideró de rápida implementación, y cuatro adicionales que se gestaron a partir de una convocatoria abierta sólo a los equipos de las gerencias de administración.

El objetivo trazado para 2018 por Empresas SB en esta materia es, además de ampliar este programa a PreUnic, poner a disposición de los proyectos seleccionados los recursos que requieren para el desarrollo de sus prototipos.

CREA en cifras



Integración al ecosistema de innovación

El programa CREA se desarrolla en Empresas SB en tres frentes de acción:

- **CREA CAPACIDADES**, que es el sistema abierto para levantar ideas con la participación de toda la organización y que en 2018 incluirá un buzón abierto de forma permanente para que las personas puedan plantear propuestas en cualquier momento.
- **CREA LABS**, que contempla toda la etapa de incubación de las propuestas seleccionadas y que terminó el año con 18 proyectos en gestación. Este proceso se extiende por cuatro meses y permite el desarrollo de prototipos que deben ser presentados en encuentros denominados Demodays.
- **CREA Sin Fronteras**, línea de trabajo que apunta a la innovación abierta y tiene por finalidad acercar la compañía a referentes externos en temas de innovación. Durante 2017, en el marco de la

labor desarrollada con esta finalidad, Empresas SB logró avanzar en proyectos con las siguientes instituciones:

- Centro de Innovación de la Pontificia Universidad Católica:** En su calidad de socia de esta entidad y en el marco del programa Sin Límites, la compañía postuló un desafío sobre señalética en los locales que estudiantes de Ingeniería Comercial y Diseño Industrial resolvieron planteando redefiniciones de algunas lógicas internas en las salas.
- IF Chile:** Con esta comunidad de negocios y emprendimiento Empresas SB trabajó durante el año en soluciones para procesos del área de Personas, como reclutamiento y selección.
- UDD Ventures:** En 2017, la compañía exploró su primer proyecto conjunto con la aceleradora de negocios de la Universidad del Desarrollo.



Ganadores del primer desafío programa CREA Salcobrand.

La tecnología como habilitadora de la Transformación Digital

Para Empresas SB, la tecnología se ha convertido en una herramienta clave en su camino de Transformación Digital, por cuanto resulta indispensable para mejorar la experiencia de los clientes, hacer más eficientes los procesos del colaborador y potenciar el carácter sustentable de la operación.

Desde esa perspectiva, los avances que está impulsando la compañía a través de su área de Tecnología están plenamente sintonizados con el objetivo de lograr la "Mejor Reputación con Rentabilidad de la Industria"; el gran desafío de su estrategia de desarrollo.

En esa línea, entre los principales proyectos desarrollados en el año por esta unidad con miras a ejecutarse en 2018 destacan los siguientes:



Fortalecimiento de la plataforma de e-commerce con nuevas opciones para el cliente, que apuntan a integrar las posibilidades de la compra online con la experiencia en los locales. Lo que se busca es permitir, por ejemplo, que un cliente que no quiere recibir un producto en su casa lo pueda pasar a retirar a la sucursal que más le acomode.



Desarrollo de una web inclusiva, que entregue a los clientes con discapacidad visual accesibilidad para interactuar con la plataforma de e-commerce.



Mejora de procesos para avanzar en el modelo "paper less". El objetivo es promover procesos digitales en todo el ciclo de proveedores, desde la generación de órdenes de compra hasta los pagos de factura, para eliminar completamente el uso del papel.

¿Cómo aborda Empresas SB los riesgos de la digitalización?



En seguridad de la información, la compañía cuenta con políticas aprobadas por el Directorio, así como con normas y procedimientos.

Desde 2016, además, la empresa se evalúa contra las mejores prácticas contempladas en la norma ISO 27.002. Para profundizar en esta labor, en 2018 evaluará su desempeño con un auditor externo.

Considerando las nuevas amenazas para la información que se desprenden de la Transformación Digital, en 2017, el Grupo incorporó tecnología para generar alertas de eventuales brechas, creó una Unidad de Arquitectura y Seguridad, y sumó al área de Aseguramiento de Calidad a un analista en ciberseguridad.



En continuidad tecnológica, la compañía elaboró un Plan de Continuidad, a través del cual formalizará todo el trabajo que viene desarrollando en este ámbito.

Actualmente, Empresas SB dispone de dos sitios de respaldo, uno en San Bernardo y otro gestionado por un proveedor externo. Ambos los opera bajo una estructura de activo-pasivo. La aspiración principal es migrar hacia un modelo de activo-activo, que garantice una plena continuidad operacional en caso de incidentes.

Otros objetivos de la empresa son trasladar sus sistemas hacia la "nube privada"; modernizar todas sus aplicaciones e incorporar herramientas open sources.

04.4

Cultura y Desarrollo de Personas

Los principales logros de Empresas SB en 2017 en materia de personas estuvieron relacionados con la expansión de su programa de liderazgo, la consolidación de la práctica del reconocimiento y el inicio del proceso de identificación de talentos.



Enfoque de gestión

Empresas SB busca consolidarse como una gran organización para trabajar, en la que los colaboradores dispongan de posibilidades de desarrollo laboral en equilibrio con sus intereses y vida personal, y en donde se garanticen sus derechos y primen los principios de diversidad, igualdad de oportunidades y no discriminación.

La transformación cultural de la organización en el contexto de su Estrategia Digital fue el gran foco de trabajo de Empresas SB en materia de personas durante 2017.

A nivel de colaboradores, la compañía aborda este proceso de digitalización desde dos frentes: uno externo, que tiene que ver con el plan general de gestión del cambio en el holding, y otro más sectorial, focalizado en la integración de las herramientas informáticas de la Gerencia de Personas.

El propósito de esta última labor es aprovechar los nuevos recursos tecnológicos para asegurar que la información llegue a todos los colaboradores sin las barreras que impone la dispersión de los puntos de venta en el territorio nacional, así como garantizar una mejor experiencia laboral a partir del uso de soluciones innovadoras para el desempeño de sus funciones.

Con esta finalidad, para 2018, Empresas SB se ha planteado como desafío desarrollar una solución que permita a las personas efectuar sus transacciones más relevantes a la hora y en el lugar en que se encuentren.



Ceremonia Anual de Reconocimiento 2017.

Capacitación, Liderazgo y Talento

En 2017, los programas de capacitación de Empresas SB continuaron priorizando aspectos relacionados con la calidad de servicio interno (ver más en página siguiente) y la actualización de conocimientos para segmentos técnicos y profesionales. Estas líneas de acción se complementaron con las actividades formativas sobre temas de Salud y Seguridad, efectuadas en el marco del nuevo programa Vive Seguro (ver más en página 33).

En esta dimensión, uno de los objetivos de la empresa es realizar en 2018 un programa transversal de capacitación para los vendedores de locales de todo el país. En la misma línea, la compañía también busca explorar nuevos soportes y herramientas de formación que garanticen el acceso de todas las personas a estas oportunidades de desarrollo, sin que deban desplazarse de sus lugares de trabajo. Con esta finalidad, la Gerencia de Personas comenzó a trabajar con desarrolladores externos en la definición de nuevos formatos online y virtuales.

184.550

**HORAS DE CAPACITACIÓN
DURANTE 2017**

11.302

**COLABORADORES
CAPACITADOS A LO LARGO
DEL AÑO**

15,4

**HORAS PROMEDIO DE
CAPACITACIÓN POR
COLABORADOR**

Academia de Líder

La consolidación y expansión de la Academia de Líder fue uno de los principales logros de la gestión de Empresas SB en el ámbito de las personas en 2017. Durante este año, la iniciativa se amplió al segmento de jefes de local y se afianzó como un pilar del cambio cultural que está impulsando la compañía.

La Academia tiene por finalidad aportarles a los colaboradores con equipos a cargo todas las herramientas que requieren para desarrollar sus competencias de liderazgo. La ejecutan los propios gerentes y subgerentes de la empresa, con el apoyo de un consultor externo, y en su primera fase ha estado orientada al liderazgo como instrumento de transformación personal.

En 2017, 330 jefes de local de todo el país pasaron por este programa, lo que elevó a 570 el número de personas que han desarrollado el taller hasta la fecha.

La aspiración de la compañía en 2018 es cubrir con la Academia a los 400 líderes restantes de la organización e iniciar con las gerencias de primer reporte la segunda etapa del proyecto, cuyo foco estará en el trabajo colaborativo y la Transformación Digital.

Talentos

Otro de los avances importantes de Empresas SB en el ámbito de las personas fue el comienzo del proceso de identificación de potenciales. Estas son las personas con el talento y competencias que se requieren para ocupar las funciones más estratégicas en la organización.

Este proceso se efectuó en una primera instancia entre los gerentes de segundo reporte y logró individualizar al terminar su primera fase a un

total de 12 personas con un perfil destacado. Entre estos seleccionados finalmente se van a elegir a las personas que la empresa buscará retener y desarrollar con una oferta de valor y planes de desarrollo individualizados.

Estos programas comenzarán a ejecutarse en 2018 de manera simultánea con el inicio del proceso para los gerentes de tercer reporte.

Calidad de Servicio Interno

Con el fin de mejorar aquellos aspectos operativos que impiden la ejecución plena de la estrategia de atención a los clientes, y que además tienen una alta incidencia en la experiencia laboral de los colaboradores que se desempeñan en los puntos de venta, desde 2016 Empresas SB trabaja en la medición y gestión de la calidad del servicio interno.

Esta labor se siguió desarrollando en 2017 con la ejecución de una primera encuesta para evaluar la calidad de los servicios internos, la aplicación de planes de mejora en las áreas que este sondeo identificó como deficitarias y la realización de una consulta de salida para verificar el impacto de dichas soluciones.

Los resultados de este ejercicio evidenciaron una consolidación del programa y un aumento en las expectativas de las áreas respecto de lo que se entiende como servicio de alta calidad.

En el marco de este proceso, se generaron programas de acompañamiento a unidades específicas y se detectaron saltos importantes de calidad en los servicios de áreas como el Call Center.



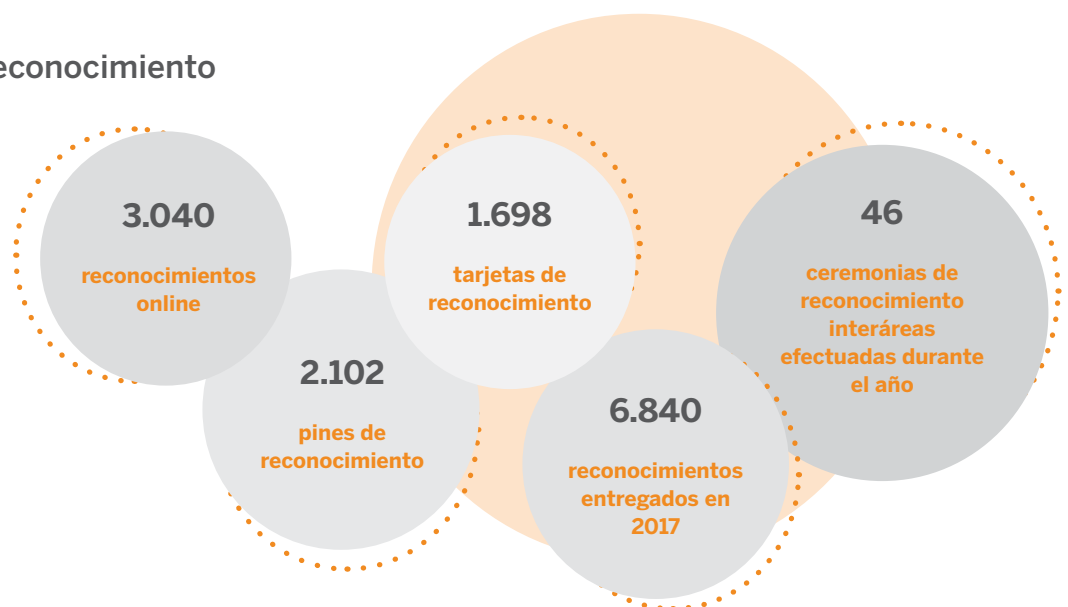
Reconocimiento

En 2017, el Programa de Reconocimiento de Empresas SB duplicó su alcance y logró otorgar a esta práctica un carácter de acción cotidiana y distintiva en la compañía.

Desde el punto de vista de la organización, el reconocimiento es un factor determinante para la motivación de los equipos y la construcción de climas laborales sanos y estimulantes.

Por lo mismo, el objetivo de Empresas SB es seguir potenciando esta iniciativa con campañas que promuevan el uso de la plataforma de reconocimiento especialmente entre los líderes.

Alcance del Programa Reconocimiento



Clima

El impulso dado al reconocimiento, así como la consolidación de un modelo de liderazgo cercano y transparente, y el mejoramiento de los canales de comunicación internos, fueron determinantes en el aumento que mostraron los índices de clima en 2017.

Para medir el compromiso de sus equipos, este año la compañía aplicó un instrumento más extenso y universal, que permitió hacer un levantamiento de información en la misma base de la estructura y que en consecuencia hizo posible obtener respuestas de mayor fiabilidad y precisión.

Entre los resultados más relevantes que arrojó este ejercicio destacaron el aumento de 10 puntos porcentuales en el Índice de Clima Laboral y la disminución en el número de personas dispuestas a cambiarse de empresa por el mismo sueldo.

Estos indicadores son muy significativos, ya que las empresas de retail se caracterizan por una alta exigencia en sus jornadas laborales y, además, porque se recogen durante un año en que la compañía continuó desarrollando su política de eficiencia en materia de beneficios.



77,30%

ÍNDICE CLIMA LABORAL



91,30%

SATISFACCIÓN GENERAL



85,6%

INTENCIÓN DE PERMANENCIA

04.5

Salud, Seguridad y Relaciones Laborales

En su objetivo de instalar en la organización una cultura preventiva compartida y transversal, en 2017, Empresas SB impulsó el programa Vive Seguro, iniciativa orientada a promover prácticas y condiciones seguras en las sucursales de atención al público.



El trabajo desarrollado en 2017 por Empresas SB en el ámbito de la salud y la seguridad estuvo orientado principalmente a promover la prevención de riesgos como enfoque inicial de todas las actividades corporativas. Esta labor se enmarcó en el propósito de la compañía de instalar en la organización una cultura de seguridad compartida por los todos los colaboradores y transversal a las distintas áreas operativas, administrativas y comerciales.

En este contexto, la compañía celebró en octubre, por tercer año consecutivo, el Mes de la Seguridad, en conjunto con la Asociación Chilena de Seguridad*.

En esta oportunidad, la actividad –que se desarrolló en Casa Matriz y en el edificio Alameda- incluyó una serie de iniciativas innovadoras, como talleres de primeros auxilios, simulacros de evacuación y una obra de teatro, que puso de relieve la importancia de mantener una actitud vigilante en materia de seguridad.

En la misma línea, durante el año, la empresa continuó ejecutando sus programas de prevención de riesgos y siguió monitoreando el desempeño de las tres unidades que en 2016 registraron los resultados más deficitarios en la Encuesta Psicosocial, sin llegar a registrar por ello riesgos relevantes.

En este escenario, uno de los grandes logros alcanzados por la empresa durante este año fue haber terminado de construir con cero accidentes el nuevo Centro de Distribución de San Bernardo.



Enfoque de gestión

Empresas SB se ha propuesto entregar a todos sus colaboradores las herramientas, conocimientos y condiciones necesarias para que desarrollen sus funciones con las garantías de seguridad que exigen los estándares corporativos.

De igual modo, la compañía garantiza y promueve el derecho de sus colaboradores a participar en sindicatos y busca mantener con estas organizaciones un diálogo transparente y fluido, basado en la confianza y el desarrollo mutuo.

ÍNDICE ACCIDENTABILIDAD

2,6 ▶ SB
2,2 ▶ PU

ÍNDICE SINIESTRALIDAD

59,7 ▶ SB
61,4 ▶ PU

Programa Vive Seguro

La principal innovación realizada por Empresas SB durante 2017 en materia de seguridad fue la puesta en marcha del programa Vive Seguro.

Esta iniciativa tiene por finalidad instalar en los puntos de venta una cultura preventiva que sea capaz de identificar y gestionar los riesgos asociados tanto a la infraestructura como a las conductas de los colaboradores.

Como parte de este plan se visitaron todas las sucursales del país, para identificar las prácticas y condiciones inseguras, y se capacitó a los cerca de 8.000 trabajadores de estos locales.

El programa contempló una evaluación inicial, la aplicación de medidas correctivas y una encuesta de salida, lo que permitió concluir que en cinco de las siete dimensiones abordadas se logró mejorar el desempeño.

El programa Vive Seguro continuará desarrollándose en 2018 con foco en el control de las condiciones y conductas inseguras, y con una mirada asociada a objetivos concretos.



Impacto del Programa Vive Seguro



Principales desafíos en Salud y Seguridad Laboral

Empresa SB mantiene indicadores de salud y seguridad muy favorables en comparación con los que muestra en general la industria del retail.

En este contexto de buenas cifras, sin embargo, durante los últimos años, la compañía ha debido enfrentar los crecientes problemas derivados del aumento de los asaltos a las sucursales de Salcobrand y, en menor medida, de PreUnic.

Estas situaciones han generado un incremento de los síndromes post-traumáticos entre los colaboradores, lo que a su vez ha hecho difícil seguir avanzando en la reducción de las tasas de siniestralidad.

Asumiendo que la solución de fondo a este fenómeno escapa a sus posibilidades, Empresas SB ha enfrentado el aumento de estos casos intensificando la capacitación entre los colaboradores de las sucursales, para reducir su exposición al riesgo, y reforzando el Programa Preventivo de Respuesta Anti-Asaltos (PRACHS).

Esta iniciativa, que la compañía desarrolla en conjunto con la Asociación Chilena de Seguridad, tiene por objetivo contener y dar respuesta inmediata en terreno a los colaboradores que han sufrido asaltos o ataques violentos en el ejercicio de su labor.

Desde el punto de vista de su aplicación, este plan considera una primera fase de preasalto, que incluye planes de psicoeducación y entrenamiento a las personas, y otra de postasalto, que contempla una atención integral en menos de 24 horas, si el evento ocurre en la Región Metropolitana, y antes de las 48 horas, cuando se trata de incidentes en regiones.

Durante 2017, la compañía amplió la cobertura de este programa a todas las regiones del país y solicitó a la ACHS el fortalecimiento para 2018 de los equipos encargados de su ejecución.



Encuentro comités paritarios.

Salud y Seguridad en cifras

Principales indicadores de Salud y Seguridad

FILIAL	PROMEDIO ANUAL DE TRABAJADORES		DÍAS PERDIDOS EN EL PERÍODO		ÍNDICE DE ACCIDENTABILIDAD*		ÍNDICE DE SINIESTRALIDAD**		INVALIDEZ Y MUERTE	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017
SALCOBRAND	5.331	5.540	4.403	3.310	3,2	2,6	89,6	59,7	0	0
PREUNIC	3.079	2.948	2.080	1.812	2,1	2,2	59,4	61,4	0	0
INVERSIONES SB	593	618	219	78	0,7	0,4	39,8	12,6	0	0
MEDCELL	196	194	19	1	2,3	0,5	15,8	0,5	0	0
MEDIPHARM	100	138	12	5	1,8	1,4	31,1	3,6	0	0
FARMAPRECIO	32	32	0	20	3,9	6,2	29,2	62,9	0	0
MAKE UP	114	121	48	61	4,39	2,54	42,11	42,45	0	0
DBS	495	412	624	242	2,83	2,40	502***	68,49	0	0

* Tasa de Accidentabilidad: (ACC): (Número de accidentes con tiempo perdido/Nº de trabajadores) *100

** Tasa de siniestralidad: (IDS): (Número de días perdidos / Promedio de trabajadores) *100

*** La siniestralidad de la empresa Sociedad Comercializadora DBS SPA incluye la siniestralidad de la empresa Sociedad de Inversiones DJ SPA, la que durante 2016 incorporó en sus indicadores una siniestralidad por invalidez.

INVERSIONES SB



COMITÉS PARITARIOS

12
Participantes

643
Colaboradores Cubiertos

100%
Cobertura de Colaboradores

360
Participantes

1.501
Colaboradores Cubiertos

100%
Cobertura de Colaboradores

96
Participantes

448
Colaboradores Cubiertos

100%
Cobertura de Colaboradores

12
Participantes

201
Colaboradores Cubiertos

100%
Cobertura de Colaboradores

12
Participantes

160
Colaboradores Cubiertos

100%
Cobertura de Colaboradores

CAPACITACIÓN EN PREVENCIÓN DE RIESGOS DURANTE 2017



TOTAL
1.244

COLABORADORES CAPACITADOS



TOTAL
132

HORAS DE CAPACITACIÓN

Relaciones Laborales

Empresas SB mantiene con sus sindicatos una política de comunicación permanente y de puertas abiertas que ha facilitado durante los últimos años la disposición al diálogo entre las partes y la solución permanente de las discrepancias con una mirada de desarrollo recíproco.

En 2017, la compañía no efectuó ninguna negociación colectiva con sus sindicatos. Aun así, mantuvo una comunicación continua con los

máximos representantes de estas organizaciones y siguió trabajando con todos ellos en la construcción de una agenda de temas de interés común.

Cabe consignar, asimismo, que en los conflictos que se presentaron durante el año en este ámbito, los tribunales fallaron a favor de la posición sostenida por la empresa.

Dotación Sindicalizada en Empresas SB

SINDICATOS	COLABORADORES SINDICALIZADOS	
	2016	2017
SINDICATO N° 1	1.085	1.200
SINDICATO N° 2	1.683	1.790
SINDICATO BODEGA	201	232
TOTAL SALCOBRAND	3.001 (59%*)	3.498 (61%*)
SINDICATO CD PU	9	10
SINDICATO INTEREMPRESA 1	3	0
SINDICATO TIENDAS PU	8	8
TOTAL PREUNIC	20 (0,7%*)	18 (0,6%*)
SINDICATO INTEREMPRESA DE QUÍMICOS FARMACEÚTICOS	32 (0,59%*)	276 (4,8%*)
SINDICATO DE ADMINISTRACIÓN INVERSIONES SB	185 (36%*)	205 (37%*)

* Porcentaje de colaboradores sindicalizados respecto del total del área.

Nota: El aumento de 32 a 276 colaboradores inscritos en el Sindicato Interempresa de Químicos Farmacéuticos registrado entre los años 2016 y 2017 obedece a la consolidación y crecimiento de esta organización durante el último período.

Los totales correspondientes al número de trabajadores sindicalizados en Salcobrand consideran la dotación adscrita al Sindicato Interempresa de Químicos Farmacéuticos.



04.6

Inclusión, Diversidad y No Discriminación

En el marco del enfoque de mejora continua con que aborda estas materias, en 2017, Empresas SB actualizó el sistema de gestión de su programa de diversidad y fortaleció sus procesos de selección y reclutamiento con miras a superar el 1% de personas con discapacidad en la dotación exigido por la nueva Ley de Inclusión Laboral.



Enfoque de gestión

Empresas SB cuenta con una Política de Inclusión, Diversidad y No Discriminación (PIDND) a través de la cual busca fomentar en el holding una cultura de respeto y valoración de la diferencia como fuente de desarrollo individual y colectivo, y motor de la innovación. Este marco apunta a promover la aceptación del sello de cada colaborador y colaboradora, y a establecer un compromiso corporativo con la diversidad que facilite la construcción de ambientes laborales inclusivos y permita generar un modelo para su gestión responsable.

Desde su lanzamiento, a fines de 2015, la Política de Diversidad ha convertido a Empresas SB en una organización de referencia en Chile en esta materia. En ese contexto, durante estos años, la compañía ha logrado una alta notoriedad pública y el reconocimiento generalizado de sus stakeholders al marcar el camino en ámbitos organizacionales que hasta entonces no habían sido muy desarrollados en el mundo privado.

Con todo, y precisamente por el carácter innovador de los cambios que ha venido impulsando en este ámbito, para la empresa, este trabajo ha supuesto aprendizajes constantes.

En esa línea, durante 2017, el holding puso el foco de su labor de diversidad en tres aspectos que pueden considerarse de mejora continua:



La actualización de su sistema de gestión, asumiendo que los objetivos trazados para cada área en temas de diversidad y no discriminación deben construirse en conjunto con los respectivos líderes y colaboradores.



La revisión constante de los procesos de reclutamiento y seguimiento del desempeño de las personas que se incorporan a la compañía en el marco de este programa.



El fortalecimiento de la concientización y capacitación a los equipos y jefaturas en temas de diversidad.

Revisión del sistema de gestión y diagnóstico sobre la Norma Chilena

En 2017, Empresas SB contrató una consultora internacional para que hiciera un diagnóstico de la organización desde la perspectiva de los requerimientos de la Norma Chilena 3267. Este es un sistema de gestión orientado a la inclusión de personas con discapacidad que hasta el momento no ha sido incorporado por ninguna compañía en Chile.

De acuerdo con este proceso, las principales espacios de mejora de la compañía están relacionados con la formalización de los procedimientos que ya se realizan y con la accesibilidad de la infraestructura interna.

A partir de estas conclusiones, la empresa actualizó su Sistema de Gestión de la Diversidad con indicadores más ajustados a las necesidades de la organización y con plazos de ejecución progresivos y alineados con las posibilidades de las distintas gerencias de la compañía.

Este nuevo Sistema de Gestión comenzará a operar a partir de 2018 y sus metas, compromisos y cumplimiento serán coordinados a través de la plataforma ProactiveOffice.

Principales programas de sensibilización y capacitación



Avances 2017

Capacitaciones a colaboradores de locales: En 2017, estos programas se desarrollaron en formato de charlas de 45 minutos, como parte de las reuniones que realizan los encargados zonales.

Estos talleres, a los que asistieron 327 colaboradores durante el año, estuvieron orientados a controlar los sesgos inconscientes, como el temor a lo desconocido, para evitar que deriven en discriminación. Estas actividades se efectuaron en Santiago y regiones, y estuvieron a cargo de profesionales de ACCIÓN Empresas*.

Para seguir avanzando en materia de sensibilización interna, en 2018, la empresa realizará una campaña orientada a visibilizar el compromiso de la empresa.



Capacitaciones a los jefes de local con personas con discapacidad a su cargo: Este ciclo tuvo como finalidad aportarles a los jefes de local las herramientas que requieren para trabajar de forma más eficiente con personas con discapacidad.

Como respaldo de esta capacitación, la empresa efectuó una evaluación previa que evidenció que la productividad de estos colaboradores, medida a partir de la tasa de cumplimiento de metas, superaba en 16% en promedio la de sus compañeros en Salcobrand y PreUnic.

En estas capacitaciones –realizadas por el equipo de RSE de la empresa– participaron 20 de los 48 jefes de local del país con personas con discapacidad a su cargo.

Otras capacitaciones específicas: A estos cursos hay que sumar uno dictado por Senadis** sobre la Ley 21.015 a 10 jefaturas del área de Personas, y otro en torno a estas mismas materias impartido a los equipos de Selección y Reclutamiento por parte de una profesional terapeuta ocupacional.

Una gestión para superar las exigencias de la Ley de Inclusión Laboral

En abril 2018 comenzará a regir en el país la nueva Ley de Inclusión Laboral, normativa que exigirá a las empresas públicas y privadas con 100 o más trabajadores la reserva del 1% de empleos para personas con discapacidad.

El objetivo que se ha planteado Empresas SB es superar este requerimiento a partir de un trabajo de carácter transversal que permita ampliar la cobertura del programa de Diversidad y fortalecer los canales y procedimientos de selección y reclutamiento.

Con este propósito, algunas de las iniciativas impulsadas por la compañía durante 2017 fueron las siguientes:

- Se nombró en el área de Selección a una encargada de revisar los procedimientos de ingreso de los nuevos colaboradores con discapacidad y la ampliación de los canales de reclutamiento.

- Extensión del Programa de Diversidad y cumplimiento del 1% a regiones. Se establece que cada zonal tenga en su dotación el 1% correspondiente a personas con discapacidad.

La compañía adoptó como principio incorporar a los nuevos ingresos a cargos que ya existen en la organización en la medida que cumplan con las competencias indicadas para la función.

Se avanzó en un modelo único de evaluación de desempeño, que permitirá a las personas con discapacidad medir la gestión de sus jefaturas con el apoyo de colaboradores voluntarios.

Canales y procesos de reclutamiento

Con el fin de ampliar el alcance de su Programa de Diversidad a adultos mayores y la población migrante, en 2017 Empresas SB comenzó a realizar cursos de capacitación en conjunto con la OTEC Comité para la Democratización de la Informática (CDI).

Estos cursos se efectuaron bajo la figura del precontrato, que ofrece mayor flexibilidad en materia de plazos de ejecución que las Becas laborales Sence, y se efectuaron para tres funciones específicas en la empresa: asistente de sala, asesor integral y asistente de bodega.

Cada uno de estos módulos duró 20 días y contempló 100 horas formativas. El 47,3% de las personas que participaron en la actividad finalmente fue incorporado a la compañía.

De forma simultánea, durante 2017, Empresas SB, con el apoyo de la Fundación Tacal, siguió desarrollando los cursos para personas con discapacidad, bajo la modalidad de becas laborales y para las mismas tres funciones mencionadas anteriormente.



Graduación curso capacitación Sence.

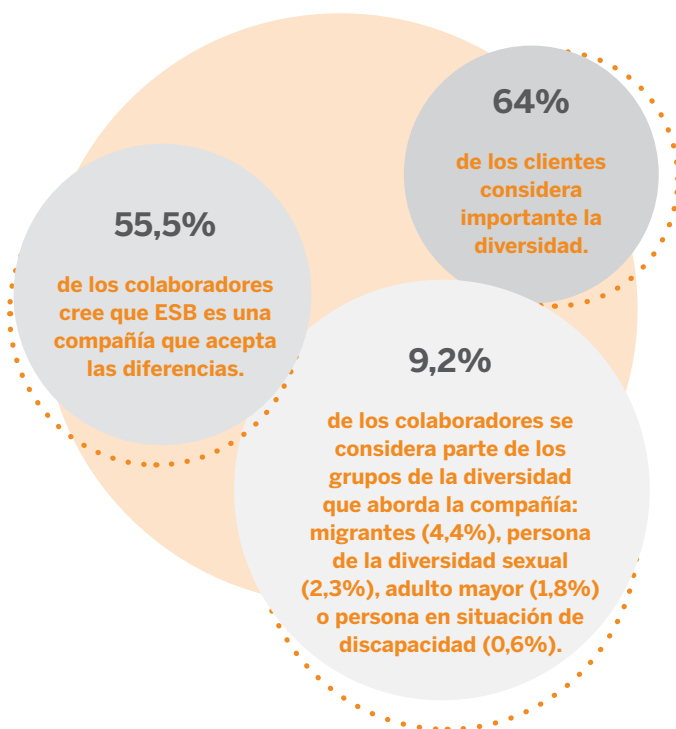
47,3%

DE LAS PERSONAS CAPACITADAS POR EMPRESAS SB Y CDI SE INCORPORÓ A LA COMPAÑÍA

Evaluación de los stakeholders

En 2017, Empresas SB aplicó además una encuesta de evaluación entre representantes de la comunidad, clientes, proveedores, colaboradores y accionistas, respecto de la política corporativa y del trabajo que realiza la compañía en materia de diversidad.

Algunos de los resultados de esta encuesta fueron:



Premio Más Diversidad de ACCIÓN Empresas.



Premio Más Diversidad, el Valor de Ser Distintos

Esta distinción fue entregada a Empresas SB por ACCIÓN Empresas, en reconocimiento al cumplimiento por parte de la compañía del 100% de los indicadores considerados en este programa y por su aporte a la creación de entornos laborales más inclusivos, meritocráticos y diversos.



Premio Inclusión ACHS 2017

La Asociación Chilena de Seguridad distinguió a Empresas SB como finalista en la categoría "Inclusión de Personas con Discapacidad" en el marco del XXIX Reconocimiento a la Inclusión del Trabajador Rehabilitado 2017. Este galardón premia los esfuerzos de contratación progresiva de personas con discapacidad por parte de las compañías.

04.7

Relaciones con el entorno

Durante el último año, Empresas SB siguió potenciando la oferta de cursos y talleres del Instituto de Belleza de PreUnic y del Centro de Bienestar de Salcobrand, con el objetivo de ampliar el alcance de estas iniciativas y favorecer a más personas.



Enfoque de gestión

En su propósito de extender a la comunidad los impactos positivos de su negocio, Empresas SB desarrolla una labor permanente de capacitación en temas de salud y belleza.

La finalidad de la compañía es entregar a las personas herramientas y conocimientos que les permitan mejorar sus condiciones de vida y bienestar general.

Empresas SB canaliza este aporte a la comunidad a través de dos instancias: el Instituto de Belleza y el Centro de Bienestar (ver más en página siguiente).

En ambos casos, el foco de la labor de la compañía durante 2017 estuvo en el aumento en el número de alumnos por curso y en el reforzamiento de la oferta de talleres y actividades formativas.

En línea con estos objetivos, el Instituto de Belleza continuó profundizando los cursos de emprendimiento, de muy buena evaluación por parte de las participantes, e incorporó a su parrilla un nuevo Taller de Trenzado.

El Centro de Bienestar, por su parte, siguió ampliando los convenios que mantiene con organismos e instituciones, con el fin de expandir su base de participantes.

En el contexto de estos acuerdos, se dictó un módulo de Primeros Auxilios para estudiantes de la carrera de Asistente de Párvulos de los institutos técnicos-profesionales en alianza.





Instituto de Belleza

Es un espacio de capacitación que desarrolla cursos gratuitos en técnicas de belleza, con la finalidad de entregar conocimientos y herramientas a los alumnos que pasan por los distintos talleres.

Es un programa de alto impacto social, que permite mejorar la autoestima y empoderar a mujeres en condición de vulnerabilidad. En 2017, además de impartir sus tradicionales talleres en maquillaje, coloración y manicure (Nivel 1 y 2), continuó desarrollando los cursos de emprendimiento iniciados en 2016.

Ejecutadas con el apoyo de Sercotec*, estas actividades están dirigidas a las alumnas que han cursado las capacitaciones en maquillaje, coloración y manicure, y que quieren emprender.

292

TALLERES REALIZADOS EN 2017

5.891

ALUMNOS CAPACITADOS EN EL AÑO

2.338

HORAS DE CAPACITACIÓN ANUALES

*www.sercotec.cl



Centro de Bienestar

A través de esta instancia, Salcobrand traspasa a la comunidad prácticas y conocimientos que apuntan a mejorar la calidad de vida de las personas.

En este espacio se imparten cursos gratuitos que se desarrollan en alianza con instituciones con experiencia en temas de salud.

Entre ellos se cuentan talleres sobre primeros auxilios, emergencias médicas, alimentación saludable y cuidado de la piel.

Por segundo año consecutivo, además, se realizaron tres cursos intensivos con certificación Sence en "Cuidado de Enfermos" para personas en vulnerabilidad social.

Esta amplitud de opciones permitió aumentar en 27% el número de alumnos del Centro de Bienestar respecto de 2016.

153

TALLERES REALIZADOS EN 2017

2.312

ALUMNOS CAPACITADOS EN EL AÑO

1.073

HORAS DE CAPACITACIÓN ANUALES

Alianzas con fundaciones

COANIQUEM

Salcobrand invita a sus clientes a donar parte del vuelto de sus compras en efectivo o con tarjetas bancarias para ir en ayuda de esta fundación, cuya misión es rehabilitar integralmente a los niños y adolescentes que han sufrido quemaduras. En 2017, esta iniciativa logró recaudar entre sus clientes un total de \$43.841.286.

Durante el año, además, Empresas SB y Avène, fabricante de productos para el cuidado de la piel, se aliaron para beneficiar a un niño de esta institución con un tratamiento dermatológico en Francia.



\$43.841.286

TOTAL

RECAUDADO

María Ayuda

PreUnic apoya a esta fundación invitando a sus clientes a que donen parte del vuelto de sus compras en efectivo o con tarjetas bancarias.

María Ayuda es una obra social desarrollada por la Iglesia Católica que acoge y educa a familias y niños desvalidos.

Como resultado de esta campaña, en 2017, la cadena logró recaudar entre sus clientes la suma de \$29.467.661.



\$29.467.661

TOTAL

RECAUDADO



04.8

Desarrollo de Proveedores

Desde febrero de 2017, Empresas SB paga a su proveedores PYMES en un plazo promedio de siete días. Esta política busca garantizar la sustentabilidad económica de todas las pequeñas empresas que prestan servicios a la compañía.



Enfoque de gestión

Empresas SB busca generar con sus proveedores –y especialmente con las empresas de menor tamaño- una relación duradera y de beneficio recíproco, fundada en la calidad de los servicios, el respeto de los compromisos, la confianza mutua, la innovación y la retroalimentación continua.

En el contexto de su mirada estratégica en materia de proveedores, en 2017, Empresas SB implantó como política corporativa el pago a las PYMES en un plazo promedio de siete días.

Este avance responde al compromiso de la compañía con la sustentabilidad económica de las pequeñas empresas del país, un pilar del desarrollo nacional y principal generador del empleo local.

Para hacer realidad este anhelo, el área de Finanzas desarrolló un trabajo previo que contempló la identificación de los proveedores PYMES, de acuerdo con los criterios del Servicio de Impuestos Internos (SII*), y el posterior ajuste de los procesos para procurar que los pagos destinados a estas empresas se ejecutaran en las fechas estipuladas; es decir, a siete días desde la recepción de las facturas correspondientes.



**\$400
MILLONES**

se pagan al mes
a proveedores
pequeños.

**\$5.000
MILLONES**

sumaron los pagos
adelantados a
PYMES en el año
2017.

**ENTRE
200 y 300**

proveedores se
benefician todos
los meses con este
programa.

* www.sii.cl

Pilares de la relación entre Empresas SB y sus proveedores



34%

DE LOS PROVEEDORES DEL HOLDING CORRESPONDE A EMPRESAS CHILENAS



66%

DE LOS PROVEEDORES DEL HOLDING CORRESPONDE A EMPRESAS EXTRANJERAS



99%

DE LOS PROVEEDORES PYMES RECIBIÓ PAGOS POR TRANSFERENCIA ELECTRÓNICA

Nuevo proceso de licitaciones

En 2017, Empresas SB también revisó, con el apoyo de una consultora especializada, todas sus prácticas asociadas a los procesos de licitaciones.

Esta evaluación permitió identificar espacios de mejora y aprendizaje en aspectos relacionados con eficiencia, costos, respaldos y mecánicas de subastas.

A partir de estos antecedentes, la compañía se fijó como uno de sus desafíos para 2018 la creación de una unidad para que centralice y supervise todos los flujos y procedimientos de licitaciones que se desarrollen en la organización.

El trabajo de esta área se traducirá en un mayor grado de formalidad en los procesos y aumentará los niveles de transparencia en las operaciones de adquisición, todo lo cual irá en beneficio de los proveedores.



Primer Lugar

en la encuesta internacional del **Mirror Advantage Group**, a través de la cual los grandes proveedores miden el desempeño de las empresas de retail en aspectos como relación comercial, cadena logística, visión estratégica, procesos de pago y category manager. En 2017, la compañía lideró la clasificación de Chile para las industrias de farmacias y perfumerías, tras alcanzar el segundo lugar en la consulta anterior. En esta nueva edición del ranking participaron los 20 proveedores más grandes del sector de consumo masivo del país.



04.9

Gestión de residuos y reciclaje

Entre los principales desafíos de la compañía en estos ámbitos están la reducción de la generación de desechos y la implantación de una cultura corporativa orientada al uso eficiente y sustentable de los materiales.



Enfoque de gestión

Empresas SB dispone de un modelo de trabajo interno especialmente desarrollado para cumplir con la normativa vigente en materia de manejo de residuos peligrosos y asimilables.

En el marco de esta coordinación entre áreas, la compañía ha decidido avanzar además en la gestión responsable de sus residuos administrativos y en algunos aspectos relacionados con el consumo eficiente de los recursos.

Empresas SB cumple con todas las normas técnicas de gestión de residuos que son aplicables a sus filiales. En el caso de Salcobrand y PreUnic, estas disposiciones se abordan con los siguientes procesos:

- La mayor parte de los residuos peligrosos que genera **Salcobrand** –y que corresponden en general a productos devueltos, mermas por mal estado y artículos vencidos o de mala calidad- son enviados mensualmente a la empresa Coactiva, que los incinera en los hornos de la cementera Polpaico. Los restantes desechos peligrosos de esta filial, en su mayoría de origen biológico, vacunas o con hormonas, los elimina la empresa Sterycicle.

Salcobrand también destruye sus residuos asimilables o no peligrosos, como los champús.

- **PreUnic:** Esta cadena genera principalmente residuos asimilables y en menor medida también residuos peligrosos. En esta última categoría están los solventes líquidos usados, envases aerosoles, detergentes con cloro, pilas y baterías, dispositivos de uso médico (como preservativos) y artículos electrónicos. Todos estos desechos son enviados mensualmente por la cadena a Coactiva para su destrucción.

Con el fin de generar cada vez menos residuos, Empresas SB desarrolló en 2017 acciones para promover entre los colaboradores de los Centros de Distribución y los locales de atención la importancia de cuidar los productos y de esa manera disminuir las mermas. En la misma línea, la empresa continuó potenciando la extensión de la vida útil de los productos de consumo masivo, derivando a liquidadores externos y a Santo Alivio (liquidadora del holding) aquellos que pueden volver a comercializarse.

Otro de los avances en este ámbito fue la elaboración de un Plan de Manejo de Residuos Peligrosos, una exigencia normativa dado el volumen de medicamentos que la compañía destruye anualmente.



RESIDUOS ELIMINADOS POR SALCOBRAND (TON)

98,28 EN 2016

97,77 EN 2017

DESGLOSE 2017

- CONSUMO MASIVO ▶ 60,75
- INFLAMABLES ▶ 13,2
- MEDICAMENTOS CONTROLADOS ▶ 0,02
- PRODUCTOS FARMACÉUTICOS ▶ 23,8

RESIDUOS ELIMINADOS POR PREUNIC (TON)

22,84 EN 2016

9 EN 2017

Reciclaje interno

En 2017, Empresas SB continuó desarrollando su programa de reciclaje de residuos administrativos a través de los puntos de recolección ubicados en Casa Matriz, Medipharm y PreUnic, que acondicionó especialmente para recibir papel, cartón y plásticos.

En torno a estos últimos dos materiales, la compañía inició –además– un plan de trabajo con la firma Recupac destinado a aumentar los volúmenes respectivos de reciclaje.

Este programa consideró tanto la venta del cartón como la donación del plástico a Recupac, lo que se tradujo en eficiencias económicas y de tiempo para la compañía.

Empresas SB proyecta que esta labor se verá reforzada de modo significativo en 2018 con la instalación de una compactadora de cartón en el

nuevo Centro de Distribución y con el aumento del uso de este material que se derivará de la mayor producción de este recinto.

Con miras a 2018, la empresa también comenzó a trabajar en su adaptación a la nueva Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (Ley REP). De acuerdo con este marco, la compañía deberá hacerse cargo del material de embalaje de sus artículos importados, categorizados para efectos legales entre los productos prioritarios.

En esa línea, ya desde el año 2014, el holding promueve en sus locales –como reemplazo de las bolsas plásticas– el uso de empaques de carácter reutilizable y biodegradable. En 2017, para seguir avanzando en este objetivo, la compañía cambió al proveedor de sus bolsas biodegradables y consiguió para este producto el certificado que acredita sus características medioambientales.

CARTÓN RECICLADO (EN KILOS)

671.077 EN 2016

768.674 EN 2017

PAPEL BLANCO RECICLADO (EN KILOS)

1.210 SALCOBRAND 2016

8.740 SALCOBRAND 2017

PLÁSTICO RECICLADO (EN KILOS)

29.199 EN 2016

30.680 EN 2017

Manejo de medicamentos

Uno de los desafíos permanentes de Empresas SB es garantizar que los medicamentos lleguen a su destino final con el mínimo error y en el mejor estado de esterilidad.

Con esta finalidad y un enfoque de mejora continua, la compañía aborda esta dimensión de su gestión en plena sintonía con los requerimientos de la Norma Técnica 147 sobre Buenas Prácticas de Almacenamiento y Distribución para Droguerías y Depósitos de Productos Farmacéuticos de Uso Humano, del Ministerio de Salud.

En este contexto, durante 2017, la organización capacitó al 100% de los colaboradores del Centro de Distribución de Salcobrand en torno a las principales disposiciones de esta normativa.

De igual modo, elaboró un Protocolo de Trazabilidad para los Medicamentos, uno de los grandes avances del período y que permitirá en la práctica hacer un seguimiento de cada producto desde la recepción hasta el despacho al local de destino. Este es un paso importante en el propósito de la compañía de garantizar el cumplimiento de los estándares de calidad declarados y las fechas comprometidas de despacho.

El lanzamiento de este protocolo se complementó con la incorporación a la Dirección Técnica de un Supervisor Técnico Normativo, cargo que tendrá como principal función hacer un seguimiento permanente del medicamento desde su ingreso al Centro de Distribución, con el fin de identificar desviaciones de calidad, hacer las correcciones inmediatas y solicitar el apoyo de los proveedores cuando se requiera.



05

05.1

Alcance de este Reporte



Este Reporte de Sustentabilidad es el cuarto que publica Empresas SB de forma consecutiva desde el que elaboró a partir de la gestión de 2014. Sus contenidos resumen el desempeño económico, social y ambiental de la compañía durante el año 2017.

Este informe fue elaborado de conformidad con la opción Esencial de los Estándares GRI. Contiene datos que entregaron las respectivas áreas de la empresa y, en algunos casos, también aporta información de períodos anteriores, para facilitar la comprensión de la gestión corporativa y de su proceso de mejora continua.

En su levantamiento se utilizaron técnicas estándar de medición, la mayor parte de las cuales coincide con las empleadas en el informe anterior.

En esta ocasión, Empresas SB ha decidido no verificar su Reporte de Sustentabilidad.

Más detalles sobre la gestión sustentable de la compañía se pueden encontrar en los sitios www.salcobrand.cl y www.preunic.cl.

Las consultas y sugerencias sobre los contenidos de este Reporte pueden enviarse a los correos mjfuentealba@sb.cl y abahamondes@sb.cl.

Capítulo METODOLOGÍA

Aplicación de principios de los Estándares GRI para elaboración de reportes

Con el fin de presentar en este reporte de sustentabilidad una visión equilibrada y razonable de su desempeño, Empresas SB aplicó a la definición y tratamiento de los contenidos de este documento los principios recomendados por los Estándares GRI:



a) Principios para la elaboración de este informe:

- **Participación de los grupos de interés:** Este principio se garantizó con la incorporación de las expectativas de información planteadas por los distintos grupos de interés de la compañía. Para tal efecto, la organización consideró los resultados de la encuesta de materialidad a stakeholders, la retroalimentación que recibe de sus partes interesadas a través de sus líneas de denuncia, comunicación y reclamos, y los informes de entidades especializadas en temas de sustentabilidad.
- **Contexto de sustentabilidad:** Los contenidos de este informe han sido elaborados teniendo en consideración las necesidades, demandas, tendencias y consensos del entorno social, ambiental y económico de la empresa, tanto a nivel local como global.
- **Materialidad:** Este informe se focaliza en los temas relevantes identificados en el marco del proceso de materialidad desarrollado por la empresa.
- **Exhaustividad:** La participación en este informe de las áreas especialistas de la compañía y de los gerentes de la alta administración permitió contar con antecedentes fidedignos y validados por sus respectivos responsables.



b) Principios para garantizar la calidad de la información divulgada:

- **Precisión:** La información relevante de este informe se entrega con el nivel de detalle que necesitan los stakeholders para formarse una visión adecuada de la gestión de la compañía.
- **Equilibrio:** Este reporte aborda tanto los logros de la compañía como sus brechas y principales desafíos.
- **Claridad:** Los contenidos de este reporte han sido elaborados con un lenguaje claro y comprensible, y se desarrollan con mayor profundidad cuando la complejidad de los temas así lo demanda.
- **Comparabilidad:** Los indicadores y datos de gestión de 2017 se complementan en algunos casos con información de años anteriores, para entregar una visión global del desempeño corporativo.



05.2

Temas de mayor relevancia

Con el objetivo de aportar contenidos que respondan a las expectativas y necesidades de información expresadas por los grupos de interés, para este reporte de sustentabilidad, Empresas SB desarrolló un proceso de materialidad en sintonía con los requerimientos de los Estándares GRI. Este trabajo consideró las siguientes etapas:

Identificación de los asuntos materiales: Para identificar los asuntos materiales de Empresas SB se consideraron, además de la Estrategia Corporativa, otras fuentes internas y externas, como:

- La presencia de la compañía y de la industria farmacéutica y de perfumería en la prensa nacional durante 2017.
- Una encuesta de materialidad vía online en la que participaron un total de 679 personas, representantes de los principales grupos de interés de la compañía.
- Los 33 estándares contemplados por el Global Reporting Initiative (GRI) Standards, marco de referencia internacional para la elaboración de reportes de sustentabilidad.
- A nivel interno, las opiniones recogidas en la ronda de entrevistas

realizada a todos los gerentes y jefes de áreas estratégicas para la gestión de la sustentabilidad.

- Las iniciativas de organizaciones y centros especializados en temas de sustentabilidad, como ACCIÓN Empresas.
- Los principales aspectos cubiertos por la normativa a la que están afectas las actividades del holding, así como los temas abordados por las políticas, normas y códigos internos en temas como Ética, Cumplimiento, Seguridad y Diversidad.
- En calidad de referencia, las dimensiones consideradas en el Dow Jones Sustainability Index Chile para la toma de decisiones de analistas e inversionistas.
- La visión recogida de los stakeholders internos y externos, a través de consultas referidas a clima laboral, experiencia cliente y percepción de la diversidad.
- Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas.

Este proceso permitió identificar los siguientes asuntos materiales:

GOBIERNO CORPORATIVO, ÉTICA Y CUMPLIMIENTO



Políticas y prácticas para garantizar la libre competencia, como controles y capacitación

Sistema de gestión de ética, prevención del delito y medidas anticorrupción

Propósito y valores corporativos de la empresa (Misión, Visión y Propósito)

EXPERIENCIA DE CLIENTES



Modelo de atención y experiencia de cliente

Criterios para fijar los precios de los medicamentos

Disponibilidad de medicamentos, especialmente genéricos y bioequivalentes, en locales de venta

DESARROLLO DE PERSONAS



Inclusión, Diversidad y No Discriminación

Clima laboral de la empresa

Capacitación, evaluación de desempeño y desarrollo de carrera

Salud, Seguridad y Relaciones Laborales

RELACIÓN CON EL ENTORNO



Gestión ambiental (de residuos peligrosos y no peligrosos generados por la empresa)

Consumo, reutilización y reciclaje de materiales

Programas de capacitación para la comunidad

VALOR ECONÓMICO



Estrategia Digital

Ciberseguridad

Innovación

Política de pago a proveedores

Modelo de trabajo con los proveedores

Priorización de los asuntos materiales: Con el objetivo de identificar los asuntos de mayor relevancia en torno a los cuales desarrollar los contenidos del Reporte de Sustentabilidad, la compañía priorizó y je-

rarquizó los 18 temas mencionados en función de la importancia de sus impactos económicos, sociales y ambientales. Este ejercicio permitió identificar los nueve temas más relevantes para Empresas SB.



05.3

Índice de contenidos Estándares GRI

PÁGINA

GRI 102: GENERAL DISCLOSURES**Perfil de la organización**

102-1 Nombre de la organización	4
102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	4-5
102-3 Localización de la sede	La sede central de Empresas SB está en Santiago de Chile
102-4 Localización de las operaciones	4-5
102-5 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	7
102-6 Mercados servidos	4-5
102-7 Dimensión de la organización	4-5
102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	4-5, 58-59
102-9 Cadena de suministro	44-46
102-11 Información sobre cómo aborda la compañía el principio de precaución	Empresas SB aborda el principio de precaución a través de sus políticas operacionales y el estricto cumplimiento de la normativa ambiental
102-12 Iniciativas externas	17
102-13 Relación de las asociaciones de las que la organización es miembro	17

Estrategia

102-14 Declaración del Presidente	1, 2-3
102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	2-3, 7, 10, 11-13, 14-15, 16, 19, 21-23, 25, 28, 32, 34, 35, 41, 47

Ética y transparencia

102-16 Valores, principios, estándares y normas de comportamiento	6, 12, 19
---	-----------

Gobierno

102-17 Mecanismos de consulta sobre ética	19-20
102-18 Estructura de gobierno	7-9
102-21 Consulta a los grupos de interés sobre aspectos económicos, ambientales y sociales	13, 22, 23, 25, 31, 33, 40
102-22 Composición del órgano superior de gobierno y sus comités	7-8, 58
102-23 Información sobre si la persona que preside el órgano superior ocupa también un puesto ejecutivo	El Presidente del Directorio de Empresas SB no ocupa cargos ejecutivos en la organización
102-25 Conflictos de interés	19-20
102-29 Identificación y gestión de los impactos económicos, ambientales y sociales	7, 10, 12-13, 16, 19, 21, 25, 28, 32, 37, 41, 47
102-30 Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	7

Participación de los grupos de interés

102-40 Lista de los grupos de interés	13
102-41 Acuerdos de negociación colectiva	36
102-42 Identificación y selección de los grupos de interés	13
102-43 Enfoques para la participación de los grupos de interés	13, 52, 22, 23, 25, 31, 33, 36, 40
102-44 Aspectos claves y preocupaciones surgidas	52, 22, 23, 25, 31, 33, 36, 40

Prácticas de reporte

102-46 Definición del contenido y cobertura de cada aspecto	51, 52, 53
102-47 Lista de asuntos materiales	52, 53
102-48 Reformulación de la información	51
102-49 Cambios en el reporte	51
102-50 Período objeto del reporte	51
102-51 Fecha de último reporte	51
102-52 Ciclo de reporte	51

	PÁGINA
102-53 Punto de contacto para preguntas y dudas sobre el reporte	51
102-54 Opción de conformidad con el Estándar GRI	51
102-55 Índice de contenidos GRI	54
102-56 Verificación externa	51
DESEMPEÑO ECONÓMICO	
GRI 103: Enfoque de gestión	
103-1 Explicación del asunto material y sus coberturas	10, 14
103-2 Enfoque de gestión y componentes	10, 14
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	10, 14
GRI 201: Desempeño económico	
GRI 201-1: Valor económico directo generado y distribuido	14-15
CUMPLIMIENTO AMBIENTAL	
GRI 103: Enfoque de gestión	
103-1 Explicación del asunto material y sus coberturas	47
103-2 Enfoque de gestión y componentes	47
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	47
GRI 307: Cumplimiento Ambiental	
307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	47 / En 2017, Empresas SB no registró multas o sanciones significativas por incumplimiento de la normativa ambiental
EMPLEO	
GRI 103: Enfoque de gestión	
103-1 Explicación del asunto material y sus coberturas	28
103-2 Enfoque de gestión y componentes	28
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	28
GRI 401: Empleo	
401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación del personal	5, 58
RELACIONES TRABAJADOR-EMPRESA	
GRI 103: Enfoque de gestión	
103-1 Explicación del asunto material y sus coberturas	36
103-2 Enfoque de gestión y componentes	36
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	36
GRI 402: Relaciones Trabajador-Empresa	
402-1 Plazos de aviso mínimo sobre cambios operacionales	36

PÁGINA

SALUD Y SEGURIDAD**GRI 103: Enfoque de gestión**

103-1 Explicación del asunto material y sus coberturas	32
103-2 Enfoque de gestión y componentes	32
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	32

GRI 403: Salud y Seguridad en el Trabajo

403-1 Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad	35
403-2 Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	32-35

FORMACIÓN Y ENSEÑANZA**GRI 103: Enfoque de gestión**

103-1 Explicación del asunto material y sus coberturas	29
103-2 Enfoque de gestión y 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, 58
404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	29

DIVERSIDAD**GRI 103: Enfoque de gestión**

103-1 Explicación del asunto material y sus coberturas	37-40
103-2 Enfoque de gestión y componentes	37-40
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	37-40

GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades

405-1: Diversidad en órganos de gobierno y empleados	5, 8, 9, 58
405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	59

NO DISCRIMINACIÓN**GRI 103: Enfoque de gestión**

103-1 Explicación del asunto material y sus coberturas	37-40
103-2 Enfoque de gestión y componentes	37-40
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	37-40

GRI 406: No Discriminación

406-1: Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	20
---	----

PÁGINA	
COMUNIDADES LOCALES	
GRI 103: Enfoque de gestión	
103-1 Explicación del asunto material y sus coberturas	41
103-2 Enfoque de gestión y componentes	41
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	41
GRI 413: Comunidades locales	
413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo	41-43
413-2 Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales- en las comunidades locales	41-43
CUMPLIMIENTO	
GRI 103: Enfoque de gestión	
103-1 Explicación del asunto material y sus coberturas	19-20
103-2 Enfoque de gestión y componentes	19-20
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	19-20
GRI 419: Cumplimiento	
419-1 Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	19-20
INNOVACIÓN	
GRI 103: Enfoque de gestión	
103-1 Explicación del asunto material y sus coberturas	25-27
103-2 Enfoque de gestión y componentes	25-27
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	25-27
Innovación	
Promoción de la innovación en la organización	25-27

Otras cifras relevantes

		2017
EMPLEO		
Trabajadores permanentes (contrato indefinido)	Hombre	2.993
	Mujer	5.814
Trabajadores temporales (primer y segundo plazo fijo)	Hombre	301
	Mujer	486
Trabajadores en jornada completa	Hombre	3.093
	Mujer	5.815
Trabajadores en media jornada	Hombre	201
	Mujer	485
ROTACIÓN POR GÉNERO		
% rotación	Hombre	33,7%
	Mujer	40,7%
ROTACIÓN EN LA DOTACIÓN FEMENINA		
Rotación entre trabajadoras	Menores de 30 años	63,30%
	Entre 30 y 50 años	23,20%
	Mayores de 50 años	14,20
COMPOSICIÓN ETAREA DE LA DOTACIÓN		
Trabajadores	Hasta 25 años	1.397
	Entre 25 y 35 años	3.207
	Entre 35 y 45 años	2.613
	Entre 45 y 55 años	1.624
	55 años o más	723
COMPOSICIÓN DEL DIRECTORIO		
Por género	Directoras	0
	Directores	10
Por grupo de edad	Menores de 30 años	0
	Entre 30 y 50 años	0
	Mayores de 50 años	10
COMPOSICIÓN DE LA PLANA EJECUTIVA POR GÉNERO		
Ejecutivos	Hombre	39
	Mujer	16
DESGLOSE DE HORAS DE CAPACITACIÓN		
Desglose por cargo	Trabajadores	6.265
	Supervisores	1.138
	Gerentes	53
Desglose por género	Hombre	2.543
	Mujer	4.913
INVERSIÓN EN CAPACITACIÓN		
Monto invertido en capacitación (en US\$)		1.167.143
Monto invertido por trabajador en capacitación (en US\$)		157
ROTACIÓN POR CATEGORÍA DE CARGO		
Jefes y profesionales		19,9%
Supervisores		16,7%
Técnicos		22,7%
Administrativos / Asistentes		43,2%
Operarios		48%
Auxiliares / Mensajeros		23,1%
Vendedores		17,6%
Ejecutivos		17,4%
Cajeros		50,7%
Asesores		73,7%
TOTAL		36,1%

DISTRIBUCIÓN DE LA DOTACIÓN POR REGIÓN	2015	2016	2017
Arica y Parinacota	63	57	63
Tarapacá	168	164	160
Antofagasta	345	350	341
Atacama	125	124	126
Coquimbo	267	271	274
Valparaíso	824	809	817
Metropolitana	5.138	5.079	5.395
O´Higgins	313	305	312
Maule	349	334	341
Biobío	883	868	894
La Araucanía	369	350	346
Los Ríos	90	89	112
Los Lagos	359	344	317
Aysén	23	21	25
Magallanes	53	56	71
Totales	9.349	9.221	9.594
SALARIO BASE HOMBRES Y MUJERES POR CATEGORÍA DE CARGO (RELACIÓN)*			
Ejecutivos, jefes y profesionales	0,68	0,98	0,99
Supervisores	1,31	1,38	1,43
Técnicos	0,99	1,02	0,97
Administrativos / Asistentes	1,09	0,91	1,1
Operarios	0,96	1,10	1,16
Auxiliares / Mensajeros	0,80	0,94	1,01
Vendedores	0,99	0,98	0,99
Cargos de apoyo a locales	0,99	0,99	0,99
Cajeros	1,00	1,00	1,0
TOTAL	0,87	0,91	0,99
SALARIO MÍNIMO EN EMPRESAS SB VERSUS SALARIO MÍNIMO LEGAL			
Relación (veces)	1,0	1,0	1,0
CAPACITACIÓN EN DIVERSIDAD			
Charla Diversidad e Inclusión (asistentes)	-	309	327

* Esta relación representa la proporción del salario promedio recibido por las mujeres en cada categoría de cargo respecto del promedio recibido por los hombres.

EMPRESAS 

EMPRESAS **SB**

