

Reporte de

SOSTENIBILIDAD
2024





OFICINAS CORPORATIVAS:
Avda. Vitacura 100, piso 12, Vitacura, Región Metropolitana.



CENTRO DE DISTRIBUCIÓN SALCOBRAND:
General Velásquez 9981, San Bernardo, Santiago.

CENTRO DE DISTRIBUCIÓN PREUNIC:
Claudio Arrau 9482, Pudahuel, Santiago.

El presente Reporte de Sostenibilidad ha sido elaborado de forma voluntaria con el propósito de transparentar el desempeño ambiental, social y de gobernanza (ESG) de Empresas SB durante el ejercicio 2024. La información contenida en este documento se entrega con base en los mejores datos disponibles al momento de su redacción, y busca reflejar el compromiso de la organización con una gestión responsable y sostenible.

En este contexto, y de acuerdo con la normativa actualmente vigente en Chile, Empresas SB, al no registrar valores inscritos en el Registro de Valores de la Comisión para el Mercado Financiero, no tiene la obligación normativa de entregar en Chile información pública respecto de dichos valores ni se encuentra sometida a ninguna regulación que la obligue a entregar dicha información. Consecuentemente, el contenido de este informe no constituye obligaciones jurídicamente vinculantes, ni reemplaza los estados financieros auditados, reportes ni otra información de cualquier tipo que deba ser entregada a algún organismo fiscalizador, al que

Empresas SB se encuentre sujeta a su fiscalización. Asimismo, este reporte puede contener proyecciones, estimaciones u objetivos de mejora que están sujetos a incertidumbres o condiciones externas que escapan al control de la empresa, por lo que no garantizan resultados futuros.

Empresas SB no asume responsabilidad alguna por decisiones que terceros pudiesen adoptar con base en este reporte. Se recomienda a los usuarios del mismo complementarlo con otras fuentes oficiales de información financiera, jurídica o técnica antes de tomar decisiones de inversión u otras de carácter relevante.

Este documento ha sido preparado utilizando como referencia fuentes no vinculantes para Empresas SB, tales como estándares y lineamientos reconocidos en materia ESG, entre los que se cuentan los de la Norma General N° 461 de la CMF y las directrices voluntarias del Ministerio del Medio Ambiente en Chile, según corresponda.



01 Visión Corporativa

- 06 Carta del Presidente del Directorio
- 10 Entrevista al Gerente General

02 Nuestra Compañía

- 10 Empresas SB en una Mirada
- 18 Nuestra Historia
- 20 Extensa Presencia Territorial
- 22 Inspiración que Transforma
- 24 Premios y Reconocimientos

03 Estrategia y Negocio

- 28 Estrategia Corporativa
- 30 Salcobrand
- 32 Preunic
- 34 Marcas Propias
- 36 Transformación Digital
- 37 Ciberseguridad

04 Propiedad y Gobierno Corporativo

- 42 Propiedad
- 46 Gobernanza y Funcionamiento del Directorio
- 47 Comités Corporativos
- 50 Alta Administración
- 51 Diversidad en el Equipo Ejecutivo

05 Ética, Cumplimiento y Riesgos

- 54 Sistema de Gestión de Ética y Cumplimiento
- 57 Sistema de Gestión Integrada de Riesgos
- 61 Gerencia Contraloría

06 Estrategia de Sostenibilidad

- 64 Estrategia de Negocios Sostenible
- 66 Gobernanza de la Sostenibilidad
- 66 Plan de Acción de Sostenibilidad
- 70 Aporte de Empresas SB a los Objetivos de Desarrollo Sostenible
- 73 Membresías
- 74 Comunicación con los Grupos de Interés



07 Gestión de Clientes

- 78 Mejor Acceso para una Mejor Salud
- 80 Experiencia de Clientes en Salcobrand
- 84 Programa de Innovación Open Salcobrand
- 88 Preunic: Experiencia con Sentido

08 Gestión de Personas

- 94 Viaje del Colaborador
- 95 Perfil de Nuestra Dotación
- 100 Liderazgo
- 101 Capacitación
- 106 Reconocimiento
- 107 Clima
- 109 Gestión de Proyectos con impacto en los Colaboradores
- 111 Salud y Seguridad
- 114 Seguridad de las Instalaciones
- 115 Relaciones Laborales
- 117 Inclusión y Diversidad



ÍNDICE

3



09 Vinculación con la Comunidad y Proveedores

- 126 Instituto de Belleza Preunic
- 128 Centro de Bienestar Salcobrand
- 130 Aportes a ONG
- 131 Desarrollo de Proveedores

10 Cumplimiento Sanitario y Ambiental

- 136 Cumplimiento Sanitario
- 138 Gestión Técnica de Droguería CD Salcobrand
- 140 Cumplimiento Ambiental



11 Anexos

- 150 Acerca de este Reporte
- 150 Materialidad
- 154 Carta de Verificación
- 156 Índice de NCG 461 (519)
- 164 Indicadores SASB Minoristas de Medicamentos
- 172 Estructura Societaria





VISIÓN CORPORATIVA



**Carta del Presidente del Directorio
Entrevista al Gerente General**

EMPRESAS 

Carta del Presidente del Directorio

6



Estimados colaboradores y amigos:

Este Reporte de Sostenibilidad 2024 que tengo la satisfacción de presentarles es por varias razones un motivo de gran orgullo para nuestra compañía.

En primer término, es un documento cuyo arraigo y valoración nos recuerdan los importantes avances que hemos logrado desde que hace más de 10 años decidimos promover un modelo de negocio comprometido con el desarrollo sostenible y reconocido por sus impactos positivos en el entorno.

Desde esa mirada, este reporte no sólo es un compendio de los logros anuales de Empresas SB en los ámbitos ambiental, social y de gobernanza. Es, sobre todo, un relato continuo de las transformaciones colectivas que hemos impulsado bajo este enfoque empresarial, tanto a nivel interno, con una cultura que pone a las personas siempre en el centro, como en el plano social, con programas y acciones en salud y belleza que han favorecido y empoderado a comunidades y clientes.

En un mundo y un entorno de negocio cada vez más complejos, nuestro Reporte de Sostenibilidad, además, nos permite generar una forma de comunicación con los grupos de interés cada vez más relevante y constructiva, que facilita la difusión de los esfuerzos que realizamos para conocer y responder, tanto a las necesidades como expectativas, de ese amplio entorno humano cercano o involucrado por nuestras actividades.

“En 2024, nuestras prioridades en términos de sostenibilidad continuaron centradas en los proyectos que impulsan Salcobrand y Preunic como parte de sus roles sociales, y en las iniciativas que forman parte del Plan de Acción que definimos hace dos años para materializar nuestra Estrategia de Negocios Sostenible 2022-2025”.

En esa línea, este informe anual es hoy un pilar en el desafío de mejora continua que nos hemos planteado para seguir armonizando el progreso financiero de Empresas SB con la prosperidad y desarrollo de las comunidades que acogen nuestras actividades.

Por último, este Reporte de Sostenibilidad también marca un hito en nuestras prácticas de divulgación ASG por cuanto es el primero que desarrollamos en plena sintonía, de manera voluntaria, con los requerimientos de información no financiera establecidos en la Norma de Carácter General 461 (actualizada por la NCG 519) de la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), y con los indicadores para la industria del Retail Farmacéutico definidos por el estándar Sustainability Accounting Standards Board (SASB).

Así entonces, este proceso de reportabilidad nos ubica entre las compañías de avanzada en Chile y el mundo en esta materia. Esto nos permite comparar el desempeño de Empresas SB con el de organizaciones líderes en gestión responsable. No lo decimos con soberbia, sino con sentido del deber empresarial y con humildad, a sabiendas que superarnos año a año es una tarea permanente y que el desarrollo humano nos impone siempre nuevos desafíos.

Progresos 2024

En el contexto de esta importante función, en el presente Reporte de Sostenibilidad resumimos los principales progresos de la gestión que desarrollamos en materias ambientales, sociales y de gobernanza durante 2024, un año de escaso dinamismo económico en el país y que estuvo marcado por la publicación o entrada en vigor de leyes de alto impacto para el desarrollo de nuestra actividad.

En este escenario, nuestras prioridades en términos de sostenibilidad continuaron centradas en los proyectos que impulsan Salcobrand y Preunic como parte de sus roles sociales, y en las iniciativas que forman parte del Plan de Acción que definimos hace dos años para materializar nuestra Estrategia de Negocios Sostenible 2022-2025.

Entre estas acciones, me gustaría destacar especialmente el avance y consolidación que han alcanzado los proyectos centrales de nuestras dos mayores filiales en el ámbito de la gestión sostenible: los programas Mi Salcobrand y Autoestima Preunic.

Alineado con nuestro propósito de facilitar y promover la adherencia de las personas a sus tratamientos médicos, a través de descuentos progresivos en las compras de medicamentos, en 2024, Mi Salcobrand superó ampliamente nuestras expectativas de crecimiento, al registrar más de 2,4 millones de personas inscritas. Y en lo que respecta a su principal objetivo, permitió que los clientes inscritos en el programa registraran un nivel de adherencia a sus tratamientos médicos 30% superior al del resto de personas.

Durante el último año, asimismo, Preunic continuó desarrollando su programa Autoestima, cuyo objetivo es generar una experiencia de compra distintiva, que permita que nuestras clientes se sientan escuchadas y valoradas cada vez que interactúan con la marca, y en ese reconocimiento vivan su propia belleza y fortalezcan su autoestima.

Como parte de esta iniciativa, logramos elevar al 93% el NPS asociado a la pregunta “¿Cuánto te escuché hoy?”, lo que refleja la efectividad de nuestros protocolos de atención y la preparación de los colaboradores. De igual modo, publicamos el libro “La Belleza en Chile”, que recoge los resultados de un

estudio que realizamos con apoyo de una consultora externa para indagar qué entienden por belleza personas de distintos niveles socioeconómicos en Santiago.

A estas iniciativas debemos sumar los proyectos que en 2024 incorporamos al Plan de Acción ASG en el marco de la ejecución de nuestra Estrategia de Sostenibilidad. Entre ellos se cuentan el Proyecto Finanzas Sostenibles, que permitirá a las pymes que son proveedoras de la compañía, acceder a condiciones de financiamiento con factoring más favorables, y el Modelo de Gestión Integral de Residuos que comenzamos a aplicar en el Centro de Distribución Salcobrand.

En el ámbito de la Gobernanza, también es necesario subrayar la labor que ejecutamos para adaptar nuestras políticas y procedimientos a los requerimientos de la nueva Ley Karín, que previene y sanciona el acoso sexual, laboral y la violencia en el trabajo, y la actualización que aplicamos al Programa de Ética y Cumplimiento para adecuarlo a la nueva Ley de Delitos Económicos.

A este trabajo se debe agregar el análisis que realizamos de nuestras políticas y procesos en el contexto de la promulgación y publicación, respectivamente, de la Ley

Marco de Ciberseguridad y la Ley de Protección de Datos Personales, con el objetivo de identificar los aspectos que deben ajustarse para responder a estas nuevas normativas.

En el ámbito de los clientes, entre nuestros logros del año cabe consignar el fortalecimiento de las alianzas que mantenemos con organismos públicos como Cenabast y Fonasa, que nos permiten ofrecer medicamentos a menor precio, y los buenos resultados que alcanzamos en el programa Promesas de Salcobrand. Esta iniciativa la lanzamos a fines de 2023 con el objetivo de elevar la satisfacción del cliente, hasta un NPS (o nivel de recomendación) de 80% a fines de 2025, buscando llevar a un nivel superior tanto el servicio que le entregamos a los clientes como la experiencia de trabajo que brindamos a los colaboradores.

En materia de personas, en tanto, resalta la mejora que estamos impulsando en la experiencia del colaborador, con la incorporación de nuevos beneficios, como la plataforma Equilibradamente o el Convenio Dental; la puesta en marcha del Foro 2 de la Academia de Líderes; la consolidación de la Escuela de Belleza de Preunic como el principal centro de formación de los colaboradores de esta filial, y el lanzamiento de nuestro nuevo Portal de Reconocimiento. Este espacio

“

Me gustaría subrayar la labor que ejecutamos para adaptar nuestras políticas y procedimientos a los requerimientos de la nueva Ley Karín, que previene y sanciona el acoso sexual, el acoso laboral y la violencia en el trabajo, y la actualización que aplicamos al Programa de Ética y Cumplimiento para adecuarlo a la nueva Ley de Delitos Económicos” .

2024

permitirá a todos los colaboradores de la compañía reconocer a sus equipos, pares y líderes de acuerdo con los atributos del Sello de Empresas SB.

Finalmente, a nivel de vinculación con la comunidad, como gran hito del año, me gustaría mencionar el desarrollo de la primera versión del curso Maquillaje Profesional en el Instituto de Belleza Preunic, un curso gratuito de seis meses de duración que busca mejorar sustantivamente la calidad de vida, las expectativas laborales y la autoestima de las mujeres vulnerables, así como el trabajo colectivo que realizamos en 2024 desde Salcobrand para apoyar la Teletón, y que nos permitió contribuir al bienestar de miles de niños y sus familias por medio de la rehabilitación. Como parte de este esfuerzo, realizamos 80 actividades en todas nuestras tiendas a lo largo de Chile y logramos convocar a 148 colaboradores voluntarios de la compañía que dedicaron más de 500 horas de trabajo en los 14 institutos de esta fundación a lo largo el país.

En este reporte no sólo encontrarán las cifras e indicadores que avalan estos avances. También podrán conocer el impacto que, en términos de bienestar, salud y calidad de vida, estamos aportando a la comunidad y nuestros grupos de interés a través de estas acciones. Y más aún, descubrirán que nos inspira fuertemente el deseo de ser cada día más eficaces e integrales en nuestra respuesta a clientes, colaboradores y entorno. Nos sentimos responsables de la calidad de vida de todos aquellos involucrados en el trabajo que desplegamos.

Los invitamos a conocer estas historias y a seguir acompañándonos en el desafío de construir un mejor país y futuro para todos.

Luis Enrique Yarur
Presidente del Directorio
Empresas SB

Entrevista a Matías Verdugo, Gerente General de Empresas SB

En 2024, el Producto Interno Bruto (PIB) chileno registró una expansión cercana al 2%, impulsada por la recuperación de sectores como la minería y los servicios. La inflación anual, por su parte, rondó el 4%. En este contexto, el Banco Central mantuvo una política monetaria restrictiva, lo que impactó el acceso al crédito y el dinamismo del consumo.

El sector retail, en tanto, experimentó un desempeño mixto, con un crecimiento moderado en las ventas, marcado por un menor poder adquisitivo de los consumidores y la preferencia por productos esenciales sobre los discretionales. En este escenario, Empresas SB y sus dos principales filiales lograron resultados favorables.

En la siguiente entrevista, el Gerente General de la compañía, Matías Verdugo, explica cuáles fueron los principales factores que determinaron este desempeño y los planes de mediano y largo plazo del holding.

¿Cómo evalúa el desempeño de Empresas SB en 2024?

10

En 2024, tuvimos un escenario macroeconómico complejo, con un crecimiento país modesto, una tasa de desempleo que se mantuvo alta y poca inversión.

Durante el período, además, la empresa se vio desafiada por las nuevas exigencias regulatorias y el aumento de los costos de nuestros prestadores de servicios y de insumos.

En esa línea, la nueva Ley de Delitos Económicos y la Ley Karin representaron un reto de adaptación importante para la organización.

A esto hay que sumar los mayores recursos que destinamos a la compra de dispositivos y sistemas de prevención para hacer frente a los altos niveles de inseguridad ciudadana y la reducción del tiempo que las personas destinan a realizar sus compras como consecuencia de este mismo fenómeno. Sin embargo, y a pesar de todos estos factores, el perfeccionamiento y la consolidación de nuestras propuestas de valor en Salcobrand y Preunic nos permitieron obtener durante el año resultados favorables tanto a nivel de ventas como en participación de mercado.

Por lo mismo, nuestro balance del año 2024 es positivo.

En este contexto, destacó el buen desempeño de Preunic. ¿A qué lo atribuye?

En Preunic, hemos venido fortaleciendo de manera constante en los últimos años nuestra propuesta comercial. Gracias a este trabajo de diferenciación, esta cadena pasó de competir

con muchos actores en el mundo del cuidado personal a tener un lugar destacado en el ámbito de la belleza. Hoy, Preunic tiene una posición distintiva en el mercado, y en algunos segmentos incluso es líder, con una oferta amplia, variada e integral, que incluye productos en maquillaje, cuidado de la piel y cuidado del pelo.

¿Retomó la compañía en 2024 su proyecto de Transformación Digital?

Entre 2022 y 2023, dimos inicio a nuestro camino de Transformación Digital de una manera muy agresiva. Sin embargo, los costos que supuso este esfuerzo nos obligaron a revisar nuestros próximos pasos. Como resultado de esta reflexión, dejamos en pausa los proyectos en los que no veíamos un valor de corto o mediano plazo, y seguimos adelante con aquellas iniciativas que creemos que nos van a acompañar en el futuro, como Mi Salcobrand y otros desarrollos de fidelización. Además, priorizamos la habilitación de herramientas como Salesforce, que nos permitirán gestionar y contactar de mejor manera a nuestros clientes. En 2025, seguiremos trabajando en esta misma línea.

A propósito de Mi Salcobrand, ¿cómo evolucionó este programa durante 2024?

Ha continuado creciendo a tasas muy importantes y sigue siendo parte central de la propuesta de valor y la estrategia

“Durante el último año, el perfeccionamiento y la consolidación de nuestras propuestas de valor en Salcobrand y Preunic nos permitieron obtener resultados favorables tanto a nivel de ventas como en participación de mercado.”

comercial de Salcobrand. Su propósito es contribuir al bienestar de las personas, promoviendo la adherencia a los tratamientos médicos y acompañándolas con descuentos progresivos en sus compras. Este desarrollo nos ha permitido darle a la marca un sello más ameno, atractivo y digitalizado, lo que ha reforzado nuestra relación con los clientes.

Y en este ámbito de la experiencia cliente, ¿qué avances logró la compañía en el último año en lo que se refiere a atención y evolución del NPS?

La atención al cliente es una de nuestras preocupaciones máximas, porque la abordamos como un atributo diferenciador respecto de nuestra competencia. Con el objetivo de seguir potenciándola, en 2024 lanzamos en Salcobrand el programa Promesas. Esta es una iniciativa que busca mejorar nuestros indicadores de recomendación a partir de acciones centradas en cuatro pilares de trabajo: Mejor disponibilidad de productos, Mejor experiencia en atención, Mejor beneficio y Mejor experiencia del colaborador. Desde su puesta en marcha, Promesas nos ha permitido identificar y gestionar aspectos que no estábamos mirando apropiadamente, lo que se ha traducido en niveles crecientes de NPS y el cumplimiento consistente de nuestros objetivos comerciales. En 2025, esperamos terminar este programa habiendo alcanzado todas las metas que nos propusimos.

Matías Verdugo

Gerente General
Empresas SB



“En 2024 decidimos volver progresivamente a la presencialidad y preparamos a nuestros líderes para recibir a las personas que estuvieron dos años o más trabajando desde su casa. Este desafío involucró la reactivación de las dinámicas grupales y el fortalecimiento de nuestra cultura empresarial.”

En los últimos tres años, Salcobrand ha reforzado sus convenios con algunas isapres. ¿Qué proyección le ve a estos acuerdos?

La adherencia a los tratamientos, que es nuestra meta, la seguiremos potenciando en la medida en que logremos bajar el gasto bolsillo de las personas y reducir las fricciones en los procesos de compra. Nuestra visión es que, a pesar de todas las complejidades del último tiempo, con las isapres podremos seguir proyectando este trabajo conjunto. Para nosotros, el uso del convenio con isapres es un elemento que promueve la adherencia a los tratamientos médicos, por lo que seguiremos trabajando con estas instituciones.

¿Cómo evolucionó en 2024 el negocio de las marcas propias de Empresas SB?

Uno de nuestros objetivos es fomentar la preferencia de los clientes por nuestras marcas propias. Para tal efecto, hemos puesto énfasis en generar diferenciación y motivar al cliente para que vuelva a nuestra tienda. Dentro de las marcas propias, en 2024 tuvimos un buen desempeño en suplementos, principalmente porque supimos estar muy sincronizados con las tendencias de esta industria. Por ejemplo, registramos ventas interesantes en productos como colágeno y Omega 3, y otras vitaminas. Por el lado del consumo masivo, en cambio, tratamos de innovar en cremas de belleza, pero luego desistimos del empeño, por su complejidad y altos costos.

¿Estos resultados se van a traducir en un cambio de mirada para este negocio?

El propósito para el negocio de marcas propias es seguir fortaleciendo el mundo de suplementos alimenticios, una línea que ya representa el 65% de las ventas. Además, continuaremos potenciando las marcas con las que hemos sido exitosos, como Cluny o Cell Skin.

A nivel organizacional, ¿qué iniciativas relevantes se impulsaron en el último año?

En 2024, y como efecto tardío de la pandemia, observamos situaciones que nos hicieron repensar nuestro modelo de liderazgo. Por otro lado, los estudios de clima también nos hicieron ver temas que debíamos atender.

En línea con estos hallazgos, decidimos volver progresivamente a la presencialidad y preparamos a nuestros líderes para recibir a las personas que estuvieron dos años o más trabajando desde su casa. Este desafío involucró la reactivación de las dinámicas grupales y el fortalecimiento de nuestra cultura empresarial.

Este regreso a la presencialidad lo activamos especialmente a partir de octubre, tras la inauguración de las nuevas oficinas de Salcobrand en el Costanera Center, un espacio

que albergará a gran parte de los colaboradores de las áreas administrativas de la cadena, y el traslado de Medcell a sus nuevas oficinas en El Golf.

Y en materia ambiental, social y de gobernanza, ¿se concretó en 2024 algún avance o programa de alto impacto?

En 2024, fortalecimos aún más nuestro esfuerzo por conectar los desafíos de la sostenibilidad a la realidad de nuestros negocios. En el marco del rol social de Preunic, continuamos profundizando el programa de autoestima para nuestras clientas, una iniciativa a través de la cual creemos que esta cadena puede hacer una gran contribución para que las mujeres se sientan escuchadas y valoradas, y vivan la belleza en su día a día.

Con Salcobrand, nuestro impacto más relevante tiene relación con fortalecer la adherencia a los tratamientos de las personas, con lo cual no sólo mejoramos su condición médica individual, sino que también aportamos al bienestar general de la comunidad y al buen funcionamiento del sistema de salud. En esa línea, en 2024, realizamos con la Universidad de Chile un estudio para medir los actuales niveles de adherencia en el país, de manera de establecer una línea base a partir de la cual podamos comenzar a avanzar. Esta investigación nos permitió confirmar que una correcta dispensación del GES con las isapres constituye uno de los principales aportes que puede realizar Salcobrand a la salud de la población.

El próximo año culmina la primera Estrategia de Sostenibilidad de Empresas SB. ¿Actualizarán este plan en el transcurso de 2025?

Nosotros siempre estamos repensando y ajustando nuestros planes y estrategias, con el propósito de darle más protagonismo a nuestro rol social, con metas y medidas concretas. En este contexto, en 2025 nos enfocaremos en los temas ancla en los que nuestras filiales generan impacto significativo: adherencia y autoestima.

¿Qué otras prioridades se han fijado para el próximo año?

Queremos consolidar propuestas de valor cada vez más robustas para Preunic en el mundo de la belleza y Salcobrand en el ámbito del bienestar y la salud. Las participaciones de mercado que hemos alcanzado no sólo nos enorgullecen, sino que también nos hacen mirar con optimismo los próximos cinco años.

“En 2025, en el marco de nuestra Estrategia de Sostenibilidad, con el propósito de darle mayor protagonismo a nuestro rol social, nos enfocaremos en los temas ancla en los que Salcobrand y Preunic generan un impacto más significativo: adherencia y autoestima.”



NUESTRA COMPAÑÍA



Empresas SB en una Mirada
Nuestra Historia
Propósito y Valores
Premios y Reconocimientos

EMPRESAS 

Empresas SB en una Mirada



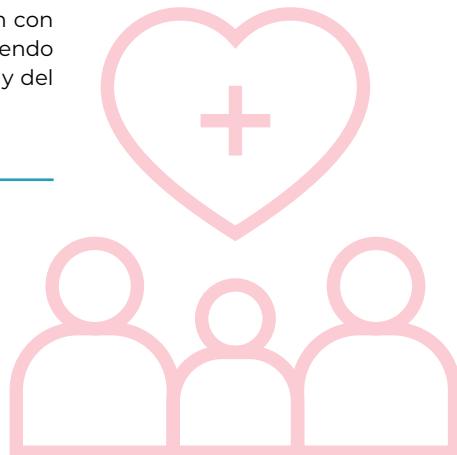
MEDCELL



Qualimed



DBS Beauty Store



16



591

Locales de venta en el país
(sumando farmacias Salcobrand y
tiendas Preunic)



2.438.119

Personas inscritas en
programa Mi Salcobrand

71,1%
NPS en farmacias
Salcobrand (3,5 pp más
que en 2023)

4,6 pp
creció el NPS de locales
Preunic

Entre
7 y 15 días
Promedio de pago
a las pymes

9.604

Total de colaboradores

6.365

Mujeres
66,2%

3.239

Hombres
33,8%

1,7%

Personas con
discapacidad
trabajan en
Empresas SB



16,7%

Índice de
rotación

73,93%

Índice de Clima
General

8.712

Personas capacitadas en el
Instituto de Belleza

87%

Total de colaboradores
capacitados

30% más

De adherencia a sus
tratamientos médicos entre
inscritos en Mi Salcobrand

3.083

Personas capacitadas en el
Centro de Bienestar

55

Horas promedio de
capacitación por colaborador
en el año

23

Medicamentos a precios
rebajados en el marco del
convenio con Cenabast



Nuevo

Programa de gestión de residuos
en Centro de Distribución
Salcobrand

7.010

Personas recibieron
evaluación de
desempeño

7.838

Reconocimientos
entregados a través del
Portal

Nuestra Historia

1880

Luis Brand funda Farmacias Brand, luego de adquirir Farmacia Alemana.

1947

Se abre la primera tienda de Preunic, en calle Puente, en Santiago Centro, local que se mantiene funcionando hasta hoy.

2020

Actualizamos nuestro Código de Ética.

2019

Preunic estrena su nueva identidad de marca y Empresas SB lanza el nuevo Sello del Colaborador.

2018

Puesta en marcha del nuevo Centro de Distribución de Salcobrand.

2021

Lanzamos la Política de Equidad de Género y actualizamos nuestra Estrategia de Negocio Sostenible.

2022

Elaboramos un Plan de Acción en Sostenibilidad, comenzamos a ejecutar nuestro programa de Transformación Digital y lanzamos la Política de Derechos Humanos.

2023

Alcanzamos más de 1,6 millón de inscritos en el programa Mi Salcobrand, dimos inicio al Proyecto Autoestima en Preunic y ampliamos a más medicamentos nuestro convenio con Cenabast.

1991

Nace Farmacias Salco.

1993

Se construye el Centro de Distribución de Preunic, en Pudahuel.

2000

Farmacias Brand y Salco se funden para crear la marca Salcobrand.

2015

Publicamos nuestro primer Reporte de Sostenibilidad, lanzamos la Política de Inclusión, Diversidad y No Discriminación, y comenzamos a participar en CyberDay y CyberMonday.

2013

Alianza con Disney Institute para trabajar nueva cultura y perfeccionamiento de la satisfacción de los clientes. Lanzamos un nuevo Código de Ética.

2012

Nace el holding Empresas SB luego de la fusión entre Salcobrand y Preunic.

2024

Elevamos los NPS de Salcobrand y Preunic a 79,2% y 81,6%, respectivamente. Además, 9 de los 18 proyectos iniciales del Plan de Sostenibilidad se incorporaron a nuestra gestión. Asimismo, actualizamos nuestras políticas y procedimientos a las nuevas leyes promulgadas y publicadas en 2024, como la Ley de Delitos Económicos, la Ley Marco de Ciberseguridad, la Ley de Protección de Datos y la Ley Karin.

Extensa Presencia Territorial

Para la atención de nuestros clientes, en Empresas SB contamos con una red de 451 locales de Salcobrand y 140 tiendas de Preunic, distribuidos en todas las regiones de Chile. Esta infraestructura comercial la complementamos con las siguientes instalaciones administrativas y logísticas:

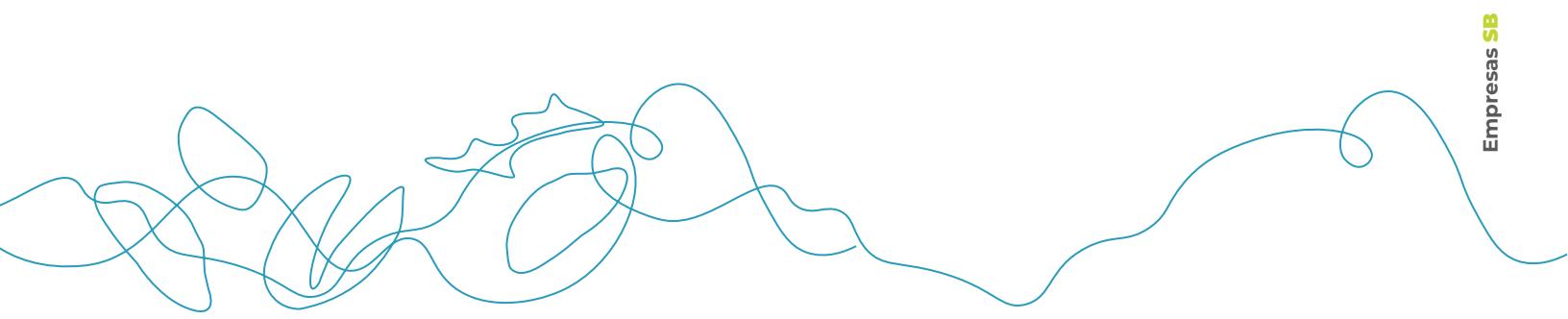
Oficinas en avenida General Velásquez, comuna de San Bernardo: en este espacio, que operamos bajo leasing financiero, funciona el Centro de Distribución de Salcobrand.

Casa Matriz Alameda: en estas oficinas -en arriendo- se desempeñan nuestros equipos comerciales y el back office administrativo en general.

Casa Matriz Salcobrand: inaugurado en 2024, este edificio -en arriendo- alberga a los equipos corporativos y administrativos de nuestra cadena de farmacias.

Centro de Distribución de Preunic: está ubicado en la comuna de Pudahuel, en Santiago.





Tipo de instalación	Arrendadas	Propias	Total
Locales ¹	432	19	451
Tiendas ²	136	4	140

¹Locales: establecimientos especializados en el cuidado de la salud y bienestar de la piel. Integran una oferta diversificada de productos dermatológicos y farmacéuticos.

Su catálogo incluye:

- i) SB (Farmacias de consumo): son farmacias orientadas a la venta de medicamentos, productos de higiene, cosmética y bienestar general.
- ii) Eucerin (Dermocosmética especializada): líneas especializadas en el tratamiento de afecciones dermatológicas, como piel sensible, envejecimiento cutáneo, hidratación intensiva y protección solar.

iii) Dermo (Especialistas en Salud de la Piel): espacios dentro de los locales donde se ofrecen productos exclusivos para el cuidado de la piel, con asesoría especializada y un enfoque de necesidades dermatológicas específicas.

²Tiendas: Las tiendas de Preunic (Perfumería y Uso Personal) están enfocadas en la venta de productos de belleza, cuidado personal y cosmética.

21

La Araucanía

Locales: 19 Locales de SB
Tiendas: 5 Tiendas de PU

Biobío

Locales: 36 Locales de SB
y 1 Eucerin
Tiendas: 10 Tiendas de PU

Los Lagos

Locales: 21 Locales de SB
y 1 Dermo
Tiendas: 6 Tiendas de PU

Aysén

Locales: 1 Local de SB y 1 Eucerin
Tiendas: 1 Tienda de PU

Los Ríos

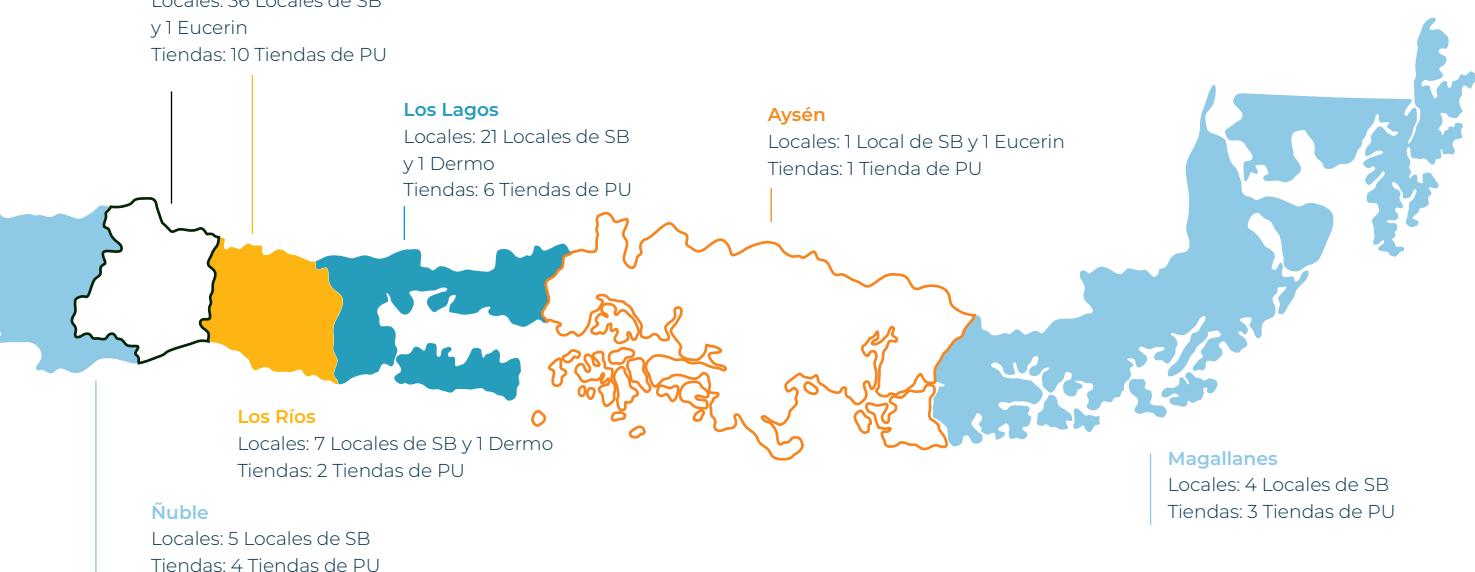
Locales: 7 Locales de SB y 1 Dermo
Tiendas: 2 Tiendas de PU

Ñuble

Locales: 5 Locales de SB
Tiendas: 4 Tiendas de PU

Magallanes

Locales: 4 Locales de SB
Tiendas: 3 Tiendas de PU



Inspiración que Transforma

Nuestro Propósito

Hacemos que



LAS PERSONAS

se sientan bien

estén donde estén

entregando lo mejor



EN SALUD, BELLEZA Y



BIENESTAR





Nuestros Valores

Para materializar el propósito corporativo, en Empresas SB anclamos nuestra gestión diaria en los valores de Integridad, Logro y Respeto. Estos principios son los que articulan y movilizan el Sello del Colaborador, la guía que debe orientar el comportamiento de todos nuestros equipos.



El compromiso social de nuestras principales filiales



Rol social de Preunic

"Aportamos al fortalecimiento de la autoestima de las personas"



Rol social de Salcobrand

"Mejoramos la salud de la población a través de programas que favorecen la adherencia a los tratamientos"

Premios y Reconocimientos



Enero

Empresas SB

Reconocida por su compromiso con la integridad en el Barómetro de Valores e Integridad Organizacional. Este premio lo entrega Fundación Generación Empresarial.



Marzo

Salcobrand

Recibió el premio "Empresa Irresistible" de parte de la Red de Recursos Humanos.



Abril

Salcobrand

Obtiene el lugar 59 en el Ranking Merco Responsabilidad ESG y el 1º lugar en la Industria Farmacéutica.



Mayo

Salcobrand

1º lugar del sector Farmacia en el Ranking PXI, y 57 a nivel general.



Junio

Preunic

Por tercer año consecutivo es reconocida como perfumería #1 en el estudio de Marcas Ciudadanas de Cadem.



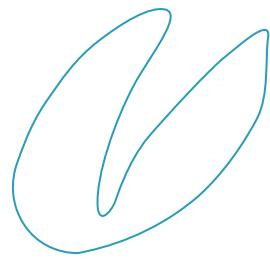
Julio

Salcobrand

Farmacia #1 en productos Cruelty Free, en el ranking realizado por la ONG Te Protejo.

Preunic

Por segundo año consecutivo Retail #1 en productos Cruelty Free, en el ranking realizado por la ONG Te Protejo.



Agosto

Empresas SB

Obtiene el lugar 55 en el Ranking General Chile 2024 de Employers For Youth.



Octubre

Salcobrand

Gana los Cyber Awards en la categoría Salud y Belleza.

Gana 2 premios Effie, oro en Performance Marketing y plata en inteligencia artificial.

Preunic

1º lugar en Premio Alco Lealtad Consumidor 2024 en la industria Belleza y Perfumería.

Empresas SB

Reconocimiento de CDI por su compromiso con la inserción laboral de personas migrantes.



Noviembre

Salcobrand

1º lugar en Advantage Report.

4º lugar en el Ranking Most Innovative Companies y 1º lugar en la categoría Farmacias.

Triple ganador en los Premios DEC 2024, bronce en mejor estrategia employee

Premios Experience: Bronce en Mejor Estrategia en Experiencia de Cliente y Bronce en Mejor Proyecto de Interacciones.

Finalista en los Premios Chilediseño 2024, en la categoría Diseño de Servicios y Experiencia de Clientes, por el nuevo formato de local ubicado en el MUT.

Empresas SB

Obtiene el lugar 28 en la 4º edición Employers For Youth Tech Chile.

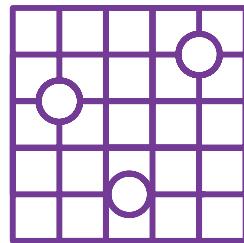
Preunic

Sello Transforma Proyecto B, por la labor que realiza brindando oportunidades laborales a jóvenes vulnerables.





ESTRATEGIA Y NEGOCIOS



Estrategia Corporativa
Salcobrand
Preunic
Marcas Propias

EMPRESAS 

Estrategia Corporativa

Para lograr nuestro objetivo de alcanzar la mejor reputación con rentabilidad de la industria, en Empresas SB diseñamos y desarrollamos nuestros planes de negocio a partir de la confluencia de tres elementos que consideramos estratégicos:

- » El Viaje del Cliente y del Colaborador.
- » Cultura Digital.
- » Infraestructura tecnológica.

Este enfoque, y sus dos condiciones transversales, Eficiencia y Conocimiento de Clientes, es el que sustenta las propuestas de valor que hemos definido para Salcobrand y Preunic, dos modelos que en los últimos dos años han dotado a nuestras principales filiales de una identidad sólida y un reconocimiento creciente por parte del mercado.

28

**La mejor reputación
con rentabilidad
de la industria**



**Viaje del Cliente
y Colaborador**

**Cultura
Digital**

**Infraestructura
Tecnológica**

Eficiencia

Conocimiento de Clientes



Propósitos



“Contribuimos al bienestar de las personas”

- › Mejora la adherencia a los tratamientos
- › Bajar el costo bolsillo
- › Excelencia en el servicio
- › Alianzas, marcas propias, SB Pay, Mi Salcobrand

- › Foco en la belleza
- › Foco en la mujer
- › Calidad en la atención a Clientes

“Existimos para que vivas tu propia belleza”



En 2024, movilizados por estas aspiraciones, y a pesar del entorno económico complejo que tuvimos que enfrentar, logramos superar los presupuestos de venta tanto a nivel de compañía como en ambas cadenas, y mejoramos, en línea con las metas que establecimos para el período, los principales indicadores de recomendación de nuestros clientes.

Este favorable desempeño es el resultado de la consolidación de las propuestas de valor de Preunic y Salcobrand, y del profundo trabajo que estamos llevando a cabo para reforzar la experiencia de los colaboradores especialmente en aquellos puntos en que esta converge con el viaje de los clientes.

Salcobrand:

Estrategia construida desde el Propósito

Estrategia

La estrategia de Salcobrand comienza desde su propósito, "Contribuir al bienestar de las personas". Esta razón de existir fue redefinida en 2021, y desde entonces guía la estrategia corporativa, orientando los esfuerzos de todos los colaboradores para materializarla en diversas iniciativas.

Un servicio de excelencia en cada punto de contacto del cliente con Salcobrand, asegurar la disponibilidad, mejorar el acceso a medicamentos, impulsar una cultura digital, focalizarnos en la prevención, preparar constantemente a nuestros colaboradores para que sean verdaderos expertos en salud y bienestar, además de trabajar bajo exigentes estándares de calidad en función de la regulación, son parte de los

pilares fundamentales de la estrategia de Salcobrand y que se expresan bajo la promesa "Tu bienestar nos inspira".

En materia de sostenibilidad, en 2024 continuamos trabajando en iniciativas que tienen como foco mejorar la salud de las personas que viven en Chile a través de programas que favorecen la prevención, la adherencia a los tratamientos y la reducción del gasto de bolsillo: Mi Salcobrand, Programa Promesas, Centro de Bienestar y alianzas estratégicas con Fundación Acrux, Coaniquem y Teletón, son solo algunos ejemplos de una estrategia de sostenibilidad que año a año impacta positivamente en el bienestar de las personas.

30

Durante 2024 logramos cumplir con nuestras metas comerciales, de la mano de una potente oferta de valor de cara a nuestros clientes y de nuestra propuesta omnicanal diferenciadora, siempre impulsando la digitalización de la experiencia con excelentes resultados.

En ese contexto, algunos de nuestros principales avances operacionales y comerciales del año fueron los siguientes:

- **Programa Promesas:** como resultado de la puesta en marcha en marzo de este programa, durante el último año mejoramos los índices de recomendación (NPS) en todos nuestros canales de venta, y especialmente en el mundo de nuestros locales y el e-commerce. Con esta iniciativa, Salcobrand se propone alcanzar en diciembre de 2025 un NPS de 80% en sus locales a partir de un trabajo centrado en cuatro pilares prioritarios: Mejor disponibilidad, Mejor experiencia de servicio, Mejor beneficio y Mejor experiencia colaborador, un elemento que consideramos fundamental para brindar una buena atención.

En 2025, en el marco del Promesas continuaremos con gran foco en seguir robusteciendo el modelo de procesos construido desde la voz del cliente.



- **Mi Salcobrand:** en 2024, este programa superó ampliamente nuestras expectativas de crecimiento, al registrar más de 2,4 millones de personas inscritas.

Alineada con nuestro propósito de contribuir al bienestar de las personas, con esta iniciativa buscamos facilitar y promover la adherencia de las personas a sus tratamientos médicos a través de descuentos progresivos en las compras de medicamentos.

En sintonía con este objetivo, durante el último año, además, concluyó el primer estudio de adherencia que desarrollamos en conjunto con la Universidad de Chile y que centramos en el ámbito de la salud mental. De acuerdo con esta investigación, el riesgo de no adherencia a los tratamientos entre quienes ocupan el programa para la compra de sus medicamentos de esta especialidad es aproximadamente 30% inferior que el de las personas que no lo hacen. En 2025, nuestra aspiración es, junto con publicar este informe, realizar charlas en torno al tema y continuar trabajando con esta casa de estudios en investigaciones similares.

- **Alianzas y convenios:** consolidamos nuestro programa conjunto con Fonasa, en el marco del cual atendemos a más de tres millones de personas en el año, las que acceden a más de 1.900 medicamentos y productos a precios preferentes. Además, profundizamos los beneficios del convenio con Cenabast. Todo esto nos ayudó a seguir materializando nuestro compromiso de reducir el gasto de bolsillo de los clientes. Los miles de clientes que han comprado productos asociados a Cenabast han obtenido en promedio un 56% de menor precio en sus medicamentos.
- **Nuevos locales:** durante el año abrimos 22 nuevos locales tanto en Santiago como en regiones, ampliando la capilaridad de la compañía para llevar su propuesta de valor lo más cerca de los clientes. Paralelamente, también inauguramos 8 tiendas Dermocoaching, una línea destinada especialmente a la venta de productos de dermocosmética.

- **Super APP Salcobrand:** cada vez es más valorada por los clientes, debido a su gran utilidad de cara a su experiencia. Son más de 800 mil los clientes que la usan todos los meses no sólo para obtener beneficios en sus compras, sino también para comprar, consultar stock en locales, ver información de su tarjeta y agendar atención en locales, entre otras funcionalidades.
- **Pharma Benefits:** logramos buenos resultados comerciales con esta empresa adyacente dedicada a facilitar a millones de personas el acceso a sus tratamientos farmacéuticos. En el marco de su plan de desarrollo, durante el último año, además, esta firma también comenzó a operar en México.
- **Starbien:** participamos como partner de este nuevo ecosistema digital, gratuito para los usuarios y abierto a cualquier proveedor de la industria, cuyo propósito es conectar en un solo lugar –con una experiencia única, sin complicaciones ni fricciones- a las personas con los servicios de salud, prestaciones médicas, seguros y asistencias.

Rol social y sostenibilidad

En este ámbito, seguimos reforzando nuestro propósito apoyando a las fundaciones Coaniquem, que busca la rehabilitación de niños y adolescentes con quemaduras, y Acrux, cuyo objetivo es disminuir las listas de espera en Chile, y potenciando nuestro Centro de Bienestar, a través del cual ofrecemos cursos gratuitos a la comunidad en temas relacionados con la salud y la calidad de vida.

Además, fuimos “la farmacia de la Teletón”, lo que nos permitió contribuir a la rehabilitación de miles de niños y sus familias. Como parte de esta alianza, realizamos múltiples actividades y jornadas de voluntariado, comprometiendo a nuestros 6 mil colaboradores en una de las principales causas solidarias del país.

(Ver más en capítulos Clientes y Comunidad)



Preunic:

Nueva hoja de ruta

Estrategia

En Preunic contamos con un plan estratégico a 5 años, basado en los siguientes pilares: Más categorías de belleza; Mayor digitalización de la empresa para fortalecer una propuesta onmicanal y Plan de apertura de tiendas en segmentos y lugares en donde no estamos presentes.

En términos de inversión, nuestros focos apuntan a un plan tecnológico onmicanal tanto en las tiendas físicas como en e-commerce que nos permita tener una visión más integrada y ágil del cliente, mejoras

en logística para estar más cerca y llegar más rápido, y un programa para apertura de nuevas tiendas.

En materia de sostenibilidad, nuestros focos están en el reciclaje y gestión de sus residuos; apuesta por la autoestima como rol social de la marca, a través de nuestro Instituto de Belleza, y alianzas estratégicas con organizaciones como María Ayuda, Soymás y Proyecto B.

- 32 En 2024, en todos nuestros indicadores de desempeño, tanto en materia de ventas como en margen operacional, EBITDA, participación de mercado y NPS, entre otros, logramos cumplir con las metas que nos fijamos para el año.

En este escenario de buen desempeño, en el último período, también definimos un nuevo plan estratégico para los próximos cinco años, a través del cual buscamos consolidar los cambios que Preunic ha incorporado a su propuesta de valor desde que en 2018 se definió como una compañía de belleza.

Entre sus principales aspectos, este plan:

- Establece que las categorías centrales del negocio serán Maquillaje, Skincare, Coloración Capilar y Fragancias, en el conjunto de las cuales hoy se concentra cerca del 60% de las ventas totales de la cadena.
- Considera la apertura de 40 nuevas tiendas al año 2029, para alcanzar un total de 156 locales a dicha fecha.

Para avanzar en esta nueva hoja de ruta, durante el último año:

- Continuamos fortaleciendo los pilares de nuestra estrategia diferenciadora, que son: Mejor mix de productos, Disposición más eficiente de los espacios, Experiencia de navegación optimizada e Incorporación de asesoría experta cuando es requerida.

- Seguimos robusteciendo nuestra oferta en la categoría de maquillaje, que al cierre de 2024 contaba con 22 marcas.
- Fortalecimos nuestra red onmicanal y de espacios físicos con la apertura de skin centers, espacios especializados en el cuidado de la piel y en los que buscamos ofrecer una experiencia distintiva a un segmento de mercado masivo.
- Impulsamos diversas estrategias y una mayor inversión en marketing y redes sociales para alcanzar nuevas audiencias. En ese marco, reforzamos nuestra presencia en TikTok, una plataforma altamente efectiva para dar a conocer marcas innovadoras. Como resultado de este esfuerzo, durante el año, gran parte del crecimiento del 8% que experimentó nuestro ticket promedio de clientes correspondió a jóvenes de entre 18 y 30 años de edad.
- Para mejorar la atención y asesoría que brindan a los clientes, capacitamos a un promedio de 1.500 personas al mes, entre colaboradores de tiendas y expertas de belleza, a través del programa "Escuelas". Esta es una plataforma online que pone a disposición de nuestros equipos contenidos formativos relacionados con tendencias en belleza y productos de distintas categorías.

- Abrimos dos nuevas tiendas Preunic Beauty, una de ellas en Punta Arenas. Para 2025, proyectamos alcanzar un total de 6 establecimientos bajo este formato, sumando aperturas y remodelaciones. Al respecto, cabe consignar que la tienda Preunic Beauty del centro comercial

Costanera Center se ha convertido en la número 8 de la cadena en términos de ventas y la número 1 en maquillaje y fragancias.

- Duplicamos nuestras ventas por e-commerce, una modalidad que al cierre de año se convirtió en nuestra "Tienda 8" y cuyas ventas pasaron a representar el 10% del total de la cadena. Pieza esencial de nuestra estrategia para conectar con las nuevas audiencias, el e-commerce, además, representa el canal predilecto de los clientes menores de 30 años de edad para realizar sus compras.
- Aumentamos a 200.000 el número de clientes registrados en el programa de lealtad Mi Preunic, en línea con lo presupuestado para el año.

A partir de todos estos avances, y en un sector como el de belleza que en Chile sigue creciendo, Preunic ha aumentado su participación de mercado y además incrementó en 4,6 puntos su NPS respecto de 2023.

Estos resultados nos hicieron merecedores, además, de los siguientes premios y reconocimientos:

- Primer lugar del estudio de Marcas Ciudadanas, elaborado por la consultora Cadem.
- Premio de Fundación Proyecto B, por el carácter innovador del proyecto de inclusión laboral que estamos desarrollando con jóvenes en situación de vulnerabilidad social.
- Primer lugar en la Industria de Belleza y Perfumería en el Benchmarck realizado por Alco Consultores junto con la Escuela de Negocios de la Universidad de los Andes (ESE) para las empresas que han generado los mayores niveles de lealtad y buenas experiencias en sus clientes, basado en la metodología Net Promoter Score® – NPS®.

Programa Autoestima

En el marco de nuestro rol social "Aportamos al fortalecimiento de la autoestima de las personas", durante 2024 también continuamos desarrollando el proyecto "Autoestima". Esta iniciativa la impulsamos desde el año 2022 con el propósito de generar una experiencia de compra significativa, que permita que las clientas se sientan escuchadas y valoradas cada vez que interactúan con la marca, y en ese reconocimiento vivan su propia belleza y fortalezcan su autoestima.

Como parte de este programa, logramos elevar al 93% el NPS asociado a la pregunta "¿Cuán escuchada y comprendida te sentiste hoy?", lo que refleja la efectividad de nuestros

protocolos de atención y la preparación de los colaboradores. En la misma línea, editamos y distribuimos el libro "La Belleza en Chile", que recoge los resultados de un estudio que realizamos con apoyo de una consultora externa para indagar qué entienden por belleza las personas de distintos niveles socioeconómicos en Santiago. Este estudio confirma la visión que tienen los chilenos respecto de que la belleza es única y no se circunscribe a lo físico, aunque también es un factor determinante en el trato con los demás.

Esta publicación se compartió entre los proveedores de Preunic y representantes de algunas de las comunidades con las que trabaja la compañía. Además, se difundió en redes sociales y se puso a disposición de los interesados en el sitio web de la cadena. Al cierre de año, en este último espacio, el documento había recibido más de dos millones de visitas.



Marcas Propias:

Logros y nuevo plan

El año 2024 fue un período de contrastes para el negocio de marcas propias que desarrolla Medcell. En el segmento farma, de la mano del alto rendimiento en vitaminas y suplementos, esta filial cumplió con todas las metas en ventas y market share. En el mundo del consumo, en cambio, su prioridad estuvo en revisar la oferta de productos y los planes de desarrollo, con el objetivo de focalizarse en las líneas con mejores resultados comerciales.

Farma: el poder de las vitaminas y suplementos

En este ámbito, la marca VitaminLife, de vitaminas y suplementos, registró un crecimiento de doble dígito y aumentó su participación de mercado, siendo la marca número 1 de vitaminas y suplementos en Chile.

Para seguir fortaleciendo esta línea, nuestros objetivos en 2025 son abrir tiendas para la venta exclusiva de estos productos y explorar su exportación a Europa y América.

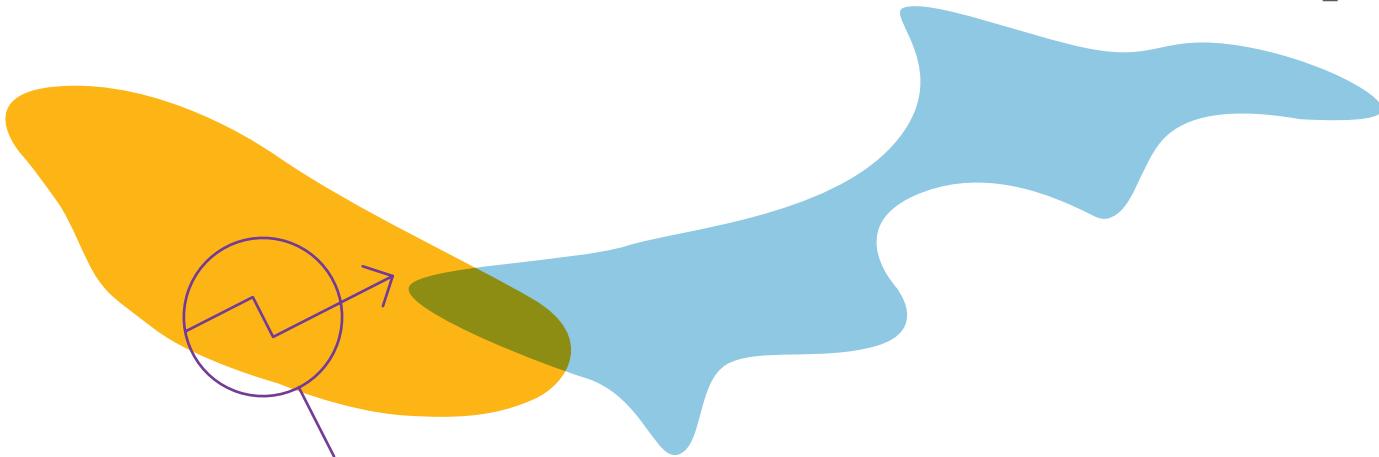
Además, Medcell tuvo un cambio de casa. Tenemos nuevo centro de distribución con 30% más de capacidad que el anterior y también nuevas oficinas administrativas que nos permiten enfrentar con solidez el futuro.

En lo que respecta a Recetario Magistral, al cierre de 2024, estábamos en la etapa final de la ampliación de sus instalaciones y a la espera de que el Instituto de Salud Pública (ISP) nos entregue su autorización para operar.

Con esta nueva infraestructura, el objetivo que nos planteamos es aumentar nuestra actual capacidad de generación en un 30%. Estas ampliadas dependencias y los equipos de avanzada que hemos adquirido nos permitirán, además:

- Participar en áreas de recetas magistrales que hoy no cubrimos.
- Participar en licitaciones de recetas magistrales o de productos terminados.
- Evitar quiebres en productos propios de recetario.
- Mejorar sustancialmente los tiempos de generación y garantizar productos de la más alta calidad.
- Crecer en el mundo de mascotas.





Consumo: momento de redefiniciones

En 2024, iniciamos un proceso de redefinición de nuestra estrategia para las marcas propias del mundo del consumo. Como parte de esta revisión, en enero, contratamos una asesoría externa para que nos ayudara a detectar nuestros espacios de mejora y, a partir de esta información, reformular nuestra propuesta de valor.

Este análisis nos permitió constatar que teníamos productos con baja contribución. Además, nos hizo ver la necesidad de replantear los indicadores con que la empresa mide el desempeño de esta línea de negocio.

Sobre la base de estos antecedentes, decidimos limpiar nuestro portafolio eliminando productos que no estaban siendo rentables. Asimismo, tomamos la determinación de ser más selectivos en la elección de nuevas marcas y de volver a potenciar el desarrollo de marcas propias, no representadas.

En el contexto de estas definiciones, durante 2024, en términos de negocio, las grandes novedades fueron el relanzamiento de la marca coreana Beauty K y la incorporación a nuestra cartera de la reconocida marca coreana Pyunkang Yul. En 2025, en tanto, y en sintonía con nuestro nuevo foco comercial, lanzaremos -además- nuevas líneas de nuestras marcas propias Cluny y Nenitos.

Sostenibilidad: menos plástico en los envases

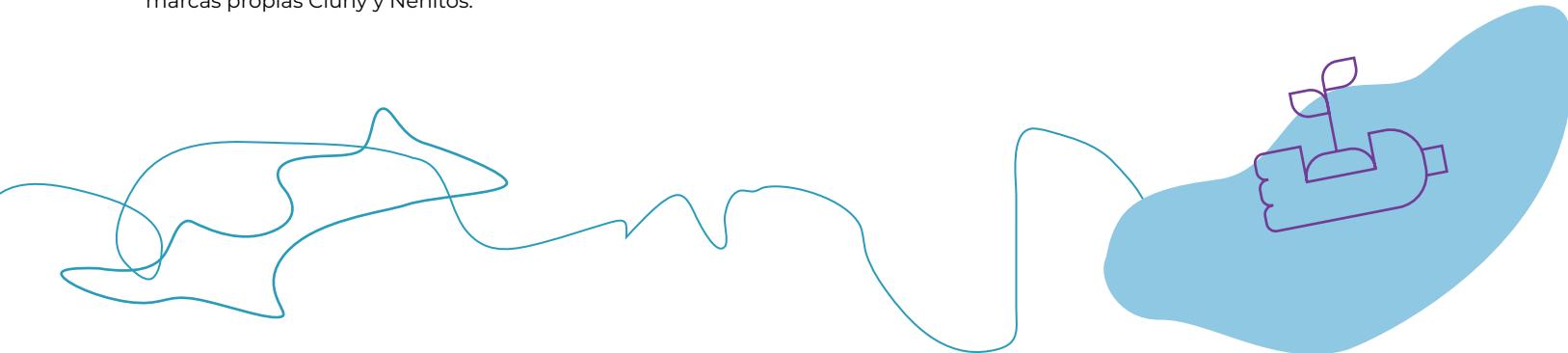
Durante 2024, en Medcell, continuamos impulsando el programa de diseño consciente de nuestros productos, que iniciamos el año anterior. Con esta iniciativa, el objetivo es reducir progresivamente los materiales contenidos en nuestros envases que no son amigables con el medio ambiente.

En el contexto de este trabajo, durante el último año, seguimos disminuyendo el gramaje de los plásticos utilizados en los frascos de VitaminLife, preservando al mismo tiempo todos los atributos de calidad y funcionalidad de esta línea.

En ese marco, también decidimos incorporar frascos con menor gramaje plástico en todas las líneas de la marca.

Por otra parte, en 2024, reemplazamos, las capas plásticas de nuestros estuches de Navidad por cubiertas de papel y cartón, para continuar atenuando nuestro impacto ambiental.

Como parte de este programa, cabe recordar que en 2023 Medcell lanzó al mercado **VitaminLife Free**, una línea de vitaminas y suplementos entre cuyas cualidades, además de ser un producto vegano y libre de lactosa y gluten, destaca por contar con un frasco 100% reciclable.



Transformación Digital

En 2024, Empresas SB reestructuró su Gerencia de Tecnología con el objetivo de darle un nuevo impulso a la estrategia de Transformación Digital de la compañía.

Como parte de este proceso, en mayo, el nuevo equipo a cargo del área organizó una jornada de reflexión estratégica, cuyo objetivo fue sentar las bases de un nuevo plan de trabajo, más eficiente y con sentido, que permita a esta unidad responder de una manera oportuna y eficaz a las necesidades y prioridades de sus clientes internos.

En el marco de esta actividad, en la que participaron activamente ejecutivos y colaboradores de Salcobrand, Preunic y las áreas centrales, la Gerencia de TI definió como su nuevo propósito “Acompañar y conectar personas, entregando experiencias tecnológicas eficientes que contribuyan a mejorar su día a día”.

36

Asimismo, rediseñó y consensuó su nuevo plan estratégico, e identificó las modificaciones que debía aplicar para enfocar su labor hacia los requerimientos del negocio y el logro de resultados.

Tras este proceso, el área se abocó con nuevo impulso a la ejecución de la Transformación Digital de Empresas SB. Como parte de esta labor, y en línea con sus nuevas definiciones internas, algunas de las innovaciones que aplicó para continuar promoviendo la actualización tecnológica de la organización fueron las siguientes:

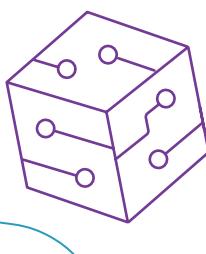
- Se abordó la metodología ágil con un enfoque más versátil y fluido, para lo cual se eliminaron de estas prácticas algunos elementos que no aportaban valor al negocio.
- Esta perspectiva -enfocada en la operación- permitió potenciar los aspectos más positivos del modelo, lo que facilitó la entrega de respuestas más eficientes frente a las necesidades reales de la compañía.

A partir de este cambio de mirada, los programas y acciones que impulsamos en 2024 como parte de nuestra transformación digital nos permitieron:

- Estabilizar la operación de Empresas SB.
- Incrementar la tasa de resolución de problemas.
- Avanzar en la renovación de la infraestructura tecnológica corporativa y del negocio.

En línea con estos avances, en 2025, algunos de los focos de este proceso serán:

- Trasladar a la nube las tecnologías base de la empresa, lo que nos permitirá alinear de mejor forma la transformación con nuestras políticas de sostenibilidad, reduciendo consumos energéticos y nuestra huella de carbono.
- Actualizar las aplicaciones y servicios centrales del negocio, como los sistemas de venta, fortaleciendo la omnicanalidad.
- Fortalecer la gestión de datos como activo corporativo, potenciando el conocimiento de nuestros clientes y apoyando en la toma de decisiones.
- Explorar e incorporar progresivamente soluciones basadas en inteligencia artificial generativa (IA Gen), orientadas a automatizar procesos y enriquecer la experiencia del cliente y los colaboradores.
- Habilitar nuevas capacidades tecnológicas para apoyar el crecimiento y el cumplimiento de los nuevos planes estratégicos de los negocios.



Ciberseguridad

En Empresas SB, asignamos una importancia crítica a la protección de nuestros sistemas y la seguridad de los datos de las personas.

En línea con esta visión, y con un enfoque de trabajo que denominamos de "Seguridad desde el diseño", todos los proyectos que desarrollamos y que involucran gestión de datos y transacciones de los clientes los elaboramos desde la mirada de la ciberseguridad. Esto quiere decir que son concebidos con protocolos que nos permiten identificar y cubrir todas sus posibles vulnerabilidades.

En todas las etapas de elaboración de estas nuevas soluciones, además, participa el área de Compliance de la compañía, lo que garantiza que estos desarrollos cumplen desde su concepción con todos los requerimientos legales vigentes en ciberseguridad y seguridad de la información.

Política General de Gestión de Seguridad de la Información de Empresas SB

37



Establece objetivos, metas, controles, roles y responsabilidades en materia de seguridad de la información, ciberseguridad, gestión de incidentes, protección de datos y continuidad de negocio.



9 políticas asociadas

24 procedimientos asociados



Programas de gestión considerados en nuestra Estrategia de Ciberseguridad



38

En el marco de los lineamientos de nuestra Política General de Gestión de la Seguridad de la Información y como parte de los programas contemplados en nuestra Estrategia de Sostenibilidad, durante el último año, algunas de las acciones que impulsamos en estos ámbitos fueron:

→ **Avanzamos en la adaptación de nuestras políticas y procesos internos a los nuevos marcos legales:** en 2024, en el contexto de la promulgación y publicación, respectivamente, de la Ley Marco de Ciberseguridad y la Ley de Protección de Datos de las Personas, en Empresas SB efectuamos un proceso de análisis de nuestras políticas y procesos, con el objetivo de identificar aquellos aspectos que deben ajustarse o actualizarse para responder a estos nuevos requerimientos normativos. A partir de este diagnóstico, definimos una serie de acciones de mejora que aplicaremos a partir de 2025 y entre las que se cuentan renovaciones y migraciones tecnológicas. Esta labor la ejecutaremos como parte de una planificación de largo plazo, por cuanto involucra una gran cantidad de factores importantes a considerar.

- **Reforzamos el resguardo de nuestra infraestructura tecnológica:** con el fin de anticiparnos a cualquier situación de crisis, ponemos especial énfasis en proteger nuestros equipos y sistemas digitales, y reforzar su resiliencia para asegurar su continuidad operativa. Para tal efecto, disponemos de réplicas de la totalidad de nuestros servicios centrales y contamos con más de un data center y de un servidor. Asimismo, realizamos constantemente pruebas de recuperación, una práctica continua que nos ha permitido sortear fallas con muy buenos tiempos de respuesta.
- **Nueva herramienta para evitar potenciales ataques cibernéticos:** incorporamos un servicio de ethical hacking que nos permite identificar de manera oportuna las vulnerabilidades de nuestros sitios de e-commerce y servicios internos, para así prevenir y/o mitigar potenciales ataques.



Cultura de ciberseguridad

Considerando que los hábitos y prácticas de los usuarios pueden involucrar la penetración de malware en los sistemas de la empresa, contamos con un plan de sensibilización y educación para los colaboradores en estas materias. A cargo del Oficial de Seguridad de la Información (CISO), este programa contempla el envío de un mailing informativo sobre buenas prácticas de seguridad de la información y un ejercicio de ethical switching, el que a su vez comprende una capacitación y una posterior simulación para comprobar la comprensión de los contenidos entregados. Quienes no superen esta prueba deben realizar un segundo curso de reforzamiento.

En concreto, como parte de nuestro programa de Concienciación y Cultura de Ciberriesgos, en 2024 efectuamos las siguientes iniciativas:

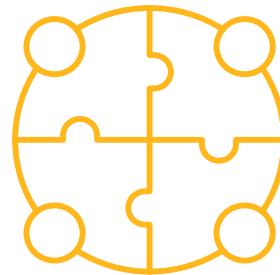
- Curso anual de Buenas Prácticas de Ciberseguridad.
- Difusión de 6 cápsulas formativas de seguridad de la información, ciberseguridad y tratamiento de datos.
- Publicación de 48 comunicados de seguridad de la información, gobernanza corporativa, ciberseguridad y protección de datos.

A estas actividades hay que sumar los cuatro ejercicios de phishing éticos, y sus respectivas capacitaciones, que organizó el Área de Seguridad de la Información y Protección de Datos, y con los que cubrimos a todos los colaboradores de la compañía.





PROPIEDAD Y GOBERNANZA



**Propiedad de Empresas SB
Gobierno Corporativo
Funcionamiento del Directorio
Equipo Ejecutivo**

EMPRESAS 

Propiedad

Empresas SB es la denominación del Grupo Empresarial cuya matriz es la sociedad anónima cerrada Inversiones SB S.A. Su accionista principal es la Sociedad Inversiones EJY DOS Limitada, que posee el 70% de la propiedad, ligada a la Familia Yarur. Por su parte, el 30% restante está distribuido entre las sociedades Inversiones San Ambrosio Limitada, Inversiones Benidorm Limitada y Comercial Santa Ema Limitada, ligadas a la Familia Abuhadba.

Gobierno Corporativo

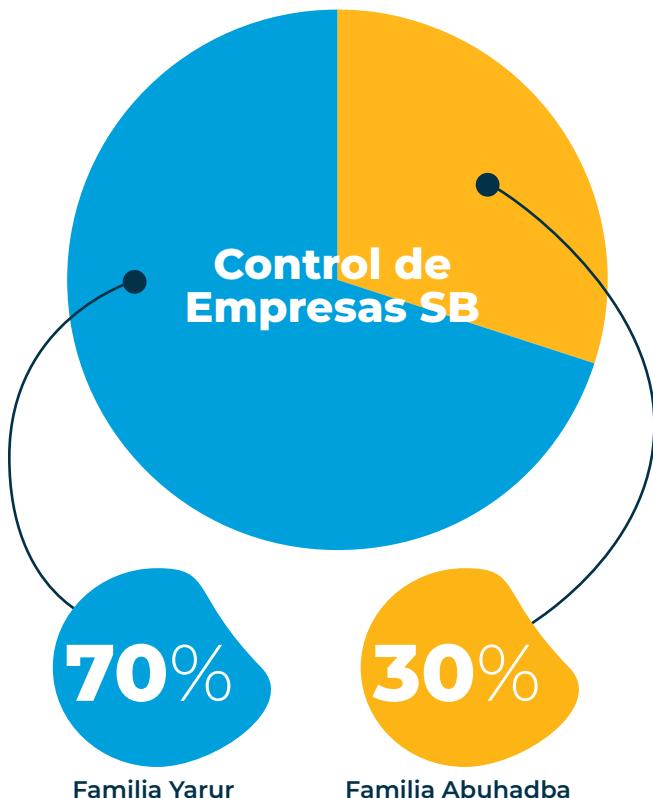
Empresas SB busca generar valor sostenible a través de la integración, por diseño, de reputación y altos resultados. Esta combinación se materializa mediante una estructura y procesos de dirección de la cultura y estrategia organizacional, denominada Gobierno Corporativo.

El Gobierno Corporativo tiene como objetivo diseñar y controlar los procesos de la compañía a través de su Sistema Integrado de Riesgos. A su vez, el Gobierno Corporativo busca fomentar una cultura de integridad en la compañía, siendo liderada por los equipos que forman parte de sus Órganos de Administración y de Dirección y Control.

El Gobierno Corporativo de Empresas SB busca alcanzar el propósito y los objetivos de la compañía, orientando su cultura mediante valores, normas éticas y de cumplimiento que demuestran cómo y por qué se toman las decisiones.

→ Según la Política de Gobierno Corporativo de Empresas SB, este está estructurado por los siguientes órganos:

- **Órganos de Administración:**
Gerencia General de Empresas SB, Ejecutivos Principales y Comités de Administración.
- **Órganos de Dirección:**
Directorio de Empresas SB.
- **Órganos de Control:**
Comités Corporativos, Gestión de Ética y Cumplimiento, Gestión Integrada de Riesgos, Gerencia de Contraloría y Auditores Externos.



Directorio de Empresas SB

El máximo órgano de control y de dirección en Empresas SB es su Directorio. Este órgano está conformado por directores designados por la Junta de Accionistas y tiene como principales responsabilidades:

- Crear valor sostenible para la compañía, cumpliendo sus deberes fiduciarios y legales.
- Aprobar las políticas de la compañía y sus modificaciones.
- Aprobar el Código de Ética y Cumplimiento, velando por la adecuada implementación de este marco y la efectividad de la cultura de integridad institucional.
- Designar al Gerente General.
- Aprobar los estatutos de los Comités Corporativos.
- Aprobar el Procedimiento de Inducción para Nuevos Directores y Ejecutivos Principales.
- Aprobar el Procedimiento de Autoevaluación del Directorio y los Comités Corporativos.
- Definir y aprobar los planes estratégicos de Empresas SB.
- Aprobar la estructura organizacional de Empresas SB.

- Aprobar y hacer seguimiento a los riesgos estratégicos de la compañía y sus filiales.
- Establecer los mecanismos que aseguren el sistema de control interno, el cumplimiento normativo y la confiabilidad de la información financiera.
- Aprobar los Estados Financieros de las empresas y el presupuesto anual.
- Establecer las políticas de remuneraciones y compensación de modo que sean consecuentes con la cultura, objetivos, estrategia de largo plazo y ambiente de control.
- Informar y comunicar a sus grupos de interés el desempeño del corporativo a través de una Memoria.
- Fomentar el perfeccionamiento del Gobierno Corporativo.

El Directorio de Empresas SB se reúne una vez al mes en sesiones ordinarias, salvo en el mes de febrero, y se reúne en sesiones extraordinarias cuando la ley así lo dispone.

Remuneraciones del Directorio

Según los Estatutos de Empresas SB, las remuneraciones de los directores son definidas por la Junta de Accionistas, y cuentan con un componente fijo y otro variable.



Composición del Directorio a diciembre de 2024

Luis Enrique Yarur Rey

Presidente

Chileno / RUT: 5.196.456-K

Paulina Yarur Chamy

Directora

Chilena
RUT: 7.010.880-1

Carlos Juan Yarur Ready

Director

Chileno
RUT: 12.069.987-3

Eduardo Patricio Abuhadba

Director

Chileno
RUT: 6.360.409-7

Luis Hernán Paul Fresno

Director

Chileno
RUT: 7.289.965-2

René Abuhadba Fernández

Director

Chileno
RUT: 6.289.330-3

Heriberto Úrzua Sánchez

Director

Chileno
RUT: 6.666.825-8

Óscar Guillermo Garretón Purcell

Director

Chileno
RUT: 4.660.262-5

Carlos Spoerer Urrutia

Director

Chileno
RUT: 4.881.321-6

León Cohen Delpiano

Director

Chileno
RUT: 7.994.846-2

Roberto Belloni Pechini

Vicepresidente Ejecutivo

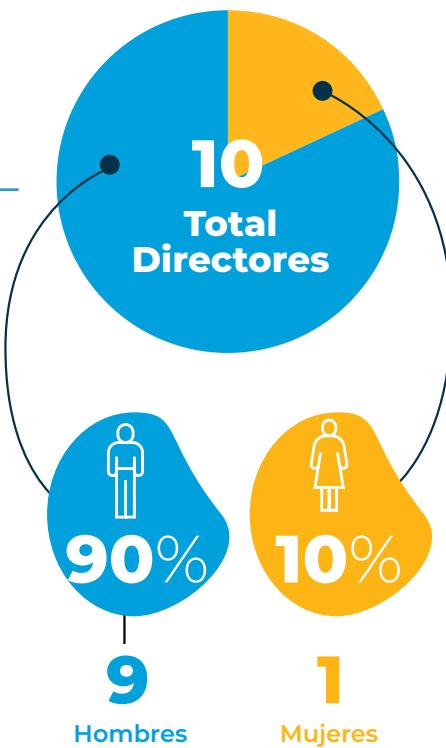
Chileno

RUT: 9.155.452-6

44

Nota: todos los directores de la compañía fueron ratificados en sus cargos en 2022. De igual modo, todos los integrantes de esta instancia son miembros titulares; ninguno es independiente.

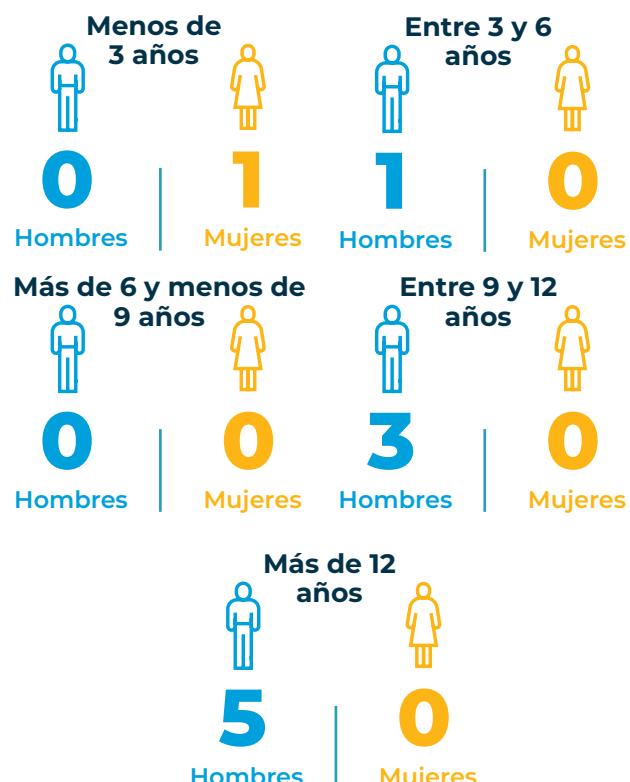
Directores por género



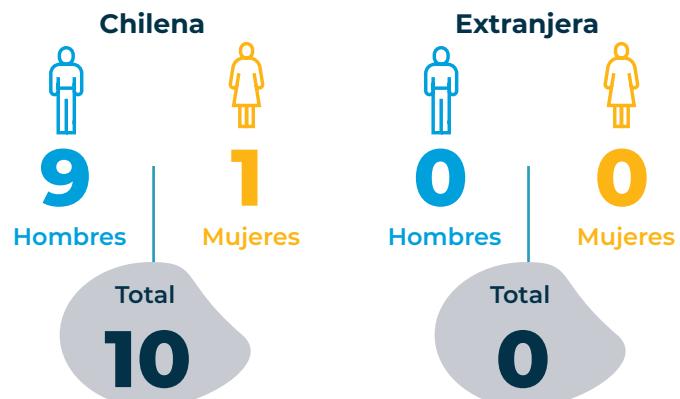
Directores por rango de edad



Directores por antigüedad en el cargo



Directores por nacionalidad



(*) Cero personas con discapacidad en el Directorio de Empresas SB

Gobernanza y Funcionamiento del Directorio

- **Políticas y Procedimientos:** en 2024, Empresas SB actualizó sus políticas y procedimientos, adecuándolos a la Ley N° 21.595 de Delitos Económicos, que entró en plena vigencia en septiembre de 2024. Durante dicho año, además, el Directorio promulgó la Política de Compras Comerciales y la Política de Gestión de Proyectos, así como la tercera versión de la Política sobre Gestión Integrada de Riesgos.
- **Conflicto de interés:** Empresas SB cuenta con un Sistema de Declaraciones de Conflictos de Interés basado en su Procedimiento de Ética y Cumplimiento sobre Conflicto de Interés de Empresas SB, cuyo objeto es establecer directrices adecuadas ante situaciones reales o potenciales, donde siempre se privilegia el interés social.
- **Inducción para nuevos directores:** con el objetivo de dotar de la debida información y antecedentes de la compañía a nuevos directores y ejecutivos principales, según la Política sobre Gobierno Corporativo de Empresas SB, el Gerente General de Empresas SB coordina reuniones de inducción en las que participan sus reportes directos u otros miembros del Directorio.
- **Capacitación a directores en temas ambientales, sociales y de gobernanza:** en 2024, el Oficial de Ética y Cumplimiento y Encargado de Prevención del Delito sostuvo reuniones periódicas con el Directorio y con los diferentes Comités Corporativos para capacitar y explicar

cómo nuevas regulaciones normativas afectaban a la compañía. Dentro de esta normativa, se encuentra la Ley N° 21.595 sobre Delitos Económicos y modificaciones a la Ley sobre Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas; la Ley N° 21.719 de Protección de Datos Personales; la Ley N° 21.663 sobre Ciberseguridad; la Ley N° 21.643 sobre Prevención de Acoso Laboral y Sexual; la Ley 21.561 que reduce la jornada laboral, y el Decreto N° 217 del Ministerio del Interior y Seguridad Pública, que modificó las medidas de control asociadas a precursores de sustancias químicas controladas, entre otras, y cómo estas impactaban en la compañía.

- **Instancias de información y participación de los directores en temas relacionados con la sostenibilidad:** según la Política sobre Sostenibilidad en Empresas SB, las estrategias y los programas en los ámbitos ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) son liderados por la Administración e informados periódicamente al Directorio.
- **Canales para que el Directorio reciba directamente de los stakeholders sugerencias, reclamos y consultas sobre el desempeño y los impactos de la empresa:** según el Procedimiento de Ética y Cumplimiento sobre Denuncias e Investigaciones de Empresas SB, el medio de denuncias y consultas sobre ética y cumplimiento es su Canal de Denuncias, www.eticasb.cl, plataforma que se encuentra disponible para cualquier persona, ya sea interna o externa de la organización.
- **Objetivos de Empresas SB para el año 2025 en materia de Gobierno Corporativo:** mantener la efectividad de los programas de Ética y Cumplimiento y efectuar las mejoras y actualizaciones que sean necesarias para cumplir con su objetivo.



Comités Corporativos



Para el ejercicio especializado de sus funciones, el Directorio de Empresas SB cuenta con el apoyo de cuatro Comités Corporativos. Estos Comités Corporativos tienen como función principal garantizar la aplicación de las prácticas de gobernabilidad y transparencia en sus materias propias, velando por una gestión eficaz y eficiente de los recursos, que garantice independencia y objetividad en las decisiones.

Estos órganos asisten al Directorio en la supervisión, desempeño y riesgos de la compañía. Asimismo, desarrollan estudios y análisis en las materias entregadas al conocimiento del máximo órgano de dirección de la compañía y entregan recomendaciones en materias de su competencia. De igual modo, informan periódicamente al Directorio sobre los temas tratados en cada una de sus sesiones y del cumplimiento de las normas y reglamentaciones que les sean aplicables a la compañía.

Gestión de los Comités Corporativos en 2024

Comité Ejecutivo

Objetivo:

El Comité Ejecutivo apoya al Directorio de Empresas SB en sus funciones de supervisión respecto de la debida agilidad, coherencia e integridad en la ejecución de las estrategias y planes de los negocios de la compañía con su propósito corporativo. Además, revisa las propuestas preparadas por la Administración, previo a ser presentadas al Directorio, y mantiene un seguimiento de las distintas tareas encomendadas a la Administración en estas materias.

Principales temas abordados en 2024

- › Marcha del negocio
- › Resultados de las empresas
- › Iniciativas del negocio
- › Temas de gestión de personas
- › Temas de cumplimiento
- › Definición y seguimiento de la estrategia
- › Otros temas de relevancia

Frecuencia de reuniones:

- › Semanal

Presidente:

- › Luis Enrique Yarur

Integrantes:

- › Carlos Spoerer
- › Patricio Abuhadba
- › Matías Verdugo

Asesorías:

En 2024, no hubo asesorías que le competan a este Comité. De haberlas en el futuro, se presentarán y aprobarán oportunamente.



Comité de Ética y Cumplimiento

Objetivo:

Según sus Estatutos, el Comité de Ética y Cumplimiento tiene por finalidad apoyar en la supervisión de las funciones de ética y cumplimiento del Gobierno Corporativo, dando recomendaciones para la correcta gobernanza y conducta organizacional. El Comité de Ética y Cumplimiento recibe y resuelve las denuncias y consultas de los grupos de interés de la compañía en materias de ética y cumplimiento.

Principales temas abordados en 2024:

- › Denuncias y consultas.
- › Canal de ética y cumplimiento.
- › Aspectos relacionados con ética, cumplimiento y riesgo.

48

Frecuencia de reuniones:

- › Trimestral

Número de sesiones en 2024:

- › 4

Presidente:

- › Carlos Juan Yarur Ready

Integrantes:

- › León Cohén
- › Luis Hernán Paul

Invitados permanentes:

- › Marcelo Concha
- › Roberto Belloni (Vicepresidente Ejecutivo)
- › Alberto Novoa (Secretario)

Comité de Finanzas

Objetivo:

Según sus Estatutos, el Comité de Finanzas tiene la finalidad de apoyar en la supervisión de las funciones de planificación financiera, dando recomendaciones para la correcta ejecución de las políticas vigentes y guiando en la decisión de las estrategias financieras tomadas para orientar el negocio en el cumplimiento de sus metas y objetivos.

Principales temas abordados en 2024

- › Revisión estados de resultados en cada mes.
- › Revisión flujos de caja.
- › Revisión mensual de presupuestos.
- › Revisión constante estado de cuentas de la compañía y filiales.

Frecuencia de reuniones:

- › 1 vez al mes, excepto en febrero.

Número de sesiones en 2024:

- › 11

Presidente:

- › León Cohen

Integrantes:

- › Paulina Yarur
- › Oscar Guillermo Garretón

Invitados permanentes:

- › Matías Verdugo
- › Felipe O'Brien
- › Daniel Di Prima
- › José Saa
- › Diego Ramírez
- › Alberto Novoa (Secretario)

Comité de Auditoría

Objetivo:

Según sus Estatutos, el Comité de Auditoría tiene por finalidad:

- › Asistir al Directorio en la supervisión, independencia y desempeño de la firma de auditoría externa o de otras empresas contratadas para preparar o emitir un informe de auditoría, realizar cualquier otro servicio de auditoría externa o revisión de los estados financieros de la compañía.
- › Asistir al Directorio con la supervisión de la integridad de los estados financieros de la compañía.
- › Asistir al Directorio en la supervisión del desempeño de la función de Contraloría de la compañía.
- › Asistir al Directorio en la supervisión del proceso de gestión de riesgos y control interno de la compañía.
- › Asistir al Directorio con la información del cumplimiento de la compañía con las normas legales y reglamentarias que le son aplicables.

Principales temas abordados en 2024:

- › Supervisión de la independencia y desempeño del auditor externo. El auditor externo fue citado a tres sesiones del Comité, donde fueron presentados y revisados la planificación anual, la Carta de Control Interno y los Estados Financieros. Además, sostuvo una reunión sin presencia de la administración.
- › Supervisión de los Estados Financieros.
- › Supervisión de la función de Contraloría. Revisión del reporte mensual de gestión en las sesiones del Comité.
- › Supervisión del desempeño de gestión de riesgo y control interno, a través de presentaciones semestrales de la Gerencia de Riesgos y otras a solicitud.
- › Asistir con la información del cumplimiento de la compañía en normas legales y reglamentarias que le sean aplicables, a través de la entrega de reportes mensuales en las sesiones desde la Gerencia de Asuntos Legales y Gobierno Corporativo.

Frecuencia de reuniones:

- › Mensual

Número de sesiones en 2024:

- › 11 (salvo en febrero)

Presidente:

- › Heriberto Urzúa

Integrantes:

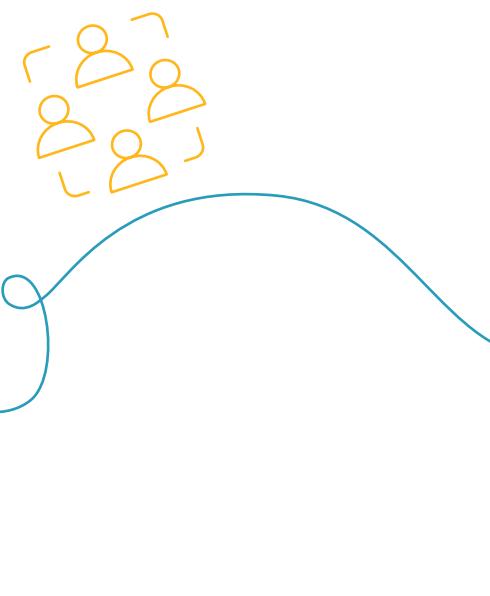
- › Carlos Juan Yarur
- › León Cohen

Invitados Permanentes:

- › Matías Verdugo
- › Felipe O'Brien
- › Marcelo Concha
- › Alberto Novoa (Secretario)

Gastos referidos a asesorías

De acuerdo con sus Estatutos, los Comités Corporativos están autorizados para contratar asesores independientes para llevar a cabo sus funciones. Cada Comité tiene la facultad para aprobar honorarios por dichas asesorías.



Alta Administración

La Alta Administración de Empresas SB está encabezada por su Gerente General, quien tiene la responsabilidad de ejercer todas las funciones que se requieren para la adecuada administración y representación de la compañía, llevando esto a cabo en línea con la normativa legal vigente aplicable y el cuerpo normativo de la organización.

El Gerente General cuenta con un equipo ejecutivo que lo asesora en diferentes materias. Dentro de las funciones de la Alta Administración se encuentran:

- Crear valor sostenible para la compañía, cumpliendo sus deberes fiduciarios y legales.
- Dirigir y supervisar las actividades administrativas, operacionales, financieras, legales y de ética, cumplimiento y riesgo.

Integrantes del Equipo Ejecutivo al cierre de 2024



Matías Verdugo Mira

Gerente General

Ingeniero Civil Industrial

RUT: 13.241.374-6 / 2007



Marcelo Concha Ramírez

Gerente Contralor

Contador Auditor

RUT: 10.920.491-9 / 2018



Pablo Ciglio Ferrer

Gerente General Preunic

Ingeniero Comercial

RUT: 9.475.540-9 / 2012



Carlos González Correa

Gerente Personas

Administrador de Empresas

RUT: 10.156.799-0 / 2000



Alfred Haindl Ramírez

**Gerente
Marcas Propias**

Contador Público y Auditor

RUT: 10.024.389-k / 2007



Alberto Novoa Pacheco

**Gerente Asuntos Legales y
Gobierno Corporativo**

Abogado

RUT: 11.625.474-3 / 2006



Mauricio Caviglia Fuentes

**Gerente General
Salcobrand**

Ingeniero Comercial

RUT: 8.878.950-4 / 2017



Paul Corthorn Polloni

**Gerente General
Inmobiliaria SB**

Ingeniero Comercial

RUT: 10.509.624-0 / 2008



Felipe O'Brien Solar

**Gerente Administración y
Finanzas**

Ingeniero Comercial

RUT: 10.678.748-4 / 2023



Marco Rodríguez Montero

**Gerente
Tecnología**

Ingeniero Civil Informática

RUT: 13.310.026-1 / 2024

Nota: Las fechas corresponden a los años de ingreso a la compañía.

Diversidad en el Equipo Ejecutivo

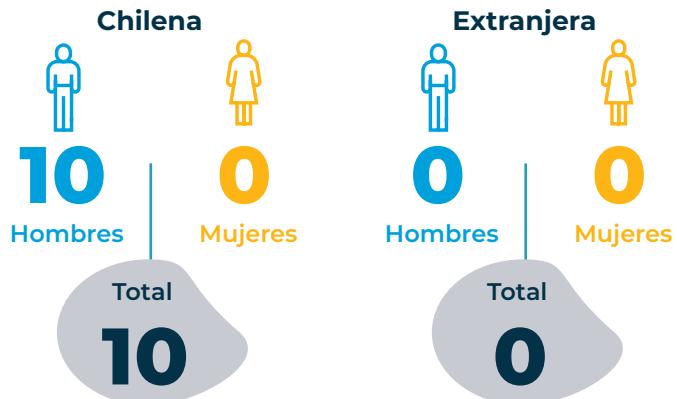
Ejecutivos por género



Ejecutivos por rango de edad



Ejecutivos por nacionalidad



(*) Cero personas con discapacidad en el Equipo Ejecutivo de Empresas SB



ÉTICA, CUMPLIMIENTO Y RIESGOS



Sistema de Gestión de Ética y Cumplimiento
Sistema de Gestión Integrada de Riesgos
Gerencia de Contraloría

EMPRESAS SB

Ética, Cumplimiento y Riesgos

Empresas SB dispone de un Sistema de Gestión de Ética y Cumplimiento que está basado con la Gestión Integrada de Riesgos, siendo convergentes con la estrategia y la cultura corporativa como factor relevante en la naturaleza de sus operaciones.

1. Sistema de Gestión de Ética y Cumplimiento

54

El principal objetivo del Sistema de Gestión de Ética y Cumplimiento es asegurar la adherencia a la ley mediante el Cuerpo Normativo de la compañía. Sus principales funciones son:

- Velar por el cumplimiento de la normativa legal vigente que impacta a Empresas SB y su Cuerpo Normativo.
- Realizar las investigaciones derivadas de las infracciones al Código de Ética y Cumplimiento.
- Implementar y gestionar el Canal de Denuncias de Empresas SB.
- Reportar periódicamente, en lo pertinente, a los Comités de Ética y Cumplimiento y de Auditoría, y a través de ellos, al Directorio.

En el contexto de estas funciones, en 2024, el Sistema de Gestión de Ética y Cumplimiento impulsó las siguientes acciones:

- Se actualizó el Programa de Ética y Cumplimiento de la compañía para adecuarlo a la nueva Ley N° 21.595 sobre Delitos Económicos. En torno a estas materias se realizaron seminarios web y charlas. De igual modo, para dar a conocer esta nueva normativa a los distintos segmentos gerenciales, se efectuaron reuniones con

todos los gerentes de primer, segundo y tercer reporte. Por último, la compañía actualizó todas sus matrices de riesgos para alinearlas a esta nueva Ley.

- La Gerencia de Asuntos Legales y Gobierno Corporativo llevó a cabo su campaña de difusión permanente de los canales de denuncia para colaboradores y otros grupos de interés, con el objeto que estos puedan informar sobre eventuales transgresiones al Código de Ética y al Modelo de Prevención del Delito.
- En el ámbito de la formación en materias de cumplimiento, se efectuaron capacitaciones en Libre Competencia y webinars respecto de la Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas, así como en Cumplimiento Sanitario.

Denuncias registradas en 2024

Ítem

2024

Número de denuncias por incumplimiento ético y normativo recibidas en el año a través de los canales de denuncias de ESB

Denuncias por incumplimiento ético y normativo que fueron resueltas antes de terminar el año

Personas que fueron capacitadas o sensibilizadas respecto del uso de los canales de denuncias

263

167

2.238

Empresas SB

Capacitación en Libre Competencia

Cargos	Hombres	Mujeres	Total 2024
Alta Gerencia	1	-	1
Gerencia	3	2	5
Jefatura	101	118	219
Fuerza de venta	418	994	1.412
Administrativo	7	20	27
Otros técnicos	13	3	16
Otros profesionales	54	64	118
TOTAL	597	1.201	1.798

Participación en curso sobre Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas (Ley 20.393)

Cargos	Hombres	Mujeres	Total 2024
Alta Gerencia	1	-	1
Gerencia	3	1	4
Jefatura	108	126	234
Fuerza de venta	415	970	1.385
Administrativo	7	19	26
Otros técnicos	9	3	12
Otros profesionales	56	65	121
TOTAL	599	1.184	1.783



Principales cursos de capacitación en cumplimiento normativo desarrollados en 2024

	Nombre del Curso	Descripción	Alcance (Nº de personas)
56	Buenas Prácticas de Dispensación	Realizar la correcta dispensación de medicamentos prescritos por profesionales habilitados para asegurar un uso racional de medicamentos.	3.216
	Dispensación de Recetas Electrónicas Recemed	Realizar la dispensación de recetas electrónicas emitidas por la plataforma RECEMED a través de la POS en locales Salcobrand.	1.159
	Dispensación de Recetas Electrónicas Minsal	Aplicar el procedimiento de dispensación de recetas electrónicas MINSAL de acuerdo a la normativa vigente para una óptima atención de nuestros clientes Salcobrand.	1.084
	Manejo de Productos Sujetos a Control Legal	Reconocer las responsabilidades del rol de Director Técnico en lo que respecta al manejo de productos sujetos a control legal, para garantizar su uso racional, contribuyendo al bienestar de nuestros clientes-pacientes.	1.063
	Fraccionamiento de Medicamentos	Comprender el proceso de fraccionamiento de medicamentos, sus etapas y responsabilidades.	162
	Comercio Electrónico de Medicamentos	Aplicar la normativa vigente en el proceso de venta electrónica de medicamentos.	128
	Manejo Sustancias Peligrosas	Comprender las medidas preventivas en el manejo de sustancias peligrosas de acuerdo a la normativa vigente, para resguardar la integridad física de los colaboradores de ESB.	1.664
	Norma Técnica 147: Buenas Prácticas de Almacenamiento Y Distribución	Comprender la importancia de aplicar buenas prácticas en los procesos de almacenamiento y distribución de productos farmacéuticos, para garantizar su calidad, seguridad y eficacia.	296
	Norma Técnica 208: Almacenamiento y Transporte de Medicamentos Refrigerados y Congelados	Hacer uso de las medidas que garanticen la seguridad de los productos farmacéuticos que requieren cadena de frío según lo establecido en la Norma Técnica 208.	134

2. Sistema de Gestión Integrada de Riesgos

La estrategia de Gestión Integrada de Riesgos de Empresas SB tiene como principal objetivo identificar, evaluar, responder, controlar, comunicar y monitorear de manera sistemática los riesgos que pueden impactar el cumplimiento de sus objetivos estratégicos y a su vez crear valor sostenible en la compañía.

Con el objetivo de administrar de manera eficaz estas amenazas, el Sistema de Gestión Integrada de Riesgos otorga directrices generales para gestionar los riesgos estratégicos y operacionales de la organización, de acuerdo con su clasificación por categoría.

Este sistema se desarrolla sobre la base de un modelo de cuatro líneas de defensa, que se estructura de la siguiente forma:

- **Primera Línea de Defensa:** la conforman los dueños de procesos, quienes son los encargados de ejecutar el Proceso de Gestión de Riesgos, identificando, evaluando, respondiendo, controlando, comunicando y monitoreando los riesgos en los procesos bajo su responsabilidad. Estas funciones se relacionan con las actividades que involucran a clientes, proveedores, productos y servicios.
- **Segunda Línea de Defensa:** la conforman aquellos que apoyan a la Primera Línea en sus materias específicas. Está constituida por las áreas de Control Financiero, Control de Gestión, Sostenibilidad, Gestión de Ética y Cumplimiento, y Gestión Integrada de Riesgos.
- **Tercera Línea de Defensa:** corresponde a la revisión independiente a la Administración, con el objeto de asegurar la independencia del modelo. Este rol lo ejecuta la Gerencia de Contraloría.
- **Cuarta Línea de Defensa:** corresponde al control externo a la Compañía, efectuado a través de auditores externos y los entes reguladores.

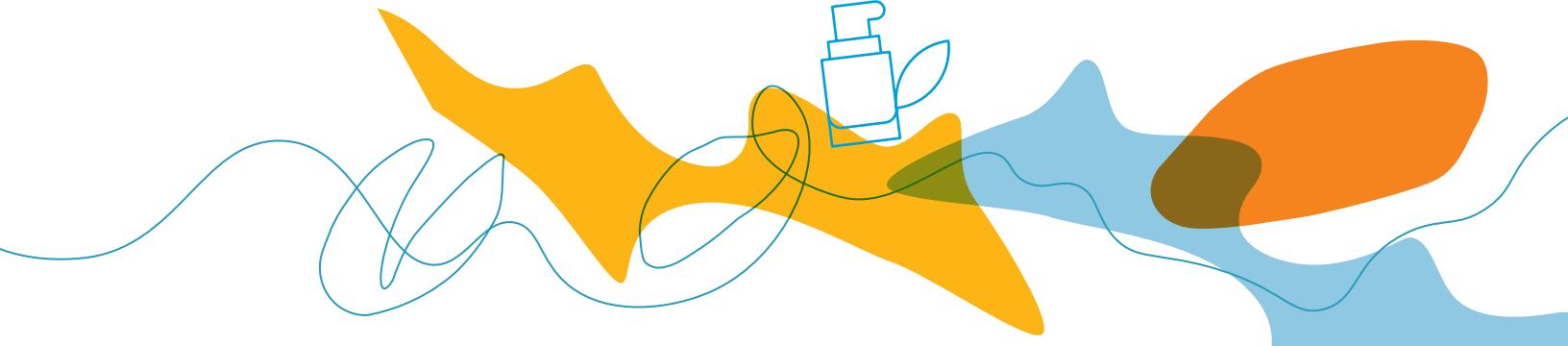
En este marco, las principales responsabilidades del Sistema de Gestión Integrada de Riesgos de la compañía son:

- Implementación y seguimiento del modelo de cuatro líneas de defensa.
- Capacitación a los colaboradores en materia de gestión de riesgos.
- Elaboración de una base única de riesgos, que incluye los riesgos estratégicos y los riesgos operacionales.

Riesgos Estratégicos de Empresas SB:

57

- Cambio en la conducta y hábitos en los clientes
- Cambio en el mercado y actuar de la industria
- Inestabilidad económica
- Inestabilidad política
- Cambio en la normativa
- Dependencia de concentradores de salud
- Brecha de seguridad de la información
- Protección de Datos Personales
- Indisponibilidad de sistemas tecnológicos
- Ciberseguridad
- Obsolescencia tecnológica
- Dependencia de personal clave
- Falta de liquidez
- Protección de activos
- Accidentes laborales
- Incumplimiento normativo
- Daño infraestructura
- Huelgas y paralizaciones



Gestión de los riesgos ambientales, sociales y de gobernanza (ASG)

En Empresas SB, hasta el año 2023, el cumplimiento de la Ley REP (Responsabilidad Extendida del Productor) era parte de los riesgos estratégicos. No obstante, en 2024, este ámbito de gestión fue implementado y puesto en operación, por lo que sus requisitos son abordados como riesgos operacionales. En términos generales, la gestión de los riesgos ambientales se enfoca sólo en aquellos aplicables a la actividad de la compañía, con especial énfasis en residuos, consumo energético y emisiones.

En cuanto a los riesgos asociados al cambio climático, su gestión se aborda principalmente a través de las categorías de cambio normativo, incumplimiento regulatorio y continuidad operacional ante eventos climáticos. De cara al año 2025, el principal desafío es identificar los procesos de la compañía que son susceptibles a riesgos físicos y de transición, con el objetivo de fortalecer su resiliencia y asegurar la sostenibilidad operativa.

En los ámbitos ambiental, social y de gobernanza, Empresas SB cuenta con Controles Directivos que abordan los riesgos relacionados con estas dimensiones, y los roles y responsabilidades asociados a su gestión. Algunos de estos controles son:

- Política sobre Gestión Integrada de Riesgos de Empresas SB.
- Política sobre Gestión de Ética y Cumplimiento de Empresas SB.
- Política sobre Gestión Sanitaria de Empresas SB.
- Política sobre Gestión de Medio Ambiente de Empresas SB.
- Política sobre Derechos Humanos de Empresas SB.
- Política sobre Gestión de Proveedores de Empresas SB.
- Política sobre Gobierno Corporativo de Empresas SB.
- Política sobre Gestión en la Protección, Tratamiento y Privacidad de Datos en Empresas SB.
- Política sobre Inclusión y Diversidad de Empresas SB.
- Política sobre Gestión de Personas de Empresas SB.
- Política sobre Sostenibilidad de Empresas SB.
- Política sobre Gobierno Integrado de Datos de Empresas SB.

¿Cómo detecta Empresas SB sus riesgos y de qué manera determina los más significativos?

La identificación de riesgos se efectúa a través de estudios del medio (PESTEL); reuniones de análisis con directores, ejecutivos principales y dueños de procesos de primer nivel, y considerando los cambios legislativos.

Rol del Directorio y la alta gerencia en la detección, evaluación, gestión y monitoreo de los riesgos

El Directorio aprueba el apetito al riesgo y los riesgos estratégicos anualmente. A su vez, semestralmente, el Directorio se informa sobre la gestión de riesgos a través de los Comités Corporativos, y cada 3 meses respecto de la gestión de los riesgos que fueron evaluados como críticos y altos.

Capacitación en riesgos

Empresas SB cuenta con un Programa de Divulgación de Información sobre su Cuerpo Normativo, que aborda sus políticas, procedimientos y especificaciones técnicas, entre otros marcos internos, y de Gestión de Riesgos. Además, lleva a cabo capacitaciones a los dueños de los procesos y a quienes sean designados, con el objeto de explicar la Gestión de Riesgos Operacionales y/o Estratégicos, lo que permite el desarrollo oportuno de las matrices de riesgos correspondientes. Todo lo anterior bajo un enfoque de asesoría y supervisión.

En ese contexto, durante el año 2024 se llevaron a cabo 244 capacitaciones, en las que participaron 265 colaboradores. Asimismo, se enviaron 9 comunicaciones a un total de 218 colaboradores del grado Gerentes R1, R2 y R3.

Riesgos específicos de Empresas SB

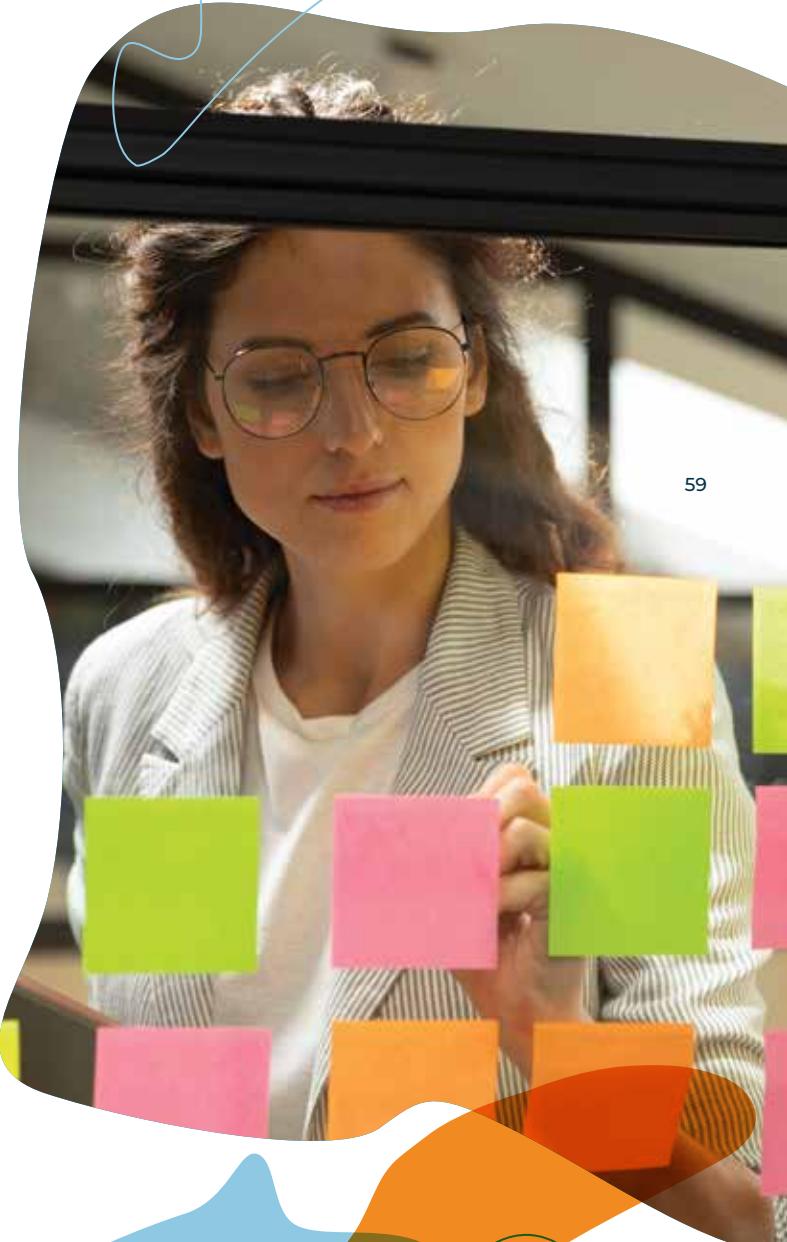
→ En Libre Competencia

Incurrir en acuerdos o prácticas concertadas contrarias al Art. 3º a) del Decreto Ley N° 211:

- › Participación en asociaciones gremiales u otras instancias de encuentro y colaboración entre competidores.
- › Negociaciones de precios y condiciones comerciales con laboratorios.
- › Relaciones comerciales con clientes que constituyen a la vez competidores en otros segmentos.
- › Participación y gestión de marketplaces.
- › Participación en licitaciones públicas o privadas (riesgo existente también como víctima).

Incurrir en conductas de intercambio de información comercialmente sensible:

- › Negociaciones de precios y condiciones comerciales con laboratorios.
- › Relaciones comerciales con clientes que constituyen a la vez competidores en otros segmentos.
- › Adquisición y estudio de informes de market research.
- › Participación y gestión de marketplaces.
- › Contratos de depósito de productos en el centro de distribución.
- › Incurrir en conductas de abuso de posición dominante.
- › Acuerdos de exclusividad en relación con proveedores y laboratorios.
- › Descuentos que generen exclusividades o desincentiven la competencia de cara a otros competidores.
- › Relaciones comerciales con proveedores o clientes que dependan exclusiva o preminentemente de alguna de las empresas del grupo.
- › Ser víctimas de un caso de fijación de precios de reventa por parte de laboratorios o proveedores.



- Incurrir en incumplimientos a la normativa de fusiones:
- › No notificar operaciones de concentración que debían notificarse en procesos de adquisición de otras empresas o activos.
 - › No notificar adquisiciones de participaciones minoritarias en competidores.
 - › Incurrir en casos de Interlocking, de acuerdo con la última jurisprudencia en la materia.

→ **En Seguridad de la Información y Privacidad de Datos**

Empresas SB, como parte de su estrategia corporativa de Seguridad de la Información y Protección de Datos, ha implementado 5 programas de gestión destinados a identificar y mitigar riesgos en las siguientes temáticas: Gestión de Vulnerabilidades y Amenazas, Fortalecimiento de Gobernanza Corporativa, Tratamiento y Protección de Datos, Continuidad de Negocios, Concienciación y Cultura de Ciber Riesgos. Los hallazgos y actividades gestionados por estos programas se reportan mensualmente al Comité de Seguridad de la Información y se traducen en la solicitud a las áreas técnicas responsables para que desarrollen los respectivos planes de mitigación.

Adicionalmente, la Gobernanza Corporativa comprende Políticas de Gestión de Seguridad de la Información, Ciberseguridad y Protección de Datos que se encuentran alineadas con el Sistema de Gestión Integral de Riesgos, en lo que se refiere a la identificación, evaluación y mitigación de los mismos. Paralelamente, se han elaborado 8 procedimientos destinados a fortalecer el control interno en el tratamiento, privacidad y gestión de los datos personales.

Los principales riesgos en los cuales nos enfocamos en esta materia son:

- › Riesgos de exfiltración de datos personales y sensibles de clientes y colaboradores.
- › Riesgos de accesos no autorizados a sistemas y bases de datos de Empresas SB.
- › Riesgos de ciberseguridad por ataques externos, ingeniería social y explotación de vulnerabilidades que afecten la infraestructura tecnológica de Empresas SB.
- › Riesgos reputacionales y legales asociados a información personal y sensible de clientes y colaboradores de Empresas SB expuesta en Internet o la Darkweb.
- › Riesgos de continuidad de negocio, por eventos disruptivos que afecten a procesos críticos de la organización.

→ **En salud y seguridad de los consumidores**

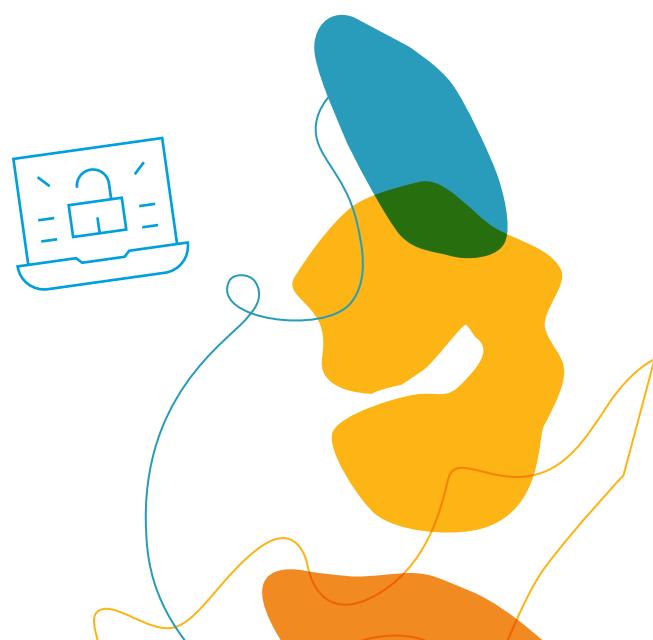
Empresas SB, en su rol como proveedor de productos y servicios vinculados a la salud, belleza y bienestar de las personas, enfrenta diversos riesgos en materia de salud y seguridad de los consumidores. Entre los principales se encuentran:

- › Riesgos sanitarios por dispensación errónea de medicamentos, que pueden comprometer la salud de nuestros clientes.
- › Comercialización de productos alterados, contaminados, adulterados o falsificados, que representan una amenaza directa para la salud pública.
- › Riesgos asociados a productos de marca propia, tales como errores en etiquetado, deficiencias en calidad o incumplimiento normativo.
- › Fallas en la información entregada al consumidor, ya sea en el punto de venta o en plataformas digitales, que podrían inducir a un uso incorrecto de los productos.
- › Interrupciones en la cadena de suministro, que podrían afectar la disponibilidad oportuna de productos críticos para el tratamiento de pacientes.

Para mitigar estos riesgos, la compañía ha establecido un conjunto de controles y procedimientos específicos, dentro de los cuales se incluyen:

- › Controles Directivos, que orientan la operación segura en farmacias y las demás unidades de negocio que comprenden aspectos sanitarios en sus procesos.
- › El Procedimiento de Ética y Cumplimiento sobre Buenas Prácticas de Dispensación.
- › El Procedimiento de Salcobrand Operación Farmacéutica e Información, que regula la recepción, almacenamiento, dispensación y entrega de productos farmacéuticos.
- › Las medidas de control implementadas por Drogería SB, en cumplimiento de la Norma Técnica N°147 sobre Buenas Prácticas de Almacenamiento y Distribución, que aseguran la calidad e integridad de los productos durante toda la cadena logística.
- › Evaluaciones normativas a productos de marcas propias y monitoreos a proveedores.

Complementariamente, se ha fortalecido la cultura de integridad a través de capacitaciones técnicas y listas de verificación en locales. Estas acciones están alineadas con el Sistema de Gestión Sanitaria y Ambiental y el Modelo de Gestión Integrada de Riesgos (GIR) de Empresas SB.



Gerencia Contraloría

La función de la Gerencia de Contraloría de Empresas SB consiste en entregar una opinión independiente y objetiva sobre la calidad y eficiencia de los principales sistemas de control corporativos y de su información, con la finalidad de validar el cumplimiento de normas internas, políticas y procedimientos vigentes, y de aquellas normas legales y reglamentarias que les sean aplicables a la compañía. En este contexto, el principal foco de esta área es identificar los riesgos presentes y potenciales que puedan existir, y acordar con los ejecutivos responsables la ejecución de planes para la mitigación de dichos riesgos.

La Gerencia de Contraloría reporta al Comité Corporativo de Auditoría los informes y presentaciones de los procesos revisados, junto con los planes y medidas comprometidos por la Administración para asegurar su monitoreo y resolución oportuna; riesgos relevantes o de mayor importancia observados; el estado de avance de la planificación y otras informaciones propias de su gestión.

Al cierre de 2024, la Gerencia de Contraloría estaba conformada por 13 profesionales y opera con una metodología alineada con el IIA Global (Institute of Internal Auditors).

Gestión anual

Como parte de una gestión anual que le permitió cumplir con todos los objetivos trazados para el período, los principales focos de acción de la Gerencia de Contraloría en 2024 se centraron en:

- Cumplimiento Normativo
- Seguridad de la información y Ciberseguridad
- Continuidad Operacional
- Eficiencia Operacional y Control de Gastos y Pérdidas
- Fraudes y Errores

En un nivel más específico, algunas de las prioridades del área durante el último año fueron:

- **Programa de Libre Competencia:** se verificó mensualmente el cumplimiento de la Política de Precios, a través de una revisión permanente del cumplimiento de los lineamientos establecidos. Además, se efectuó una revisión de seguimiento sobre los procesos de capacitación de la empresa sobre estas materias, auditoría que tuvo un resultado satisfactorio.

- **En materia de auditorías a los procesos de manejo de medicamentos o a los relacionados con el cumplimiento ambiental:** se realizaron revisiones permanentes en locales y tiendas y distintos centros de distribución, con un enfoque de cumplimiento sanitario y ambiental.
- **En ciberseguridad y seguridad de la información:** se efectuaron iniciativas específicas de revisión para la Gestión de Vulnerabilidades de Sistemas y el Monitoreo de Control de Accesos y Proceso de ABM de Cuentas de Sistemas, Intercambio de Información con Relacionadas, Ciberseguridad bajo marco NIST (EDBS) y, en proceso de cierre, Seguridad de la Información y Ciberseguridad ESB (ISO 27.000 y Controles CIS). También se abordaron el Proceso de Seguimiento de Observaciones Permanente de Compromisos y los planes de acción de revisiones de años anteriores en Seguridad y Ciberseguridad Empresas SB y Filiales.
- **En compromisos ASG:** se hizo seguimiento permanente a las observaciones de auditoría realizadas en las revisiones Diagnóstico ESG ESB y Cumplimiento de Política Gestión de Personas ESB efectuadas en 2023.
- **Plan Estratégico de Contraloría:** desde fines de 2024, la Gerencia de Contraloría comenzó a ejecutar un nuevo Plan Estratégico para el período 2025-2028, el que se basa en cuatro pilares: Talento, Metodología, Función Propia de la Contraloría y Uso de Tecnología.

El Plan contempla, entre otros aspectos, la digitalización y el uso de inteligencia artificial (IA) en los procesos del área.

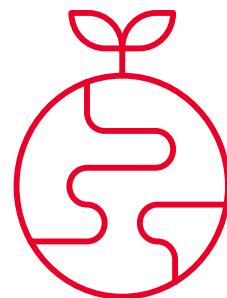
En 2024, se comenzaron a utilizar herramientas de IA de Microsoft para agilizar la planificación y los programas de trabajo.

Además, se incorporaron ingenieros en sistemas con capacidades digitales para acelerar la automatización y robotización de procesos y rutinas de trabajo, como, por ejemplo, la verificación de la Política de Precios y otros indicadores.





ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD



**Estrategia de Negocios Sostenible
Gobernanza de la Sostenibilidad
Aporte de Empresas SB a los ODS
Política de Derechos Humanos
Comunicación con los Grupos de Interés
Membresías**

EMPRESAS SB

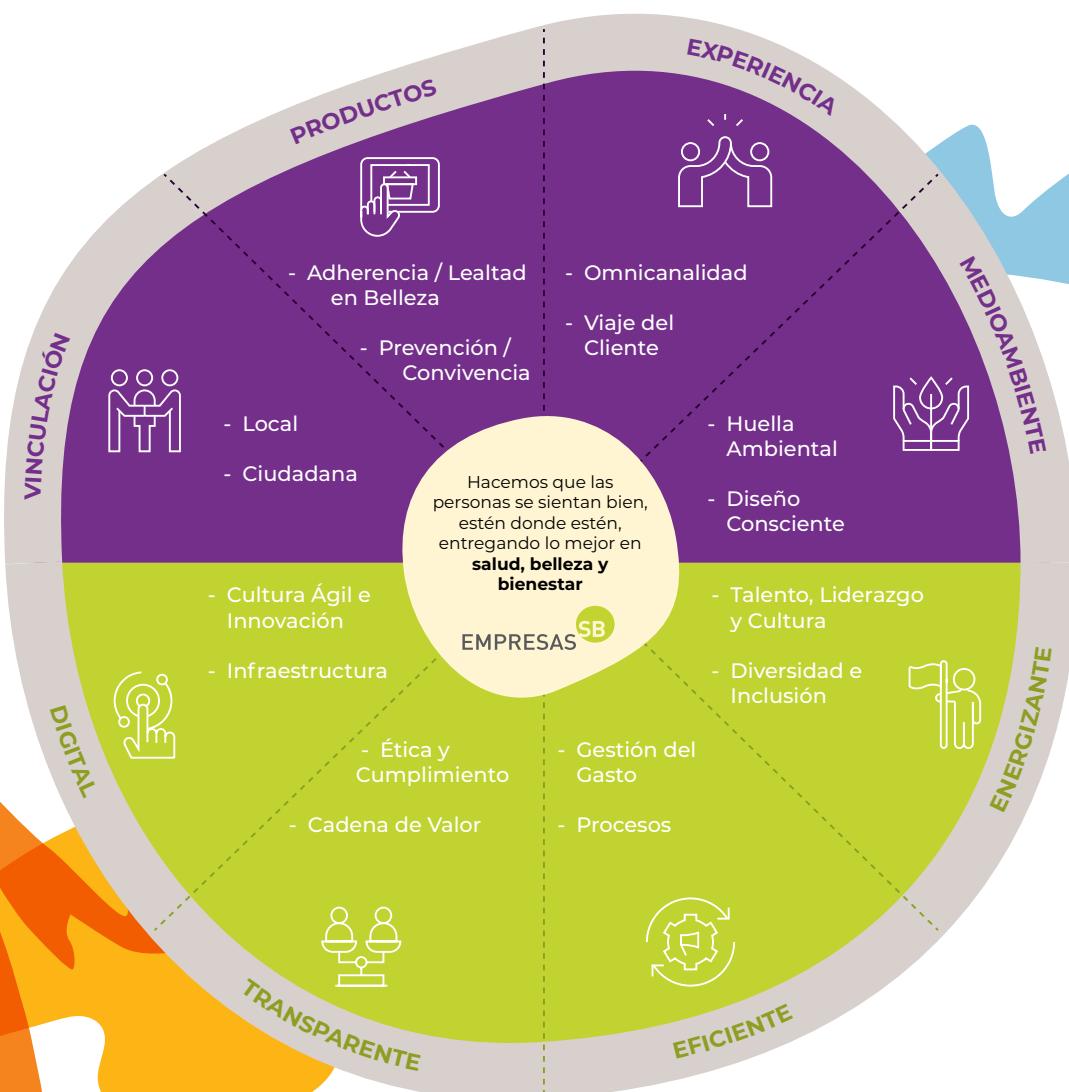
Estrategia de Negocios Sostenible

En Empresas SB, desarrollamos nuestra actividad con una mirada de largo plazo, que integra la gestión de los impactos en el entorno en la estrategia corporativa y en los procesos de toma de decisiones.

Este enfoque lo promovemos en el marco de nuestra Estrategia de Negocios Sostenible 2022-2025, un conjunto de lineamientos que definimos para la gestión de los ámbitos ambiental, social y de gobernanza de nuestro negocio y a través del cual articulamos la contribución de Empresas SB al desarrollo sostenible.

Elaborada en torno a la visión de sostenibilidad de Empresas SB, esta Estrategia de Negocios Sostenible se estructura sobre cuatro pilares de acción prioritarios (Vinculación, Productos, Experiencia y Medio Ambiente) y establece los principios o palancas sobre los que se deben elaborar todos los programas e iniciativas que se desarrollen bajo estas verticales (Digital, Transparente, Eficiente y Energizante).

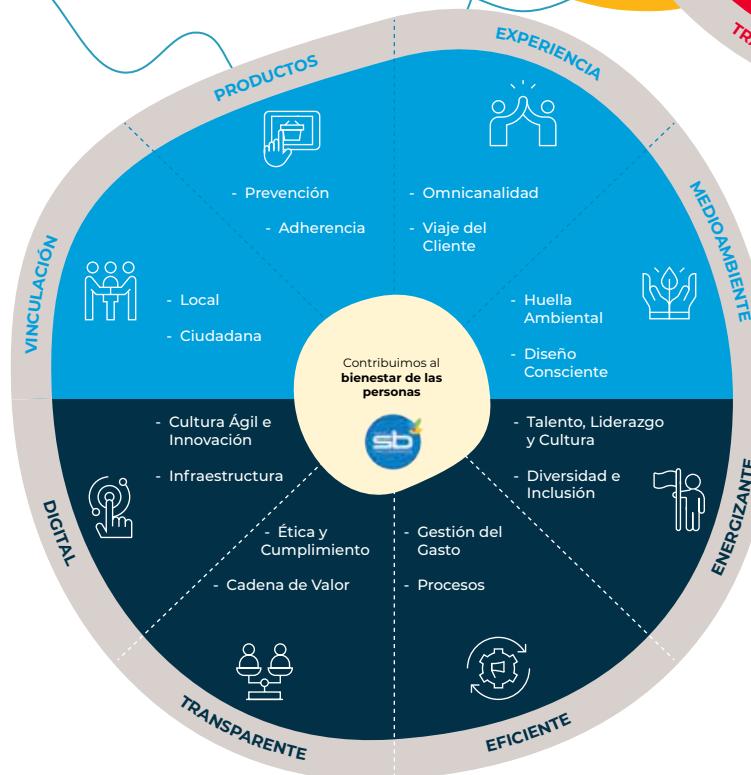
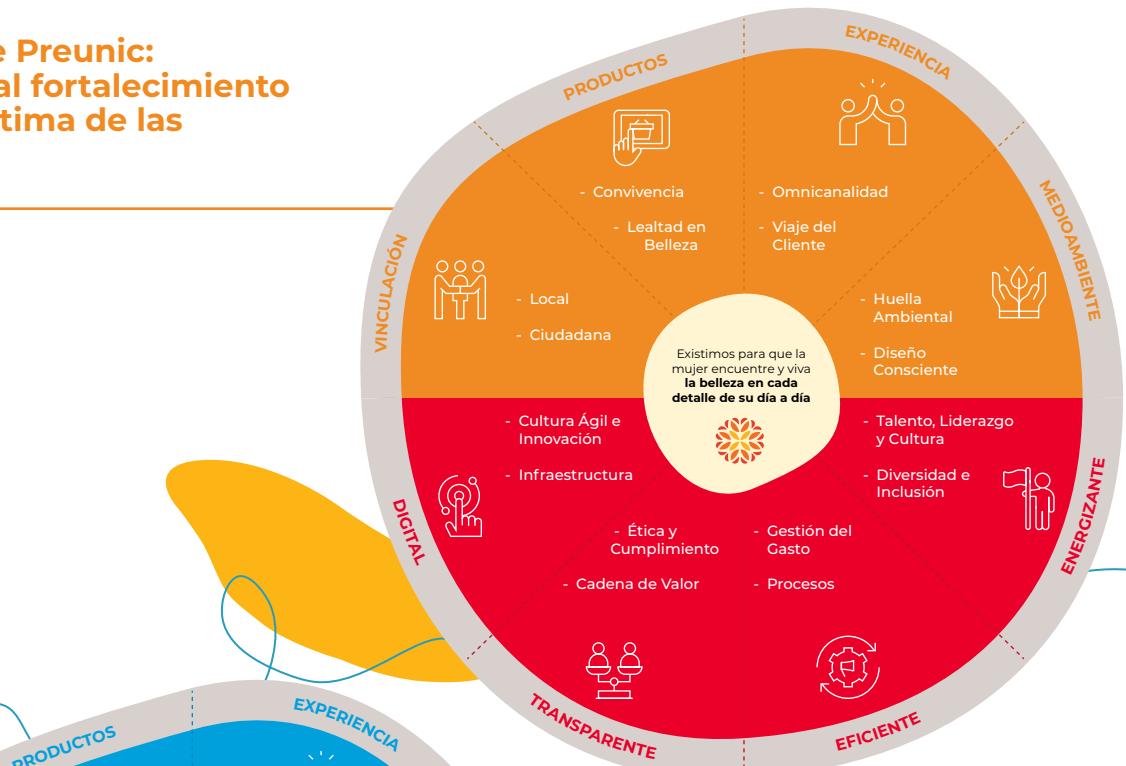
64



Bajadas por filial

Considerando que nuestras dos principales filiales, Salcobrand y Preunic, han definido sus respectivos roles sociales, en Empresas SB también diseñamos bajadas específicas de nuestra Estrategia ASG para cada una de estas cadenas, con el objetivo de fortalecer y visibilizar su huella positiva en el entorno.

Rol social de Preunic: Aportamos al fortalecimiento de la autoestima de las personas.



Rol social de Salcobrand:
Mejoramos la salud de
la población a través de
programas que favorecen la
adherencia a los tratamientos.

Gobernanza de la Sostenibilidad

Con el objetivo de liderar, acompañar y monitorear el diseño y ejecución de las iniciativas impulsadas al alero de nuestra Estrategia ASG, en 2022, en Empresas SB, configuramos un gobierno para los temas ambientales, sociales y de gobernanza que se asocian a nuestra actividad. Esta estructura está conformada por los siguientes órganos:

→ **Comité de Sostenibilidad:** tiene carácter ejecutivo, se reúne cada dos meses y está integrado por ocho altos ejecutivos: el gerente general de Empresas SB, el gerente general de Salcobrand, el gerente general de Preunic, el gerente de Administración y Finanzas, el

gerente de Personas, el gerente de Asuntos Legales y Gobierno Corporativo, la gerenta de Sostenibilidad y Comunicaciones, y la jefa de Sostenibilidad. En 2024, este órgano sesionó 4 veces.

- **Mesa de Sostenibilidad de Empresas SB:** está integrada por 4 participantes. Durante el último año, se reunió en 9 ocasiones.
- **Mesa de Sostenibilidad de Salcobrand:** la componen 4 personas. Sesiónó en 2024 en 9 oportunidades.
- **Mesa de Sostenibilidad de Preunic:** la conforman 2 ejecutivas. Durante 2024, efectuó 9 sesiones.

66

Plan de Acción de Sostenibilidad

En los últimos tres años, el principal foco de atención de estos órganos de gobernanza ha estado en el seguimiento de los 18 proyectos que definimos como parte de nuestro Plan de Acción en Sostenibilidad.

Este programa fue elaborado para el período 2022-2025 y comprende tanto acciones transversales a la organización como iniciativas asociadas a las actividades específicas de Preunic y Salcobrand.

Al cierre de 2024, nueve de estos proyectos ya se habían incorporado a la dinámica normal de la compañía. En tanto, otros once continúan en ejecución, con distintos niveles de avance. Estos son:

- “Experiencia del Colaborador es la Experiencia del Cliente”.
- “Colaborador es parte de la Comunidad”.
- “Finanzas Sostenibles”.
- “Plataforma de Monitoreo Gestión Ambiental”.
- “Impacto Social de Mi Salcobrand”.
- “Tu Mejor Beneficio”.
- “Precio de los Productos”.

- “Productos Sostenibles SB”
- “Recuperación de Residuos desde Locales SB”.
- “Reducción de Residuos CD Salcobrand”.
- “APL Preunic (Reducción de Embalaje en el Comercio Electrónico)”.

En estos casos, el seguimiento se siguió realizando a través de las correspondientes mesas mensuales de sostenibilidad. Los restantes proyectos que formaban parte de la planificación original dejaron de desarrollarse.





Proyectos de sostenibilidad integrados a la gestión de la organización

Nombre	Objetivos	Impacto, resultados o avances
Somos nuevos en el barrio	Fortalecer el rol de Salcobrand y Preunic en las comunidades en las que se abren nuevos locales, para aportar valor compartido al entorno y las propias filiales.	Convenio con la Municipalidad de Puchuncaví para realizar talleres presenciales y online a las mujeres que participan en el programa "Jefas de hogar" que promueve esta corporación.
CD Salcobrand Abre sus Puertas	Convertir las dependencias del Centro de Distribución en un espacio educativo que contribuya a la formación de los futuros talentos y nos permita estrechar nuestras relaciones con el entorno.	Desarrollamos iniciativas conjuntas con el liceo técnico Vate Vicente Huidobro. Además, extendimos el programa a alumnos de otros liceos dependientes de la Fundación Nacional del Comercio para la Educación (Comedec) y la Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA). 67
Cuidadores Salcobrand	Entregar bienestar y salud a personas mayores y a sus cuidadores mediante una asesoría preferencial de nuestros químicos farmacéuticos en los locales de venta, prioridad de atención en el Call Center y un servicio de alerta de emergencias en el hogar.	80 mil adultos mayores vulnerables que atiende la Fundación Conecta Mayor (FCM) puedan tener una atención prioritaria en las farmacias Salcobrand y acceder a nuestra asesoría farmacéutica mediante teléfono, videollamada o chat, a través de la "APP Mayor". En 2024, esta aplicación registró 100.000 descargas.
Centro de Bienestar 2.0	A través del Centro de Bienestar, Salcobrand ofrece a toda la comunidad cursos gratuitos sobre salud y bienestar, tanto en modalidad presencial como online.	En 2024, el número de personas capacitadas en el Centro de Bienestar ascendió a 3.083. En total, a través de este espacio se dictaron en el año 157 talleres, los que sumaron 347 horas formativas.



Instituto de Belleza 2.0

El Instituto de Belleza fue creado por Preunic en 2010 para entregar capacitaciones gratuitas y de calidad a las mujeres, en materias como maquillaje y coloración, para mejorar su calidad de vida, expectativas laborales y autoestima.

En 2024, capacitó a 8.712 personas en los 222 cursos que efectuó en el año.

Somos Marcas Propias

Busca disminuir el plástico y promover el uso de materiales más amigables con el medio ambiente en los productos de marcas propias.

Superamos nuestra meta de reducir 2,65 toneladas de residuos plásticos. Además, presentamos la línea VitaminLife Free en la inauguración del local Salcobrand ubicado en el Mercado Urbano Tobalaba (MUT)

Productos Sostenibles PU

Tiene como objetivo principal destacar productos que cumplan con criterios de sostenibilidad. En una primera fase puso foco en los productos certificados por la Fundación Te Protejo, que están libres de testeo animal.

- › 5.351 productos Cruelty Free identificados.
- › 100% productos cargados al sistema.
- › Más de 600.000 flejes impresos.
- › 100% tiendas implementadas.
- › Comunicación a medios.
- › 33,4% de la venta de PU durante el segundo cuatrimestre de 2024 correspondió a productos libres de testeo animal.

Autoestima Preunic

Implementar acciones que permitan potenciar la autoestima de nuestros clientes en la atención presencial.

- › Colaboración con Fundación Soymás.
- › Protocolo de Atención: creación de nuevo protocolo de atención para nuestro proceso de compra y capacitación permanente en tiendas y de nuevos colaboradores para reforzamiento del protocolo de atención.
- › Incorporación de nueva pregunta de Satisfacción en encuesta de NPS: “¿Te sentiste escuchada y comprendida?”.
- › Incorporación de elementos gráficos en las nuevas aperturas.
- › Incorporación de elementos en tienda (espejos): en las tiendas Preunic que se aperturen / remodelen, se incorporan espejos iluminados para potenciar la autoestima de nuestros clientes.

Gestión de Residuos Preunic

Implementar un modelo de gestión integral de residuos en la empresa, centralizando la recolección de envases y embalajes desde las tiendas hacia el centro de distribución. Esto permitió el cumplimiento normativo bajo la Ley REP (20.920).

- › Alcance del 80% de las tiendas Preunic en el proyecto de gestión de residuos.
- › Implementación de puntos de reciclaje.
- › Firma de Grenn JBP con L'Oréal.
- › Reciclaje de 280,3 toneladas de residuos.
- › Donación 249 kilos de papel.
- › Recuperación de 2.130 kilos de vidrio del proceso de mermas.
- › Sensibilización en temas ambientales.
- › Ingresos por reciclaje de \$6.933.900.



Nuevos proyectos

En 2024, se integraron formalmente a nuestras mesas de trabajo los siguientes proyectos:

→ **Preunic:**

Acuerdo de Producción Limpia (APL) sobre el embalaje en el comercio electrónico impulsado por la Cámara de Comercio de Santiago: este APL busca reducir el embalaje en el comercio electrónico. Para su diseño, se creó una instancia de trabajo conjunta entre la CCS y las empresas participantes.

→ **Empresas SB**

Proyecto Finanzas Sostenibles: Empresas SB firmó un convenio con la empresa de factory BTTrust, para entregar condiciones más favorables a las pymes que son proveedoras de la compañía. Esta alianza permitirá a las empresas externas acceder a una tasa de financiamiento preferencial de entre 0,5% y 0,95% y adelantar el pago de las facturas con comisiones más justas, independientemente del tamaño que tengan o su nivel de facturación.

→ **Gestión de residuos en Centro de Distribución Salcobrand**

En 2024, comenzamos a desarrollar un modelo de gestión integral de residuos en el Centro de Distribución de Salcobrand. El primer paso de este proyecto consistió en la habilitación de un sistema de segregación que consideró la instalación de jaulas para cartón y contenedores por tipo de residuos en cada área de este recinto. Para el manejo del cartón, además, se elaboró un instructivo que enseña a los colaboradores a desarmar cajas y se contrató a un tercero que se encargará del retiro de este material dos veces por semana. Como parte de este programa, también se inició un proyecto piloto para el retorno de cartones desde cuatro locales de la cadena, una iniciativa que se planea extender a otras 37 farmacias de la Región Metropolitana. Por último, en 2024, instalamos en el CD una bodega de residuos peligrosos para almacenar desechos de mantenimiento y aseo, desde donde serán retirados y trasladados por un tercero para su destrucción, e iniciamos el proceso para la obtención de la norma ISO 14001 a finales de 2025.



Aporte de Empresas SB a los Objetivos de Desarrollo Sostenible

En Empresas SB, queremos aportar activamente al desafío de construir una sociedad cada vez más próspera, equitativa y en armonía con el medio ambiente. Es por esto que alineamos nuestros programas no sólo con las necesidades y expectativas de nuestros públicos de interés, sino también con las metas que la comunidad internacional ha definido para avanzar hacia el desarrollo sostenible. Desde esta visión, todos los proyectos que forman parte de nuestro Plan de

Acción en Sostenibilidad, así como las iniciativas que hemos venido desarrollando en los ámbitos ASG durante la última década, están diseñados con el propósito de contribuir directamente al cumplimiento de 11 de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, de Naciones Unidas. El aporte que realizamos a estos desafíos a través de nuestra gestión 2024 lo podemos resumir de la siguiente manera:



70

Instituto de Belleza

En 2024, este espacio dictó el curso gratuito Maquillaje Profesional. Con una duración de seis meses y más de 100 horas formativas, esta iniciativa ampliará el desarrollo profesional y las posibilidades de emprendimiento de las alumnas.



Programas de Salud y Seguridad, y Vive Seguro

Gracias a todas las acciones orientadas a promover la salud, la seguridad y el bienestar entre los colaboradores, logramos alcanzar una Tasa de Accidentabilidad del 2,54% en Salcobrand y de 1,72% en Preunic.

Mi Salcobrand

Las personas registradas en este programa muestran un 30% más de adherencia a sus tratamientos médicos que las no inscritas.



Plan Anual de Capacitación

55 horas de capacitación en promedio recibieron los colaboradores de Empresas SB durante el año. El total de personas capacitadas en 2024 se elevó al 87% de la dotación.



Equidad de Género

En 2024, aumentamos a 42% la participación de mujeres en cargos de gerencia. Además, definimos indicadores de equidad para la gestión de la Gerencia de Personas, tomando en consideración aspectos de la Norma Chilena de Igualdad de Género.





Viaje del Colaborador

Durante el último año, desarrollamos nueve iniciativas y cinco nuevos beneficios para seguir mejorando la experiencia del colaborador especialmente en aquellos puntos en que su viaje confluye con el de los clientes.



Programas de Diversidad, Equidad e Inclusión

Celebramos la 7^a edición de nuestra Semana de la Diversidad. Además, elevamos a 169 el número de personas con discapacidad en la dotación. A nivel externo, nos convertimos en la “Farmacia de la Teletón” en la última campaña solidaria de esta institución.



Programa Somos Nuevos en el Barrio

Continuamos fortaleciendo el rol de Salcobrand y Preunic en las comunidades en las que se abren nuevos locales, para aportar valor compartido al entorno y las propias filiales.



Programa Autoestima en Preunic

Presentamos el estudio “La Belleza de Chile”, realizado por Preunic, que aborda la relación entre autoestima y belleza en nuestro país.



Gestión de residuos

En 2024 comenzamos a desarrollar un modelo de gestión integral de residuos en el Centro de Distribución Salcobrand.



Alianzas estratégicas

Una amplia variedad de medicamentos a precios rebajados estamos comercializando en Salcobrand en el marco de nuestros convenios con Cenabast y Fonasa. Además, colaboramos con instituciones que también están comprometidas con la salud, el bienestar y la inclusión, como Teletón, Coaniquem, María Ayuda, Fundación Soy Más, Fundación Proyecto B y Fundación Acrux.

Política de Derechos Humanos

En Empresas SB, disponemos desde el año 2022 de una Política de Derechos Humanos, un documento que elaboramos siguiendo las directrices de los Principios de Empresas y Derechos Humanos de Naciones Unidas, y a través de la cual reafirmamos nuestros compromisos por el respeto de los derechos humanos internacionalmente reconocidos, que están contenidos en:

- La Carta Internacional de Derechos Humanos, que considera:
 - › La Declaración Universal de los Derechos Humanos de la ONU.
 - › El Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos.
 - › El Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales.
- La Declaración de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), relativa a principios y derechos fundamentales en el trabajo y su seguimiento.

Con esta Política, más allá de lo establecido sobre estas materias en nuestro Código de Ética y Cumplimiento, asumimos de un modo razonable, además, la obligación de respetar un conjunto de derechos humanos que consideramos prioritarios por su asociación con nuestras actividades específicas.

Estos son:

72

En relación con la comunidad

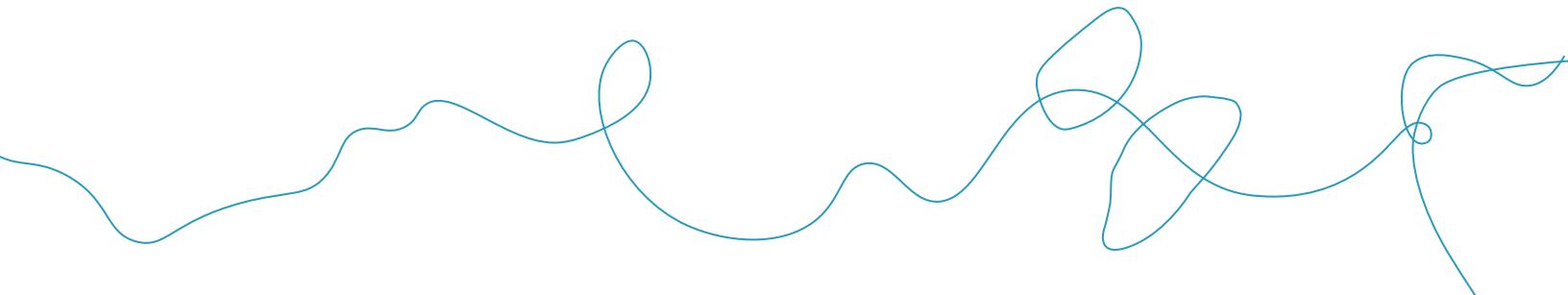
- › Contribuir razonablemente a la erradicación de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.
- › Gestionar responsablemente todo impacto ambiental en las operaciones de la compañía.
- › Garantizar la privacidad de la información de nuestros colaboradores, clientes y proveedores.

En relación con los proveedores

- › Contribuir razonablemente a la erradicación de toda forma de trabajo infantil y el trabajo forzoso en las empresas proveedoras.
- › Promover ambientes de trabajo seguros y saludables para los colaboradores de las empresas proveedoras.

En relación con los colaboradores

- › Garantizar el derecho a trabajar en ambientes seguros y saludables, y velar por la integridad de los colaboradores en situaciones de crisis y violencia.
- › Promover el respeto de los derechos laborales de todas las personas que integran Empresas SB.
- › Velar por el derecho al descanso y la conciliación laboral-personal.
- › Garantizar la igualdad de oportunidades y la no discriminación en los procesos internos y las condiciones laborales.
- › Garantizar la libertad de asociación y la libertad sindical.



Membresías



Acción Empresas

<https://accionempresas.cl>



Cámara de Comercio de Santiago

www.ccs.cl



icare

www.icare.cl



Red de Empresas con Experiencia de Senior Lab UC

73

<https://seniorlab.uc.cl>



Pride Connection

<https://www.prideconnection.cl>



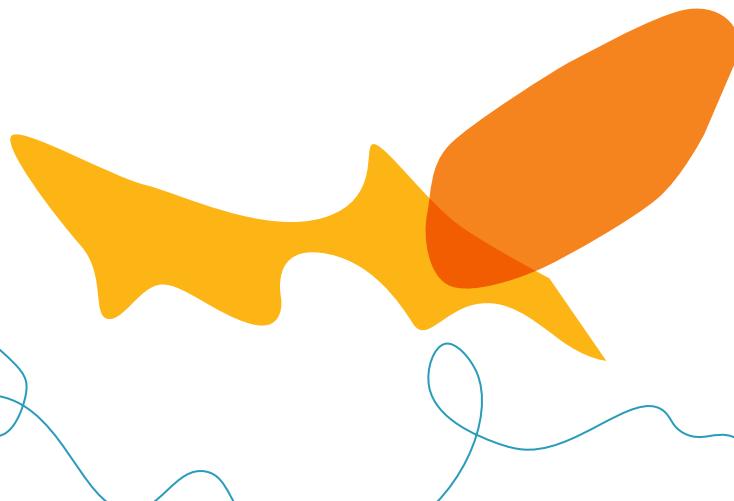
Red de Empresas Inclusivas Sofofa

<https://www.reinchile.cl/>



ONU Mujeres

<https://www.unwomen.org>



Comunicación con los Grupos de Interés

En Empresas SB, nos interesa recoger de manera permanente la retroalimentación de los stakeholders, porque sus expectativas y percepciones nos ayudan a mejorar nuestras prácticas y a focalizar o actualizar los programas de sostenibilidad de la compañía.

En esa línea, contamos con una serie de canales de diálogo que nos permiten mantener informados a los grupos de interés y generar con todos ellos espacios de comunicación en torno a intereses comunes.

Grupos de Interés

¿Por qué son importantes para ESB?

Canales de Comunicación



Accionistas

En su condición de propietarios de la sociedad, son quienes definen el rumbo del negocio y adoptan las decisiones estratégicas. En ese marco, su respaldo resulta determinante para el desarrollo de los programas ASG.

Junta de Accionistas / Informes financieros y de desempeño elaborados por el Directorio / Reporte de Sostenibilidad



Colaboradores

Son una pieza clave para el éxito del negocio y el desarrollo de nuestra actividad. Nos preocupamos de su desarrollo y bienestar en el entendido que su satisfacción también tiene un impacto en la atención de los clientes y en el normal desarrollo de nuestra actividad organizacional.

Relación directa con los líderes / News Contigo ESB / Comunidad ESB / Encuestas internas / Sindicatos / Canales de denuncia sobre ética y prevención del delito / Campañas de comunicación / Programas de capacitación / Evaluación de desempeño / Reporte de Sostenibilidad



Clientes

De su lealtad y recomendación depende en gran medida el éxito de las estrategias comerciales de la compañía. Por lo mismo, reforzamos permanente nuestros procesos, protocolos y sistemas, para garantizarles la mejor experiencia y atención.

Encuestas de satisfacción y NPS / Servicio de Atención al Cliente, SAC / Sitios web / Redes sociales / Chatbot del sitio web / Aló Salcobrand / Interacción con los vendedores en los locales / Campañas informativas / Tutoriales en Youtube / Asesorías en belleza / Publicidad y marketing / Reporte de Sostenibilidad



Grupos de Interés



Proveedores

¿Por qué son importantes para ESB?

Con las empresas externas buscamos generar una relación de confianza y largo plazo, que nos permita avanzar hacia un desarrollo recíproco. Este trabajo conjunto nos ayudará a garantizar la continuidad operacional de la compañía y asegurar la entrega de productos y servicios de la más alta calidad.

Canales de Comunicación

Contacto para atención de proveedores / Área de Licitaciones / Relación con los clientes internos / Sitios web / Reporte de Sostenibilidad

75



Sociedad

En Empresas SB, entendemos que nuestra organización sólo podrá tener éxito si desarrolla su negocio en un entorno social de prosperidad y equilibrio con el medio ambiente. En esa línea, promovemos acciones para aportar valor económico, social y ambiental a las comunidades que acogen nuestras actividades.

Sitios web / Medios de comunicación / Instituto de Belleza / Centro de Bienestar / Membresías y alianzas para promover la sostenibilidad, la diversidad y la inclusión / Voluntariado y programas de relacionamiento comunitario / Reporte de Sostenibilidad



GESTIÓN DE CLIENTES



**Mejor Acceso para una Mejor Salud
Experiencia de Clientes en Salcobrand
Programa de Innovación Open Salcobrand
Preunic: Experiencia con Sentido**

EMPRESAS SB

Mejor Acceso Para una Mejor Salud



En Salcobrand estamos comprometidos con generar iniciativas concretas que aporten de manera efectiva a una mejor salud y calidad de vida para las personas. En línea con este objetivo, hemos mantenido importantes alianzas con organismos públicos y privados que nos permiten entregar un mejor acceso a medicamentos y, al mismo tiempo, desarrollamos programas propios que tienen por objetivo fundamental impulsar la continuidad de tratamientos de largo plazo.

Las principales iniciativas para disminuir el gasto de bolsillo en medicamentos son:

- **Estructura de precios de los productos:** en Salcobrand, comercializamos productos de acuerdo con una estructura de precios que cumple con todas las disposiciones vigentes. El valor de dichos productos, en términos generales, se desglosa de la siguiente manera:



Costos distribuidos por cada \$119 que un cliente paga por un producto:



\$19

Impuesto al Valor
Agregado (IVA)

\$28

Gastos

- › Gastos en logística para despachar a todo Chile

› Arriendos

› Remuneraciones
colaboradores (guardias,
vendedores, químicos,
farmacéuticos, etc.)

› Marketing

› Depreciación

› Medios de pago

› Seguridad

› Servicios

› Tecnologías

› Mantenciones

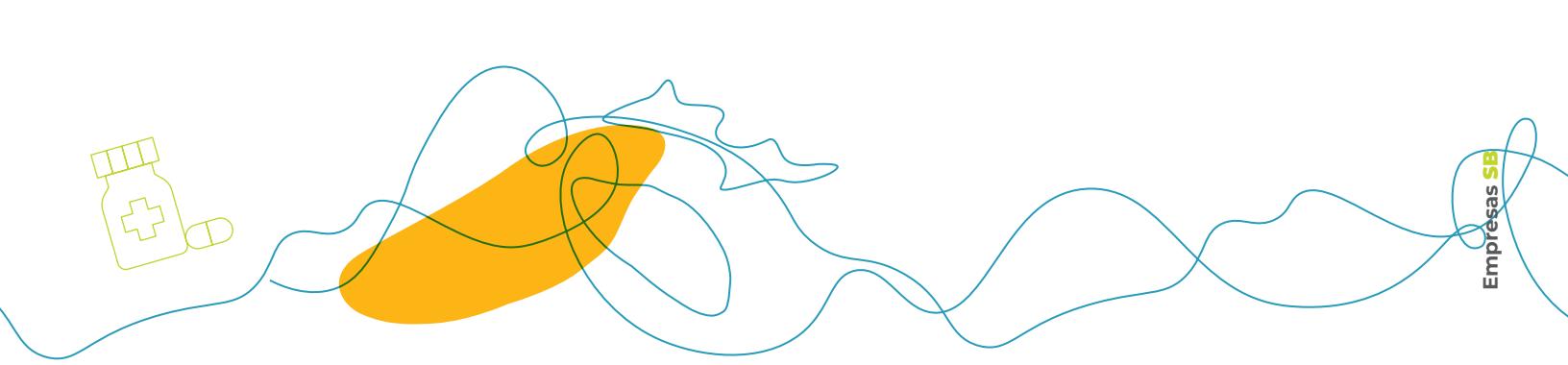
› Etiquetado de precios

\$71

Precio de compra al
laboratorio

<\$1

Utilidades de
la empresa



→ **Convenio con Cenabast:** hemos dado continuidad al convenio que firmamos con Cenabast en 2022 para el abastecimiento de medicamentos. En el contexto de la Ley N° 21.198, este acuerdo contempla un precio de venta máximo para ciertos productos farmacéuticos, así como condiciones referidas a su exhibición y la identificación de los locales como Farmacias Adheridas. Como parte de esta alianza, que en la práctica nos permite ofrecer en nuestras farmacias medicamentos a precios rebajados, desde 2023 hemos ido extendiendo progresivamente la cantidad y variedad de productos con descuento. En esa línea, en 2024 incorporamos nuevas categorías, como Cardiovascular, Diabetes, Tiroides, Anemia y Oftalmicos, lo que nos permitió cerrar el año con 23 medicamentos intermedios por Cenabast. Los clientes pueden acceder a este convenio en cualquiera de nuestros locales, así como también en Salcobrand.cl

→ **Fonasa:** en sintonía con nuestro compromiso de facilitar el acceso a medicamentos a todas las personas, disponemos de un convenio con Fonasa que permite a sus afiliados adquirir a precios preferenciales, con hasta un 50% de descuento, más de 1.900 productos. Estas rebajas están disponibles en todas nuestras farmacias del país, Salcobrand.cl y desde la Súper App Salcobrand, e incluyen medicamentos en las categorías de Anticonceptivos, Diabetes, Antihipertensivos, Antidepresivos, Antirreumáticos y Antiasmáticos, entre otros.

→ **Programa Mi Salcobrand:** en 2020, lanzamos el Programa Mi Salcobrand, iniciativa que mejora el acceso a través de descuentos en más de 1.600 medicamentos y productos de uso recurrente, fomentando así la continuidad de tratamientos y, con ello, generando un impacto relevante y positivo en la salud de pacientes y también del ecosistema de salud en Chile.

Para acceder a este programa, los clientes pueden inscribirse a través de la APP Salcobrand, en www.salcobrand.cl o presencialmente en todos los locales de la cadena. Para activar los beneficios, sólo deben generar el Código Mi Salcobrand desde la APP, entregarlo o ingresararlo antes de pagar, y con ello acceden a descuentos progresivos:

- › 20% de descuento en la segunda unidad
- › 30% de descuento en la tercera unidad
- › 40% de descuento desde la 4º a la 12º unidad
- › Además, los clientes pueden acceder a un 10% de descuento adicional pagando con tarjeta SBPay

Al cierre de 2024, el número de clientes inscritos en el programa se elevaba a 2.438.119. A la misma fecha, además, su NPS ascendía a 79,2%, un nivel que representa un aumento de 4,1 puntos porcentuales respecto del registrado en 2023.

→ **Primer estudio de adherencia a tratamientos en conjunto con la Universidad de Chile:** en el marco de nuestro interés por potenciar el desarrollo de los químicos farmacéuticos de la cadena y de medir el impacto de Salcobrand en los niveles de adherencia de las personas a sus tratamientos, firmamos una alianza con la Universidad de Chile. Como parte de este convenio, desarrollamos un estudio conjunto orientado a analizar el comportamiento de los pacientes GES específicamente para el cumplimiento de sus tratamientos en el ámbito de la salud mental. Dicha investigación confirmó que tanto el programa GES y nuestra iniciativa Mi Salcobrand son factores protectores que mejoran la adherencia.



Experiencia de Clientes

Con el fin de establecer con nuestros clientes una relación duradera, en Empresas SB trabajamos para brindar experiencias de atención memorables y ofrecer propuestas de valor diferenciadoras en el mercado.

Para avanzar en estos desafíos, monitoreamos nuestro desempeño con indicadores de recomendación y satisfacción, y profundizamos de manera permanente los compromisos que hemos adquirido como parte de los propósitos y roles sociales de Salcobrand y Preunic.

Salcobrand: foco en el programa “Promesas”

En 2024, nuestro principal eje de acción para seguir mejorando la experiencia de los clientes en Salcobrand fue el fortalecimiento de nuestro programa Promesas. Esta iniciativa la lanzamos a fines de 2023 con el objetivo de elevar nuestro NPS al 80% a fines de 2025, a partir de una labor que nos permitiera llevar a un nivel superior tanto el servicio que le entregamos a los clientes como la experiencia de trabajo que brindamos a los colaboradores. Como parte de este proyecto, en 2024 definimos las cuatro promesas que hemos abordado para alcanzar nuestro propósito. Estas son:

- Mejor Experiencia de Servicios (Amabilidad, Asesoría y Tiempo)
- Mejor Disponibilidad
- Mejor Beneficio
- Mejor Experiencia Colaboradores

Paralelamente, conformamos mesas de trabajo en la compañía para identificar, desde la perspectiva del cliente, las necesidades y mejoras clave que nos permitirán fortalecer la experiencia de servicio en nuestros canales de venta.

En lo que respecta a la venta en e-commerce, implementamos ajustes en la modalidad de retiro en tiendas, orientados a reducir el tiempo de preparación del pedido y ofrecer preferencia en la atención al momento de retirar.

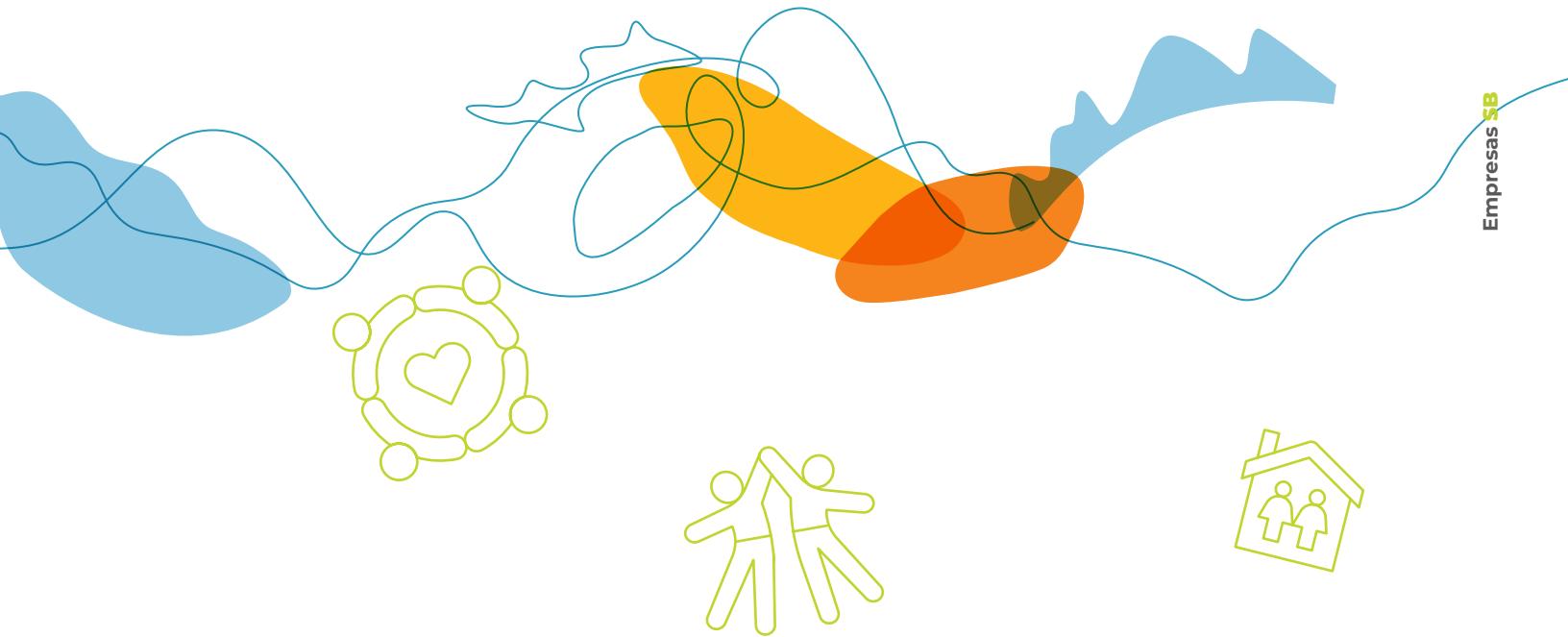
Finalmente, para la venta telefónica, desarrollamos iniciativas que buscan elevar la calidad de la asesoría entregada por nuestros ejecutivos telefónicos y optimizar los plazos de entrega.

Para complementar estos avances y reforzar una cultura de experiencia, durante el año, además, implementamos dos

grandes instancias de formación en este ámbito:

- Un curso de capacitación online denominado “NPS: la mejor experiencia se vive en Salcobrand”, cuyo objetivo fue dar a conocer la importancia de este indicador y reforzar las etapas del protocolo de atención presencial en cada uno de nuestros locales.
- Un taller piloto sobre el programa Promesas, en el que participaron 22 jefes zonales y 101 líderes de 54 locales de la Región Metropolitana. El objetivo de esta actividad fue sensibilizar a los asistentes respecto de la importancia de mejorar integralmente la experiencia, tanto para los clientes como para los colaboradores y la compañía. Con esa finalidad, en la jornada se profundizó en el propósito del programa y se entregaron a los participantes herramientas prácticas para fortalecer su liderazgo en este ámbito.

Como parte de esta labor, durante el año actualizamos del Modelo de Experiencia de Clientes de la cadena, con la incorporación de metas por zona geográfica. Este enfoque nos ha permitido presupuestar resultados por área en función de su respectiva realidad, asumiendo las diferencias que existen entre la evaluación de la experiencia de clientes en regiones y en la Región Metropolitana.



Innovaciones en atención

En 2024, creamos dos nuevos formatos de atención en los puntos de venta:



81

- Abrimos un local en el Mercado Urbano Tobalaba (MUT), orientado a entregar la mejor asesoría a nuestros clientes, en el que integramos un mueble diseñado para destacar los productos de emprendedores del programa de innovación abierta Open Salcobrand (ver página 84).
- Inauguramos un nuevo formato en la industria farmacéutica en Chile: Salcobrand, Pharmacy & Store, cuya distribución y viaje del cliente está diseñado para que los consumidores puedan contar con mayor tiempo para recorrer la sala y, con ello, conocer nuestro amplio mix en las categorías de belleza, consumo masivo, dermocosmética e infantil.

Asimismo, diseñamos un piloto de asistente virtual para el e-commerce y la aplicación de Salcobrand.

Evolución del indicador NPS

Como resultado de todas las iniciativas que impulsamos para mejorar la experiencia de los clientes, en 2024, registramos un aumento importante en el Net Promotor Score de los principales canales de venta de Salcobrand.

A nivel de locales, por ejemplo, elevamos este índice al 71,1%, lo que representa un incremento de 3,5 puntos porcentuales en comparación al 2023. Esta evolución positiva también la observamos en el canal de e-commerce, en donde el NPS llegó a un 76,4% al cierre de año, y en el canal de ventas telefónicas, donde este índice cerró el año con 81,8%.

Evolución Índices NPS y Satisfacción en Salcobrand

Ítem	2023	2024
NPS anual locales	67,6%	71,1%
NPS servicio e-commerce	75,8%	76,4%
NPS compra telefónica	80,2%	81,8%
Satisfacción con tiempo de espera en locales	70,8%	74,3%
Satisfacción con amabilidad y cordialidad en atención en locales	80,1%	82,3%
Satisfacción con ambientación y limpieza de locales	72,8%	77,8%
Número promedio de respuestas a encuesta mensual en locales, e-commerce y venta telefónica.	16.230	17.907

Seguidores en Redes Sociales de Salcobrand

Ítem	2023	2024
Instagram	105.424	147.690
Facebook	428.130	427.405
LinkedIn	25.000	32.917
Tiktok	22.619	81.238



Gestión de reclamos

En lo que se refiere a servicio al cliente, el número de reclamos tanto en el canal presencial como en los canales digitales se mantuvo dentro de lo proyectado y en línea con las cifras registradas en 2023. En este ámbito, uno de los progresos de la gestión en 2024 estuvo en los ajustes que se realizaron al sistema CRM, con el objetivo de perfeccionar la clasificación y tipificación de reclamos.

Este desarrollo nos permitió ofrecer a los ejecutivos una mayor especificación sobre estas notificaciones, un aspecto clave al momento de gestionar el contacto, e identificar de forma más certera en qué aspectos debemos centrar nuestros esfuerzos de mejora.

Reclamos

Ítem	2023	2024
Número de reclamos Salcobrand	738	781
Porcentaje de reclamos gestionados en plazo Sernac	99,9%	100,0%
Número de días promedio de resolución	2	3

83

Gestión Servicio de Atención al Cliente (SAC)

Ítem	2023	2024
Llamadas atendidas	234.623	213.503
Tasa de servicio	93,4%	90,4%
Tasa de abandono	6,6%	9,6%
EPA (Evaluación Post Atención)	93,1%	91,0%

Atención por Redes Sociales

Ítem	2023	2024
Clientes atendidos por Facebook	2.196	1.358
Clientes atendidos por Twitter	915	278
Clientes atendidos por Instagram	3.407	4.063
Clientes atendidos por WebChat	14.400	14.230

Programa de Innovación Open Salcobrand

En 2024, realizamos la quinta convocatoria de nuestro programa de innovación abierta Open Salcobrand. Esta iniciativa tiene la finalidad de abrir las puertas de Salcobrand para conectar con emprendedores que tengan soluciones o productos relacionados con el mundo de la salud y el bienestar, o que nos ayuden a mejorar nuestra experiencia.

Open Salcobrand se desarrolla sobre dos grandes verticales:

- **"Soluciones innovadoras"**, bajo la que este año se plantearon dos desafíos: "Experiencia integral del cliente" y "Tecnologías disruptivas", enfocadas, respectivamente, en el desarrollo de soluciones que mejoren la experiencia en nuestros canales y en proyectos que, a través de inteligencia artificial, puedan ayudarnos a entregar una experiencia personalizada. En esta línea participaron 64 startups.
- **"Productos innovadores"**, en la que se convocó a emprendedores que hayan desarrollado productos de "alimentación saludable y sin sellos", "salud y bienestar" y "belleza". Esta línea convocó a 20 emprendedores.

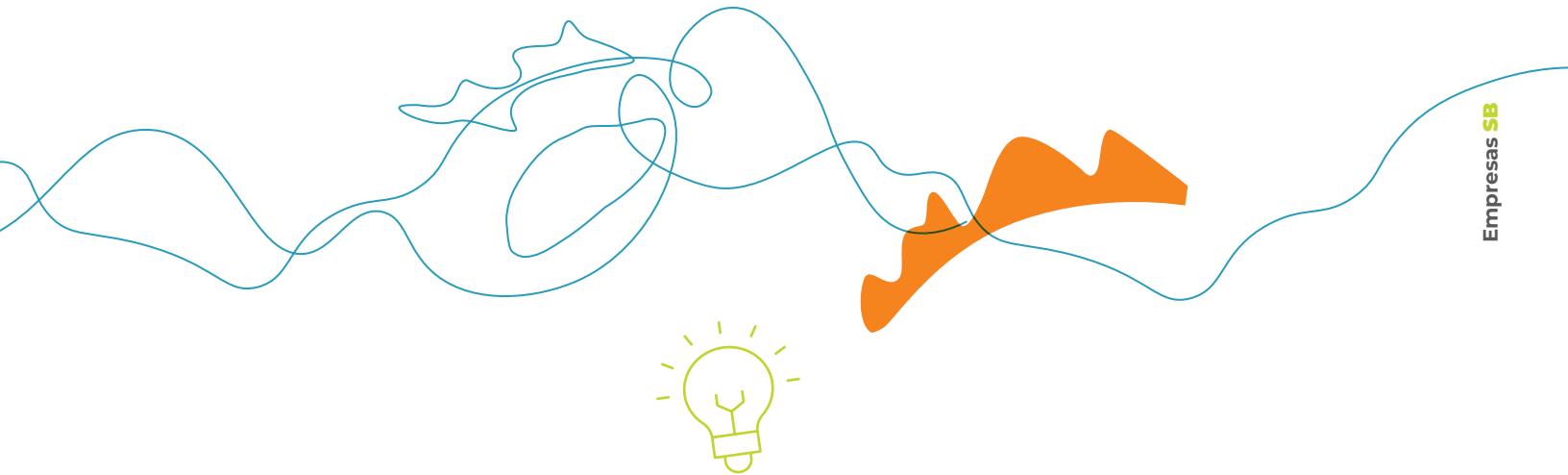
84

Entre los proyectos seleccionados y ejecutados en Open Salcobrand 2024 destacaron:

1. **Lift and Learn:** es un proyecto de marketing interactivo desarrollado por la Gerencia Comercial Consumo junto al startup TecnoActive, que busca mejorar la experiencia de los clientes y convertirse en un recurso de apoyo para la asesoría integral. Complementa el testeo de productos dermocosméticos en sala con la entrega de información sobre sus beneficios a través de una pantalla que se activa cuando el artículo se levanta del mueble interactivo Lift and Learn. Al cierre de año estaba en fase piloto en dos locales Salcobrand y un local Dermocoaching.
2. **Asistente Virtual:** desarrollado en conjunto por la Gerencia de Experiencia de Clientes y la Gerencia de Marketing, este asistente virtual -basado en inteligencia artificial- será implementado en los canales de contacto del e-commerce y la aplicación de Salcobrand. Su finalidad es agilizar la resolución de dudas y proporcionar información de forma rápida y accesible. A fines de 2024 se encontraba en fase piloto, disponible en salcobrand.cl y la aplicación.
3. **Productos de Alimentación Saludable Infantil "Puff" y "Bombas":** con el objetivo de entregar a los clientes una alternativa de alimentación infantil sana y de alta calidad, en 2024, se incorporaron los productos de la empresa Kuna Foods a 20 salas de la cadena y el e-commerce de Salcobrand. Como parte de este proyecto, se desarrolló una publicación colaborativa en las redes sociales de Salcobrand, junto con la influencer "Mamá en acción" y la cuenta oficial de Kuna Foods, cuyo alcance fue de 148 mil visitas.

Open Salcobrand en cifras

Ítem	2024
Nº de proyectos recibidos para convocatoria Open SB Productos	20
Nº de proyectos seleccionados para ejecución Open SB Productos	3
Número de emprendedores que pasaron a ser proveedores	1
Nº de pilotos recibidos para convocatoria Open SB Soluciones	64
Nº de pilotos seleccionados para su ejecución Open SB Soluciones	4
NPS proyectos ejecutados Open SB Soluciones	80,2%



Proyecto CREA

En el ámbito interno, durante el último año, impulsamos también el programa Crea, a través del cual buscamos involucrar a los colaboradores en nuestros objetivos de innovación. Como parte de esta iniciativa, a lo largo del año lanzamos 3 desafíos, para los cuales se recibieron 131 ideas.

Datos relevantes del programa CREA



Desarrollado con la Gerencia Comercial Farma.

Recibió 42 ideas, tres de las cuales se pilotearon.



Desarrollado con la Gerencia de Gestión de Inventario.

Recibió 39 ideas, de las cuales tres están en fase de pilotaje.



Realizado con la app Salcobrand.

Recibió 50 ideas, dos de las cuales serán priorizadas para ejecutarse en 2025.

85

Experiencia en canales digitales

En 2024, impulsamos diversas iniciativas orientadas a ofrecer soluciones que generen un impacto directo en la experiencia y bienestar de nuestros clientes en el momento de la compra. Entre ellas se pueden mencionar las siguientes:

- Mejoramos los canales de comunicación para brindar información clara y oportuna, asegurando una experiencia sin barreras y con mayor cercanía.
- Incorporamos a nuestro e-commerce los beneficios de aseguradoras PHB (Pharma Benefits), como BICE Vida, BUPA, Metlife y Security, soluciones que permiten a los clientes aprovechar al máximo sus seguros complementarios y ahorrar significativamente en sus compras.

- Incorporamos opciones de entrega personalizadas según la ubicación y tipo de producto, con el objetivo de ofrecer mayor flexibilidad para ajustar los plazos de entrega de acuerdo con las necesidades de cada cliente.
- Mejoramos las promesas de entrega a Despacho Mismo Día desde nuestros Darkstore para comunas como Vitacura, Las Condes, Ñuñoa, Providencia y Santiago, entre otras, con el fin de responder a las exigencias de nuestros clientes.

App Salcobrand y programa de fidelidad Mi Salcobrand

Durante 2024, nuestra aplicación experimentó un crecimiento significativo, al alcanzar a diciembre un total de 2,3 millones de usuarios registrados, sobre 460 mil descargas en el año y más de 820.000 usuarios únicos activos mensuales.

Las principales funcionalidades que le incorporamos fueron las nuevas secciones de “Mi Salcobrand”, que ofrecen a los clientes ver el detalle de sus productos y sus próximos descuentos, y el servicio de turnos en locales, lo que les permite agendar su atención antes de visitar la farmacia.

Mi Salcobrand es un programa de fidelización, que lanzamos en 2020, con los objetivos de reducir el gasto de bolsillo de las personas y contribuir a la adherencia de los clientes a sus tratamientos médicos.

En 2024, el NPS de este programa creció en 4,1 puntos porcentuales respecto de 2023 y llevó a más del 30% el nivel de adherencia de los usuarios a sus tratamientos médicos. Asimismo, permitió a sus clientes un nivel de ahorro cuatro veces superior al de las personas que no están inscritas en el programa, considerando la compra de los mismos productos.

Premios y reconocimientos obtenidos por Salcobrand

86



- › Premio Effie Oro en Performance Marketing y Plata en Inteligencia Artificial



- › Premio DEC Bronce para la Súper App Salcobrand en la categoría Mejor Proyecto de Interacciones



- › Premio DEC Bronce por Programa Promesas Salcobrand en la categoría Mejor Estrategia de Experiencia de Clientes



- › Premio DEC Bronce por el Proyecto Liderar para Transformar en la categoría Mejor Estrategia en Employee Experience



- › Premio Marca Favorita en la categoría Salud y Belleza en los Cyber Awards 2024, reconocimiento entregado por la CCS



- › Finalistas en IABMixx con E-commerce



- › Premio Teletón por estar dentro de las campañas más creativas 2024



- › 1º lugar en Advantage Report 2024, Canal Farmacias y Perfumerías



- › Farmacia con más marcas certificadas Cruelty Free! Top 3 del ranking de retailers cruelty free de la Te Protejo, con 54 marcas a la venta y 168 categorías de producto

App y programa Mi Salcobrand en cifras

Ítem	2023	2024
Número de clientes inscritos de Mi Salcobrand (valor acumulado al cierre del año)	1.699.842	2.438.119
Número de descargas de la app en el año	385.512	463.806
NPS de Mi Salcobrand (Incluye e-commerce y locales)	75,1%	79,2%

Alianza con Teletón

En 2024, firmamos una alianza con Teletón con el objetivo de amplificar nuestro propósito de contribuir al bienestar de miles de niños y sus familias por medio de la rehabilitación, un desafío en línea con nuestro compromiso de aportar a la construcción de una sociedad más inclusiva.

En el contexto de este acuerdo, fuimos la primera marca en comunicar nuestra campaña Teletón, a partir del 1 de agosto. Esta iniciativa contó con la participación de Don Francisco y se ejecutó en todos los medios masivos, digitales y presenciales en nuestros locales.

Como parte de este convenio, también acompañamos a la Teletón en su gira por 10 ciudades del norte y sur del país para dar visibilidad a nuestra marca y a la alianza.

En el ámbito interno, en tanto, realizamos 80 activaciones en todas nuestras tiendas a lo largo de Chile, lo que nos permitió movilizar a más de 1.300 colaboradores junto con los corpóreos Salcotín y Teletín. Asimismo, realizamos 2 activaciones con nuestros colaboradores del Centro de Distribución Salcobrand.

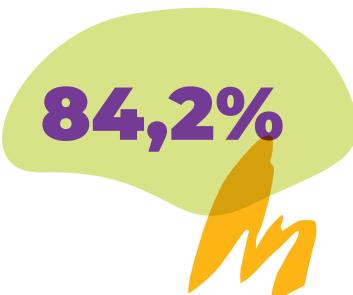
Adicionalmente, impulsamos la participación de nuestro equipo en el voluntariado de Teletón. En este contexto, 148 voluntarios de la compañía dedicaron más de 500 horas de trabajo voluntario en 14 institutos del país.



87

Resultados Encuesta Anual de Satisfacción para evaluar alianza con Teletón

(618 encuestados entre colaboradores de la compañía)



De nuestros colaboradores consideró que Teletón aportó a nuestro propósito (notas 9 y 10).



Se sintió orgulloso de que Salcobrand haya sido la Farmacia de la Teletón (notas 9 y 10).



Afirmó que Salcobrand debe continuar su participación en 2025.

Preunic:

Experiencia con sentido

Durante 2024, en el marco de nuestro objetivo de continuar mejorando los indicadores de experiencia de clientes en Preunic, pusimos especial énfasis en el reforzamiento de nuestra estrategia omnicanal. Con este objetivo, desarrollamos soluciones tecnológicas orientadas a mejorar la performance de nuestra operación de compras online para garantizar nuestra promesa diferenciadora.

Simultáneamente, también nos enfocamos en mejorar nuestra comunicación con los clientes a través de la implementación de herramientas como Marketing Cloud, que nos permite tener una comunicación más directa, personalizada y ad hoc a las necesidades de cada cliente.

Asimismo, incorporamos nuevos medios de pago, con el objetivo de ofrecer a los clientes mayor flexibilidad y más opciones. Estos desarrollos nos posicionaron como una marca relevante en segmentos jóvenes.

En línea con nuestro interés por entregar una experiencia memorable, durante el año, además reforzamos la **Escuela Preunic**, un programa a través del cual entregamos a los equipos contenidos relevantes y de vanguardia en torno al mundo de la belleza para asegurar al cliente asesorías especializadas.

Estas instancias formativas se llevaron a cabo en formato e-learning y fueron complementadas con webinars ofrecidos por socios estratégicos de Preunic, así como con actividades presenciales, como las ferias realizadas en Santiago y otras regiones del país.

Como resultado de este esfuerzo, durante el año, logramos capacitar a más del 68% de la fuerza de venta de Preunic en materias clave, como cuidado capilar, coloración, higiene bucal y mundo adulto. Por otra parte, diseñamos una línea de entrenamiento especializada para nuestras "SkinExpert", en la que abordamos desde técnicas de venta hasta las últimas tendencias en cuidado de la piel.

El impacto de estas acciones se reflejó en la encuesta de satisfacción de nuestros clientes. En esta evaluación, las respuestas favorables frente a la consulta "¿Cómo evalúan el proceso de asesoría?" mostraron un aumento de 10 puntos porcentuales respecto de 2023.

Proyecto de Autoestima

En sintonía con nuestro rol social de "Aportar al fortalecimiento de la autoestima de las personas", durante 2024, continuamos desarrollando el proyecto de Autoestima. Esta es una iniciativa que ejecutamos con el apoyo de la Fundación Soymás y que tiene como finalidad generar una experiencia de compra distintiva, que permita que los clientes se sientan escuchados y valorados cada vez que interactúan con la marca, y en ese reconocimiento fortalezcan su autoestima.

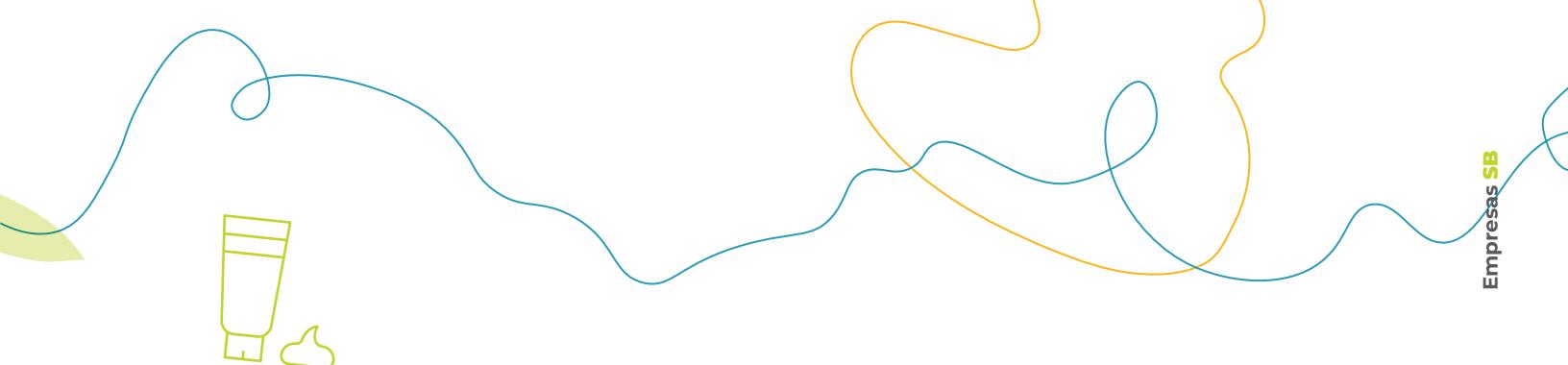
Durante el último año, incorporamos este programa a nuestra cultura de experiencia y en todas las interacciones con los equipos y líderes. Sus pilares, además, se integraron en el Protocolo de Atención, un documento por medio del cual buscamos generar una atención libre de sesgos y prejuicios, que genere contención y seguridad en la manera en que el cliente busca proyectar su estilo personal.

Gracias a esta labor, en 2024, el indicador NPS con que medimos esta gestión evidenció un aumento de 1,9 puntos porcentuales respecto del año anterior.

Como parte de esta iniciativa, un hito significativo del periodo fue la publicación del estudio "La Belleza de Chile", realizado por Preunic, que aborda la relación entre autoestima y belleza en nuestro país. Esta investigación nos entregó información relevante respecto de cómo las personas viven y perciben la belleza en su día a día, a través de cifras que reflejan la alta valoración que tiene la población sobre un estilo de belleza libre, auténtico y conectado con el bienestar y la salud mental.

A partir de la importancia que las personas encuestadas asignan a los espejos en los puntos de venta, como herramienta para reforzar la autoestima, decidimos, además, incorporar estos elementos en cada nueva tienda.





Ítem 2023 2024

Personas capacitadas en programa Autoestima

300 personas

1.726 personas se capacitaron en el nuevo protocolo de atención donde se pone en práctica fundamentos de la autoestima

Evolución de NPS

En Preunic, todas las acciones de mejora e innovaciones que incorporamos en nuestros servicios, canales e instalaciones tienen por finalidad impactar de forma positiva la experiencia que viven los clientes.

En este contexto, como resultado de la intensiva capacitación ofrecida a nuestra fuerza de venta y "SkinExpert", junto con la aplicación de planes de acompañamiento y el robustecimiento de la cultura de la experiencia con el cliente al centro, logramos aumentar el NPS de las tiendas en 4,6 puntos porcentuales respecto de 2023. Esta evolución

estuvo apalancada especialmente por la alta valoración que alcanzaron los drivers de Asesoría, Onboarding y Rapidez de la Atención.

En la misma línea, también observamos un aumento de 5,9 puntos porcentuales en el indicador de "tiempos de atención", en comparación con el año anterior, como consecuencia de la habilitación de modelos que permiten que la compra se concrete en un solo paso y que el proceso de asesoría sea acompañada por una sola persona.

89

Variación interanual del NPS y la Satisfacción en Preunic (en pp)

Ítem 2024

NPS anual Preunic

+4,6 pp

Satisfacción con amabilidad de la atención

+3,30 pp

Satisfacción con conveniencia de precios

+8,6 pp

Promedio mensual de personas que responden la encuesta NPS en locales

3.120

Seguidores de Preunic en Redes Sociales

Ítem 2023 2024

Instagram

191.125

216.877

Facebook

436.623

438.993

LinkedIn

8.010

9.700

Tiktok

114.400

160.300



Gestión de reclamos

En materia de gestión de reclamos, en 2024, seguimos impulsando el desarrollo de tecnologías para optimizar y mejorar la relación con los clientes a través de Service Cloud. Este software nos permite implementar nuevos flujos, gestiones e integraciones, así como establecer bases de conocimiento para estandarizar respuestas y procesos.

Gracias a este avance, contamos con un proceso de postcompra que evoluciona al ritmo del crecimiento de Preunic, con altos niveles de cumplimiento de SLA y un incremento de 8,1 puntos porcentuales respecto de 2023, lo que se traduce en un aumento del 54% en el flujo de interacciones atendidas en comparación con el año anterior.

Reclamos

Ítem	2024
Total de reclamos recibidos en el año por todos los canales	90
Reclamos recibidos vía Sernac	235 reclamos
Días promedio de entrega de respuesta a reclamos Sernac	4,5 días promedio

Del total gestionado por todos los canales los reclamos representan un **18,2% (10.132)**



Gestión de residuos Preunic

En 2024, como parte de la gestión de este proyecto, incorporamos un nuevo procedimiento de retorno de embalajes, gracias al cual logramos aumentar en 29% nuestra tasa de reciclaje respecto de 2023, un volumen equivalente a más de 6 toneladas de material.

Aunque inicialmente este proyecto apuntaba a cubrir el 100% de nuestras tiendas mediante logística inversa, durante el último año optamos por concentrar nuestros esfuerzos en las regiones con mayor cantidad de locales (es decir, las regiones de Valparaíso, Metropolitana y de O'Higgins) y decidimos gestionar de manera local aquellas ubicadas en zonas extremas, para no modificar sus procesos actuales ni aumentar la huella de carbono involucrada en el transporte. Con este alcance, el 72% de nuestra gestión hoy está dirigida al 100% reciclaje de nuestros embalajes.

Otro de los nuestros avances del año en el ámbito ambiental fue la firma del primer Green Joint Business Plan con L'Oréal, alianza en el marco de la cual desarrollaremos acciones conjuntas en materias sostenibles.

Como parte de este proyecto, durante el año pusimos foco en la recuperación del material publicitario de las campañas de L'Oréal en nuestras tiendas, para gestionar su reciclaje.

Por último, también dimos inicio al Acuerdo de Producción Limpia (APL) para la Sostenibilidad de Embalajes de Comercio Electrónico de la Cámara de Comercio de Santiago (CCS) y la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático (ASCC).

En la primera etapa de esta iniciativa, realizamos los levantamientos iniciales y conformamos mesas de trabajo interdisciplinarias para diseñar estrategias conjuntas que permitan reducir el impacto del packaging en el e-commerce.

En este contexto, en 2024, definimos indicadores, pautas de diseño y alineación con la normativa, con el objetivo de comenzar en 2025 con el establecimiento del estado inicial, el desarrollo del plan de acción y la medición de avances que cada empresa deberá implementar para cumplir con sus respectivas metas y objetivos.

Impacto de las iniciativas de recuperación y valorización de residuos

91

280,3 toneladas de residuos

fueron recuperadas o valorizadas (esto considera cartón y plásticos)

Evitar la tala de **4.500** árboles adultos.

Ahorro de **8.471.424** litros de agua.

Ahorro de **1.176.514** Kwh de energía equivalente al consumo de 5.349 hogares.

Evitar la emisión de **869,26** toneladas de CO2 al medio ambiente.

Productos Sostenibles Preunic

Este proyecto, cuya finalidad es promover la identificación de productos Cruelty Free y destacar el compromiso de Preunic por impulsar una belleza consciente y responsable, fue otro de nuestros focos durante 2024 en el ámbito de la sostenibilidad.

Como parte de esta iniciativa, en julio, implementamos un sistema para permitir que los clientes identifiquen los productos libres de testeo animal mediante la incorporación del “símbolo del conejito” en los flejes

de precio de cada artículo y en todos nuestros puntos de venta.

En este contexto, en 2024, por segundo año consecutivo, Preunic fue reconocido como el retail N°1 en Chile por contar con la mayor cantidad de marcas certificadas como libres de crueldad animal, de acuerdo con el estudio realizado por Fundación Te Protejo.



GESTIÓN DE PERSONAS



Viaje del Colaborador
Perfil de Nuestra Dotación
Liderazgo
Capacitación
Reconocimiento
Clima
Gestión de Proyectos
Salud y Seguridad
Relaciones Laborales
Inclusión y Diversidad

EMPRESAS SB

Viaje del Colaborador:

En busca de la mejor experiencia

Convencidos del alto impacto que tiene el bienestar de los equipos en el logro de nuestras metas comerciales y en la relación que queremos construir con los clientes, en Empresas SB queremos mejorar de forma continua la experiencia de las personas que forman parte de la organización, especialmente en aquellos puntos en los que convergen el Viaje del Colaborador con el Viaje del Cliente

Desde esta mirada, en 2024 continuamos avanzando en este objetivo con el lanzamiento de las siguientes nueve iniciativas:

1.
Movilidad ESB

2.
Pasa el dato

3.
Programa Raíces

4.
Plan de Infraestructura

5.
Inducción

6.
Escuela de Belleza Preunic

7.
Chat Bot

8.
Transparencia en los pagos

9.
Malla de formación de cargos críticos



Perfil de Nuestra Dotación

Número de personas por categoría de cargo, sexo y nacionalidad

Total por sexo y nacionalidad



Total por sexo y cargo (nacional / extranjero)

95

Alta Gerencia Chilenos	Alta Gerencia Extranjeros	Gerencia Chilenos	Gerencia Extranjeros
 10 Hombres  0 Mujeres	 0 Hombres  0 Mujeres	 57 Hombres  40 Mujeres	 0 Hombres  2 Mujeres
Jefatura Chilenos	Jefatura Extranjeros	Operario Chilenos	Operario Extranjeros
 693 Hombres  872 Mujeres	 88 Hombres  143 Mujeres	 205 Hombres  57 Mujeres	 15 Hombres  13 Mujeres
Fuerza de Venta Chilenos	Fuerza de Venta Extranjeros	Administrativo Chilenos	Administrativo Extranjeros
 1.503 Hombres  4.261 Mujeres	 174 Hombres  433 Mujeres	 154 Hombres  167 Mujeres	 25 Hombres  22 Mujeres
Auxiliar Chilenos	Auxiliar Extranjeros	Otros profesionales Chilenos	Otros profesionales Extranjeros
 10 Hombres  3 Mujeres	 2 Hombres  3 Mujeres	 270 Hombres  321 Mujeres	 16 Hombres  27 Mujeres
Otros técnicos Chilenos	Otros técnicos Extranjeros	Total 9.604*	
 17 Hombres  1 Mujeres	 0 Hombres  0 Mujeres	Total 9.604*	

(*) El número total de la dotación (9.604) excluye los empleados por honorario

Formalidad laboral

Número de personas por tipo de contrato



Adaptabilidad laboral

Número de personas por sexo y porcentaje que representan del total de quienes están acogidos a las siguientes modalidades



Rotación laboral por sexo y categoría de cargo

Promedios según categoría

Alta Gerencia



Gerencia



Jefatura



Fuerza de venta



Administrativo



Otros profesionales



97

Otros técnicos



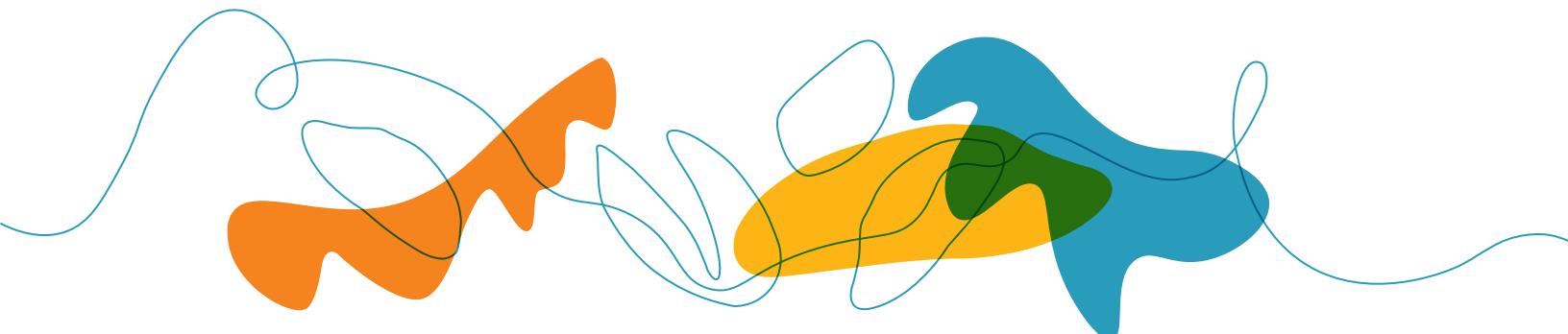
Auxiliar



Operario



Total promedio



Permiso Postnatal

Porcentaje de personas, separadas por sexo, que hubieren hecho uso de permisos de postnatal, considerando el número total de personas elegibles para hacer uso de tales permisos

Alta Gerencia



Promedio de días utilizados en el año
0

Jefatura



Promedio de días utilizados en el año
124

Fuerza de Venta



Promedio de días utilizados en el año
145

Auxiliar



Promedio de días utilizados en el año
0

Otros técnicos



Promedio de días utilizados en el año
0

Gerencia



Promedio de días utilizados en el año
0

Operativo



Promedio de días utilizados en el año
6

Administrativo



Promedio de días utilizados en el año
162

Otros profesionales

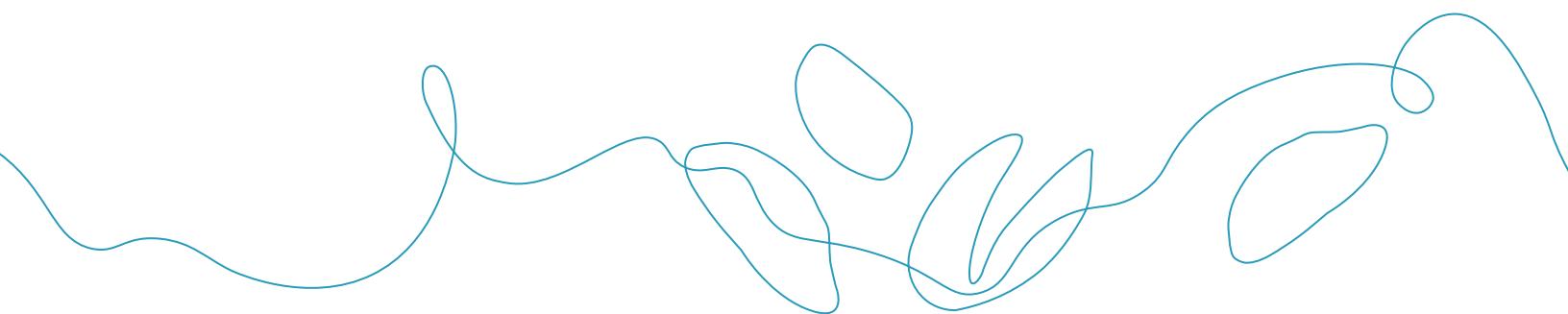


Promedio de días utilizados en el año
146

Total



Promedio de días utilizados en el año
117



Lista de beneficios para los colaboradores de Empresas SB

- › Bono de Vacaciones
- › Bono de Vacaciones en Temporada Baja
- › Bono Defunción
- › Bono Escolar Colaboradores
- › Bono Escolar Hijos Estudiantes
- › Bono Fiestas Patrias
- › Bono Matrimonio o Acuerdo de Unión Civil
- › Bono Navidad
- › Bono por Nacimiento de Hijo(a)
- › Bono Excelencia académica
- › Bono Escolar hijos
- › Bono Escolar Colaboradores estudiantes
- › Pago Mudanza por Cambio de Casa (a solicitud de la empresa)
- › Fondo Donación de Salud
- › Préstamo Empresa
- › Préstamo Empresa Dental
- › Préstamo de Vacaciones
- › Subsidio Pre y Post Natal Femenino
- › Fondo de financiamiento de ayudas técnicas a colaboradores con discapacidad
- › Regalo Navidad Hijo/a Colaborador
- › Día Administrativo
- › Día Administrativo - Bodega SB
- › Día Administrativo adicional para personas con discapacidad
- › Día Administrativo Especial para algunos cargo
- › Día libre para personas de 60 años y + por motivos médicos
- › Día Libre por Cambio de Casa
- › Día Libre por Cumpleaños
- › Día libre por Reconocimiento / Sólo personas que reciben 3 pines
- › Día libre por reconocimiento en Ceremonia Anual / Sólo reconocidos en ceremonia anual
- › Permiso Incendio Vivienda
- › 1/2 día administrativo adicional
- › Incorporación padres tarjeta beneficios con descuentos de productos que comercializa la empresa
- › Ventas Especiales ESB de Vacunas con descuentos por planilla
- › Apoyo Credencial discapacidad
- › Atenciones psicológicas para adulto gratuitas (máximo 4)
- › Atenciones psicológicas infantojuveniles para hijos de colaboradores gratuitas (máximo 4)
- › Atenciones de abogado gratuitas
- › Atenciones de nutricionista gratuitas
- › Atenciones de trabajador gratuitas
- › Atenciones de asesor financiero gratuitas

Liderazgo:

Partió el Foro 2 de la Academia

En Empresas SB contamos con un modelo de liderazgo especialmente diseñado para responder a las particularidades de nuestros negocios y en cuya base, como elementos inspiradores, se encuentran el Sello del Colaborador y los valores de la compañía.

Este modelo lo fortalecemos año a año a través de nuestra Academia de Líderes, un espacio de aprendizaje e intercambio de buenas prácticas que consta de dos instancias:

- El Foro 1, cuyo objetivo es la “transformación personal del líder ESB”, y
- El Foro 2, que tiene por finalidad el “desarrollo de los equipos de trabajo para el logro de los objetivos”.

En 2024 continuamos desarrollando el Foro 1 en los mismos términos que en años anteriores, esta vez con la participación de 80 líderes, que completaron el programa y lo calificaron con una nota de 6,8.

Nuestra gran novedad del último año fue la puesta en marcha del Foro 2 de la Academia. Este espacio, al que pueden acceder sólo los líderes que han completado el Foro 1, contempló actividades presenciales durante 2 días para un total de 174 asistentes.

El programa tuvo como facilitadores al gerente general de la compañía, Matías Verdugo, así como a sus reportes directos y a algunos líderes de segundo reporte.

Las jornadas fueron calificadas con una nota promedio de 6,7 en la encuesta de satisfacción que se aplicó a su término y recibieron muy favorables comentarios de los participantes.

En paralelo a las actividades de la Academia, durante el año también organizamos para nuestros líderes las charlas “Conéctate e Inspira” y los “Desayunos Buenos Días Salcobrand”, así como tres “Encuentros de líderes”, nuestro principal espacio de alineamiento organizacional.

100

Capacitación a líderes



Capacitación:

Herramienta clave para el logro de la estrategia

a) Programas desarrollados en Salcobrand:

- **Actualízate:** a través de este programa, todos los años actualizamos las habilidades que requieren nuestros químicos farmacéuticos y auxiliares de farmacia para el ejercicio de sus funciones. Esta iniciativa es clave para avanzar en el desafío de potenciar el rol de las farmacias como centros de salud.
- **Alianza con la Universidad de Chile:** en el marco de este acuerdo, que mantenemos desde 2022, durante el último año impulsamos las siguientes acciones:
 - Segunda Versión del Diplomado "Herramientas para la gestión del químico farmacéutico en la farmacia como centro de salud", cuyo objetivo es entregar los recursos que los químicos farmacéuticos requieren para fortalecer el ejercicio de su profesión y su rol de administrador de un local de farmacia privada. El programa tuvo una duración de 96 horas en modalidad online y convocó a 95 químicos farmacéuticos de todo Chile. Los participantes recibieron sus certificados de aprobación en una ceremonia realizada en la casa de estudios, a la que asistieron autoridades académicas y de Salcobrand.
 - Curso Especialista en Salud y Bienestar: esta actividad, desarrollada exclusivamente para auxiliares de farmacia, tiene como objetivo fortalecer su formación, ya que cumplen un rol fundamental en la atención a clientes-pacientes, tanto en la dispensación de medicamentos como en la entrega de asesoría especializada. Abordó temas como salud respiratoria, salud cardiovascular (hipertensión y dislipidemias), salud mental (trastornos depresivos) y patologías dermatológicas. En total, participaron en este curso 300 colaboradores de este segmento.
 - Curso Especializándote en Salud para Contribuir al Bienestar de las Personas II: exclusivo para químicos farmacéuticos, su objetivo es continuar fortaleciendo su formación como profesionales que cumplen un importante rol en las farmacias que son concebidas actualmente como centros de salud. El curso convocó a 150 colaboradores, los que fueron capacitados en temas como salud mental del adulto mayor (con énfasis en las demencias), salud respiratoria, actualización sobre diabetes tipo 2, patologías dermatológicas y su manejo terapéutico.
- **Alianzas con proveedores:** como parte de estos acuerdos, realizamos 32 webinars en el año, con una participación total de 2.021 colaboradores, quienes se actualizaron en materias de salud y especialmente adquirieron conocimientos sobre nuevos medicamentos, información que es muy relevante dado el dinamismo del mercado farmacéutico. En estas instancias, los asistentes pudieron reforzar sus conocimientos para ofrecer una atención adecuada a los clientes, no solo en lo que respecta a la dispensación de medicamentos, sino también en la entrega de una buena asesoría y, de esta manera, contribuir a su bienestar. En estos espacios se abordaron temas relacionados con las características y beneficios de los productos farmacéuticos, con énfasis en patologías crónicas y la prevención y mejora de la salud mediante el uso de vitaminas y suplementos.
- **Gerencia Comercial Farma:** con el apoyo activo del Área de Formación, esta unidad amplió el alcance de las Ferias de Salud a más ciudades, con el fin de cubrir a un mayor número de colaboradores. Estas actividades tienen como finalidad actualizar los conocimientos de los equipos a través de charlas que realizan los representantes de los laboratorios participantes. Organizados en Santiago, Viña del Mar, Concepción, La Serena y Puerto Montt, estos encuentros reunieron a un promedio de 700 químicos farmacéuticos y auxiliares de farmacia por jornada.



b) Focos de la capacitación en Preunic

En 2024, logramos consolidar la Escuela de Belleza de Preunic como el principal centro de formación de los colaboradores y el lugar donde nuestros equipos pueden acceder a toda la información que requieren para ofrecer una asesoría especializada a los clientes en categorías estratégicas para el negocio, de una forma cercana, clara y asertiva.

Para alcanzar este objetivo, durante el año 2024 dirigimos nuestros programas de capacitación especialmente hacia la fuerza de venta general y los focalizamos en las categorías de cuidado y coloración capilar, así como también en cuidado personal, con énfasis en higiene bucal y cuidado de adultos.

Estos cursos los desplegamos en modalidad e-learning a través de 16 cápsulas audiovisuales.

Adicionalmente, en 2024 organizamos 22 charlas presenciales y 66 webinars, con el apoyo de nuestros proveedores

estratégicos, que buscan reforzar el conocimiento de los colaboradores sobre estos conceptos y mantenerlos actualizados en torno a nuevos productos y tendencias a lo largo de todas nuestras tiendas.

Otro de nuestros grupos prioritarios del año en términos de capacitación fueron las "Skin expert". Para este segmento, diseñamos un proceso de formación diferenciado, cuyo propósito fue reforzar los conocimientos que exige una asesoría experta en el cuidado de la piel del rostro.

Comenzamos su formación en modalidad e-learning con 5 cápsulas sobre técnicas de venta y 6 cápsulas con todos los conocimientos relevantes del skincare, aprendizaje que fue profundizado con más de 30 capacitaciones que se desarrollaron tanto en regiones como en Santiago.

Cifras relevantes Escuela Preunic

102



Impacto: +10 puntos en el driver asesoría vs 2023 y 83% satisfacción clientes en asesoría

Modalidad híbrida de inducción

La aplicación estandarizada de este nuevo modelo en los puntos de ventas en Salcobrand y Preunic nos ayudó a mejorar la experiencia de ingreso de los nuevos colaboradores. Con webinars y cápsulas, este sistema nos permitió entregar una formación base para que los nuevos colaboradores puedan conocer y realizar sus funciones y ejercer sus cargos de la mejor forma.

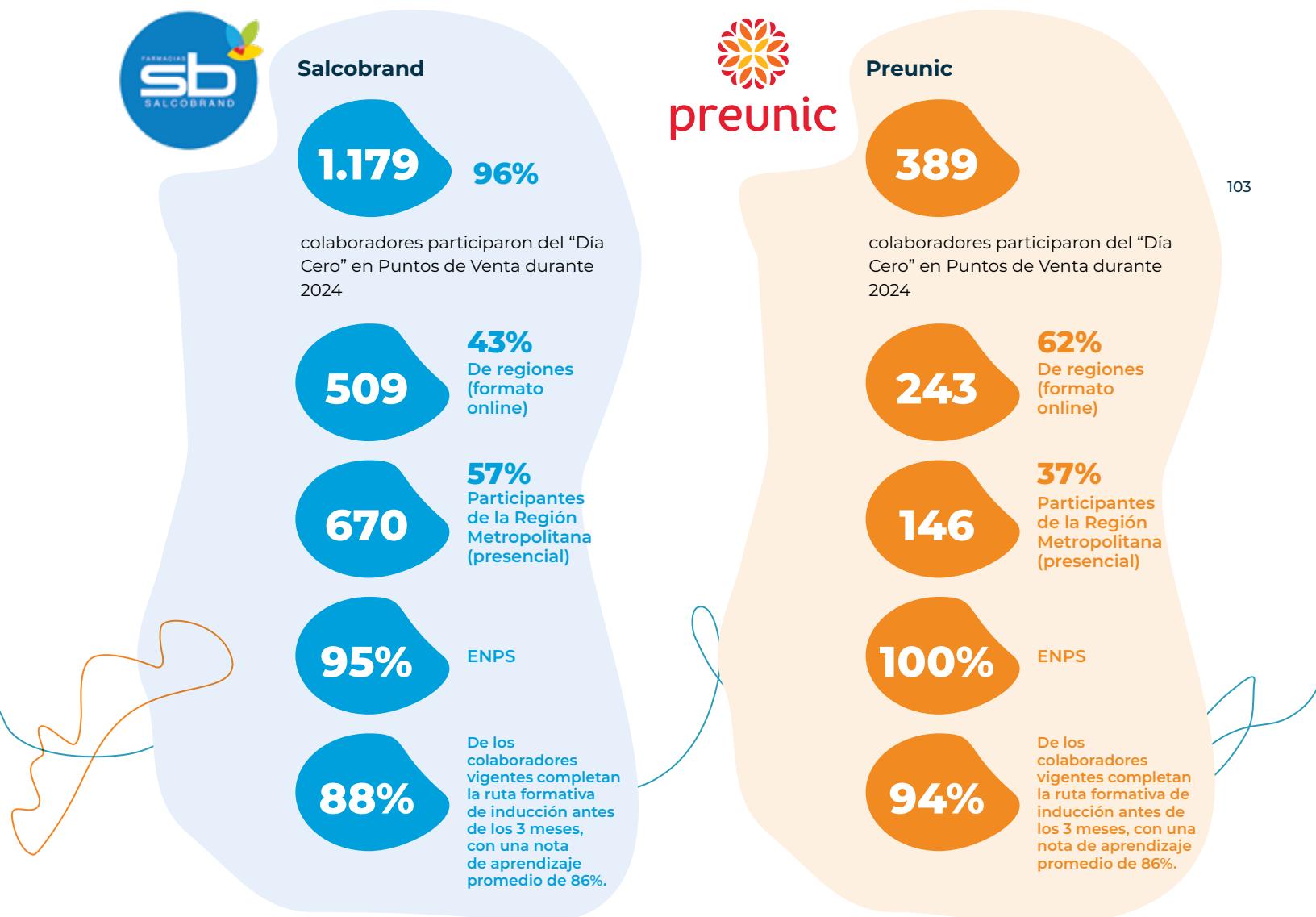
En el marco de esta modalidad, en su primer día de trabajo, los colaboradores de Santiago fueron recibidos de manera presencial por el equipo de inducción.

Los colaboradores de regiones, por su parte, se conectaron vía streaming a una sesión de capacitación de ocho horas, en la cual recibieron formación sobre:

- Cultura ESB y de Salcobrand y Preunic, incluyendo sus estrategias, propósitos, sellos y valores.
- Temas operativos, como uso y manejo de POS, manejo de inventario, NPS, experiencia de clientes, protocolo de atención y programas Mi Salcobrand y Mi Preunic, entre otros.

Posteriormente, los colaboradores debieron completar una ruta formativa, en formato e-learning, que les permitió profundizar sus conocimientos sobre las distintas materias que deberán manejar según sus cargos.

Cifras relevantes modelo de inducción híbrido



Montos destinados a capacitación por Empresas SB en 2024

\$1.311.006.264

Monto total destinado a capacitación por Empresas SB en 2024

0,11%

Porcentaje de los ingresos de la compañía que representa esta cifra

Número total del personal capacitado y el porcentaje que ese número representa de la dotación total, por sexo y cargo

Alta Gerencia



Jefatura



Fuerza de Venta



Auxiliar



Otros técnicos



Gerencia



Operario



Administrativo



Otros profesionales



Total



Promedio de horas de capacitación por persona en el año

Entre número de capacitados

8.355

Nº de colaboradores

530.448

Horas totales de capacitación

63

Promedio de horas

Entre el total de la dotación

9.604

Nº de colaboradores

530.448

Horas totales de capacitación

55

Promedio de horas

Empleados que reciben una evaluación de desempeño

Alta Gerencia

 **10**
Hombres

 **0**
Mujeres

10
Total

Gerencia

 **44**
Hombres

 **36**
Mujeres

80
Total

105

Jefaturas

 **774**
Hombres

 **567**
Mujeres

1.341
Total

Fuerza de venta

 **1.334**
Hombres

 **3.340**
Mujeres

4.674
Total

Administrativos

 **272**
Hombres

 **362**
Mujeres

638
Total

Otros profesionales

 **209**
Hombres

 **58**
Mujeres

267
Total

Total

 **2.643**
Hombres

 **4.367**
Mujeres

7.010
Total

Reconocimiento

En mayo de 2024 lanzamos oficialmente nuestro nuevo Portal de Reconocimiento, un espacio que permite a todos los colaboradores de la compañía reconocer a sus equipos, pares y líderes de acuerdo con los atributos del Sello ESB.

En comparación con su versión anterior, esta plataforma dispone de un sistema de acceso más simple, que no exige conexión a la red empresa, lo que significa que permite realizar reconocimientos desde cualquier ubicación.

En lo que se refiere al programa ESB Me Reconoce, durante el año:

- Logramos incrementar su tasa de uso en 21% al mes de octubre.
- Para promoverlo, eliminamos las tarjetas de reconocimiento y suspendimos la inclusión del código en el otorgamiento de pines. Esto facilitó el proceso de reconocimiento y ofreció una experiencia más sencilla y eficiente para el colaborador.
- El programa mantuvo el sistema de reconocimiento entre pares y la entrega de pines en torno a los cuatro atributos del Sello ESB. Esta relación optimizó la selección de candidatos para las ceremonias de reconocimiento y permitió a los líderes proponer a sus postulantes directamente desde el portal.

106

Respecto de las instancias que desarrollamos en el año para la entrega de reconocimiento, algunos aspectos que podemos destacar fueron los siguientes:

- Realizamos 29 ceremonias interáreas, 16 presenciales y 13 virtuales.
- En la ceremonia anual, incorporamos actividades lúdicas en los recesos para que los colaboradores pudieran sacarse fotos con sus equipos.
- En esta ceremonia de cierre de año, además, presentamos oficialmente a los nuevos corpóreos de Salcobrand y Preunic.

Reconocimientos entregados en el año

Ítem	2024
Reconocimientos online entregados en 2024	5.264
Pines de reconocimiento entregados	2.574
Reconocimientos por antigüedad	32
Total de reconocimientos entregados a través del Portal	7.838
Reconocimientos individuales entregados en la Ceremonia Anual	57
Reconocimientos entregados a los equipos en la Ceremonia Anual	8

29 ceremonias interáreas

16 presenciales

13 virtuales, en las que se reconocieron personas que cumplían 30 años de antigüedad

Clima

En materia de medición de clima, uno de los hechos relevantes del año fue que reanudamos la aplicación de nuestra evaluación anual. En su versión 2024, este termómetro arrojó resultados generales levemente inferiores a los observados en la medición de 2023.

Entre sus conclusiones más importantes destacaron:

- Las dimensiones de gestión mejor evaluadas fueron "Clima para el servicio al cliente", "Claridad de Rol", "Compromiso", "Respeto" y "Satisfacción".
- El área que registró el mayor aumento en el resultado de la evaluación fue la Gerencia Corporativa de Tecnología, que obtuvo una puntuación de 78,30.
- En contraste, el área que anotó la mayor caída en sus resultados fue la Gerencia General, que registró una disminución de más de 10 pp respecto de 2023.

Para abordar las oportunidades de mejora que identificamos a partir de esta medición, definimos tres dimensiones críticas a trabajar: "Liderazgo", "Manejo de Conflictos" y "Reconocimiento".

Cada una de estas dimensiones las cubriremos a nivel organizacional a través de acciones específicas, dependiendo del equipo involucrado y en línea con los siguientes enfoques:

- **Liderazgo:** se potenciará a través de la Academia de Líderes, mediante un programa de liderazgo de tres semestres, en el cual se abordarán las materias operativas, la gestión de personas y los aspectos culturales que los líderes deben conocer y asumir al momento de desempeñar sus funciones.
- **Manejo de Conflictos:** se abordará a través de una mesa estratégica liderada por la Gerencia de Personas, en la cual se identificarán acciones preventivas y reactivas, y se potenciará, desde todos los programas de la Gerencia, el conocimiento, la aplicación y el mantenimiento de las habilidades en el manejo de conflictos.
- **Reconocimiento:** para abordar esta dimensión, trasladamos el programa desde el equipo de Oferta de Valor al de Desarrollo Organizacional. Además, tomamos la decisión de actualizar el programa, en el marco de la definición de una nueva estrategia para su difusión y aplicación, que incluya metas para los líderes.

107

Evaluación de clima laboral por filial

Empresa	Dimensión	Resultados
EMPRESAS SB	Dimensiones mejor evaluadas	Claridad del rol 83,77
		Engagement 81,55
		Respeto 80,45
	Dimensiones peor evaluadas	Identificación 68,21
		Reconocimiento 65,35
		Compensaciones y beneficios 59,86
Clima general Empresas SB		73,93

Empresa

Dimensión

Resultados



Clima general Salcobrand **72,81**

Dimensiones mejor evaluadas

Claridad del rol

83,62

Engagement

80,00

Respeto

79,55

Dimensiones peor evaluadas

Identificación

66,73

Reconocimiento

63,84

Compensaciones y beneficios

59,18

Clima general Preunic **74,34**

Dimensiones mejor evaluadas

Claridad del rol

84,35

Engagement

82,17

Satisfacción

80,54

Dimensiones peor evaluadas

Ambiente físico

68,79

Reconocimiento

65,53

Compensaciones y beneficios

60,72

Gestión de proyectos con impacto en los colaboradores

En 2022, en Empresas SB creamos una Subgerencia de Proyectos Estratégicos de Personas para liderar y gestionar las iniciativas transversales del negocio con potencial de afectar masivamente a las personas. Por las características de esta labor, para desarrollar su función, esta unidad opera con un modelo de mesas de trabajo interdisciplinarias, que le permiten generar soluciones con distintos enfoques y a partir de habilidades, experiencias y conocimientos diversos. En 2024, con este sistema de gestión, esta Subgerencia se focalizó en cuatro proyectos clave:

- **Programa CERCA:** es un programa de negocio que busca potenciar las capacidades organizacionales de gestión y ventas, con el fin de impactar de forma relevante la experiencia de compra de nuestros clientes. En 2024, su foco principal estuvo en definir los resultados esperados en la medición de productividad, proceso que comenzó en 2023.

109

Estas metas establecidas fueron:

- › lograr que el 100% de la zona anualmente alcance una productividad promedio del 95% o más (Cumple o más), y
- › lograr que el 70% de la dotación anualmente alcance una productividad promedio de 95% o superior (Cumple o más).

Al cierre de año, en ambos desafíos, los resultados fueron los siguientes:

a) Objetivo 1:

Zonas:

promedio **101,45%**
de productividad

Locales:

promedio **102,75%**
de productividad

Vendedores:

promedio **100,38%**
de productividad

b) Objetivo 2:

Vendedores:

71,5% en rangos de cumple o más

La participación de todos los locales a nivel nacional ha sido gratamente manifestada a través del interés que muestran sobre todo los líderes de cada uno de nuestros locales, presentando un alto porcentaje de asignación de tareas mediante el aplicativo.

Además, se agregó como eje principal en la inducción de los líderes que se encontrarán en nuestros locales a lo largo del país webinars online en los cuales tenemos como relator principal a un jefe zonal comercial, quien explica el programa e incentiva a los líderes a que utilicen esta herramienta, que en su día a día es de gran ayuda.

- **Mejora en Sistematización de Renta Variable para Preunic:** para desarrollar este proyecto, los equipos de User Experience de Tecnología, Procesos y Negocio Dermo/Belleza diseñaron una nueva estructura web que permite visualizar en línea los incentivos variables percibidos por los colaboradores de esta cadena. Como parte de este proceso, realizaron visitas a locales y entrevistas a los colaboradores con el fin de obtener feedback personalizado. Finalmente, entregaron los prototipos al equipo de Tecnología para su evaluación y futuro desarrollo web. Al cierre de 2024, estas maquetas estaban siendo utilizadas para realizar desarrollos en Preunic, con el objetivo de estandarizar y mejorar la entrega de información de monitoreo de las ventas a todos y cada uno de nuestros colaboradores.

En agosto, en tanto, lanzamos la visualización en línea de algunos de los incentivos variables más relevantes para la fuerza de venta de las tiendas Preunic en la Intranet de Comunidad ESB. Como parte de esta implementación, logramos que los 1.787 colaboradores pertenecientes a este segmento pudieran tener acceso a información online sobre dichos incentivos.

En la misma línea, entre mayo y junio de 2024, el equipo de Procesos, Control de Gestión y Tecnología comenzó a utilizar el software de cálculo de comisiones percibidas por la fuerza de venta de Preunic, lo que permitió avanzar a un modelo automático de cálculo de pagos en base a los incentivos descritos anteriormente.

- **Complemento a Información de Renta Variable en SB:** durante el año 2024 se habilitaron el anexo 54 bis y el anexo Detalle de Transacciones, como una vía adicional para informar a nuestros vendedores respecto del detalle de las ventas realizadas y sus respectivos pagos. Cada mes enviamos a los correos personales de nuestros colaboradores esta información para que puedan revisar el detalle de su remuneración variable de todos los conceptos que hayan percibido en el mes anterior. Finalmente, este proceso de envío de información se automatizó, con lo que logramos una mayor eficiencia en la elaboración de estos anexos.

- **Levantamiento del nuevo motor de renta variable ESB:** la compañía se propuso buscar un nuevo motor de renta variable, que logre sistematizar el 100% de los procesos de cálculos respecto de los distintos incentivos de renta variable que perciben los colaboradores, teniendo acceso

a información actualizada y en línea, que pueda ser visualizada por los usuarios finales, en cumplimiento a la normativa laboral vigente en Chile. Por esta razón, se presupuestó la adquisición de un nuevo motor de comisiones, que permitirá calcular todos los incentivos variables que le corresponden a los colaboradores de Empresas SB. Con esta herramienta, agilizaremos el proceso de pago de dichos ingresos y profundizaremos aún más el nivel de transparencia que nos hemos propuesto entregar a nuestros colaboradores, logrando autonomía a las áreas para elaborar o ajustar sus procesos, disminuir su carga administrativa y optimizar el tiempo que dedican a realizar esta gestión, y brindar una mejor experiencia a nuestros colaboradores.

Para avanzar en este objetivo, se actualizaron todos los procesos de cálculo de incentivos variables y manuales funcionales correspondientes a la fuerza de venta de Salcobrand y Preunic.

Y paralelamente a la habilitación del software de cálculo de comisiones para procesar los pagos variables de los colaboradores, el proveedor de la herramienta capacitó a los equipos responsables, con el objetivo de garantizar que cuenten con los conocimientos para gestionar estos procesos de manera autónoma y eficiente.

- **Lanzamiento de plataforma de aprendizaje en línea:** entre agosto y septiembre de 2024, en colaboración con el equipo de Formación, instalamos una plataforma de aprendizaje en línea para las subgerencias de Tecnología, mediante Coursera. En este proceso participaron seis líderes, quienes brindaron apoyo en la habilitación de este portal. Además, en esta fase inicial, se habilitaron cursos relacionados con los puestos de trabajo de 50 colaboradores. Con esta implementación, abrimos un catálogo de más de 4.000 programas de aprendizaje, lo que nos permitirá impulsar el desarrollo de habilidades y la adquisición de nuevos conocimientos entre todos los colaboradores.

Salud y Seguridad



En línea con nuestro propósito de brindar a las personas lo mejor en salud, belleza y bienestar, para que se sientan bien, estén donde estén, en Empresas SB, procuramos garantizar a los colaboradores ambientes laborales sanos y seguros, para que puedan desarrollar sus funciones sin riesgo de accidentes o de exposición a enfermedades profesionales.

Con ese objetivo, todos los años, desarrollamos planes y programas a través de los cuales ponemos a disposición de las personas los conocimientos, condiciones laborales y el equipamiento que requieren para desplegar sus talentos en un entorno seguro.

Como parte de esta labor, durante 2024, algunos de nuestros principales avances fueron:

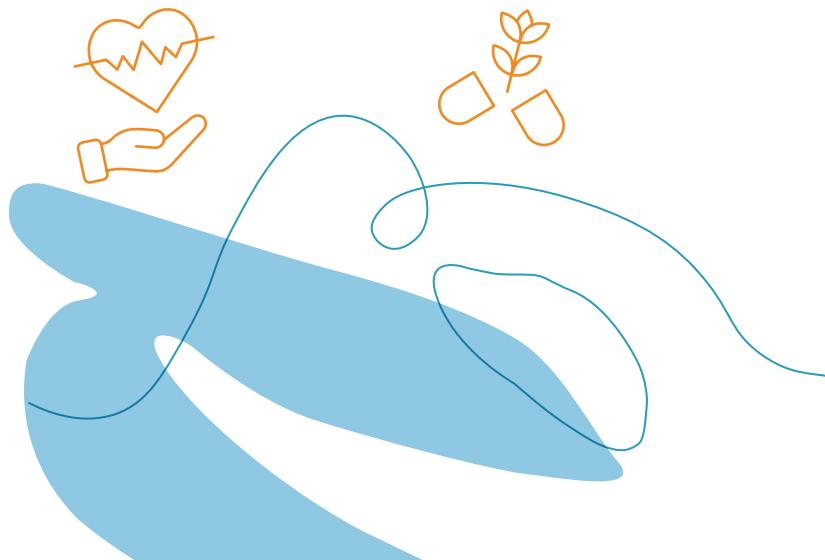
- En el ámbito de la gestión interna, revisamos y actualizamos nuestros procesos base, con apoyos externos y nuevas tecnologías. Estas intervenciones nos permitieron ser más ágiles y optimizar los recursos.
- Continuamos realizando visitas presenciales a nuestras tiendas Preunic y locales Salcobrand como parte del programa de Prevención de Riesgos interna. Estos controles se sumaron a los que realiza nuestro programa Vive Seguro, que abordamos en nuestros centros de distribución de ambas cadenas, para promover y reforzar nuestras conductas de seguridad.
- Desarrollamos una nueva modalidad para constituir comités paritarios (CPHS), 100% digital y validada por la Dirección del Trabajo, que permite que los colaboradores, en apenas 2 minutos, voten y escoger a sus representantes. Con este sistema dejamos de utilizar procesos manuales de larga duración que a veces involucraban el traslado de los colaboradores.
- Cada una de nuestras instalaciones cuenta con evaluaciones de riesgos y planes de emergencia y evacuación. Los recintos estratégicos, como los centros de distribución de Salcobrand y Preunic, disponen -además- de brigadas de emergencias. Estos grupos reciben entrenamiento frecuente por parte de un instructor profesional, que los prepara para entregar una primera respuesta ante distintos tipos de emergencias.
- Elaboramos una nueva Política de Seguridad y Salud en el Trabajo para Preunic y Salcobrand, que lanzaremos en 2025. Este documento formaliza los compromisos

de Empresas SB en materias como cumplimiento legal, identificación de peligros, participación de colaboradores en los distintos procesos y la consideración de las necesidades de los distintos grupos de diversidad en cada uno de los procesos.

- Seguimos impulsando el programa Equilibradamente, cuyo objetivo es apoyar la salud de los colaboradores desde un enfoque físico, mental, financiero y legal. Como parte de esta iniciativa, en 2024, se desarrollaron 14 operativos de salud a nivel nacional, que involucraron más de 1.300 atenciones de salud gratuitas, además de 13 actividades educativas online, en las que participaron más de 1.000 colaboradores. Además, lanzamos el primer podcast de Empresas SB sobre salud financiera.

Equilibradamente también contempla beneficios y cuenta con un espacio en la plataforma Comunidad ESB, a través de la cual los colaboradores pueden acceder a atenciones psicológicas y nutricionales, y asesorías financieras o de carácter legal o social.

- En lo que se refiere a capacitación, además de los cursos que se dictan en el marco del programa Vive Seguro, en el segundo semestre de 2024, desarrollamos actividades formativas e intervenciones relacionadas específicamente con el manejo de la violencia externa, un concepto que incluye tanto eventos delictuales, con o sin intimidación, como situaciones de conflicto con clientes.



Evolución de indicadores clave

Gracias a todos estos esfuerzos, en 2024 logramos reducir respecto del año anterior los accidentes "tradicionales" (producidos, en general, por golpes, caídas, atrapamientos y cortes, entre otras causales). Esta favorable evolución también nos ubicó en una posición de liderazgo en la industria.

Este logro lo alcanzamos en un período marcado para la empresa por el aumento de los robos con violencia, un fenómeno externo que generó un aumento en nuestros indicadores de seguridad estratégicos y que estamos abordando con distintas herramientas de carácter preventivo.

Indicadores generales de salud y seguridad

Tasa de Accidentabilidad (por cada cien trabajadores)



2,54%



1,72%

Tasa de Fatalidad (por cada cien trabajadores)



0%



0%

Tasa de Enfermedades Profesionales (por cada cien trabajadores)



0,38%



0,08%

Promedio de días perdidos por accidentes durante el año



12,92



25,36

Capacitación en Salud y Seguridad

Indicador

2022

2023

2024

Horas destinadas a capacitación	61.587	65.808	56.924
Número de actividades de capacitación	27	14	13
Promedio de horas de formación en seguridad / total empleados	7	7	6

Otros indicadores de Salud y Seguridad por filial

	2022	2023	2024
Tasa de Siniestralidad Accidentes	 42,78  26,50	 35,41  44,97	 32,83  43,66
Total días perdidos por accidentes	 2.508  652	 2.071  1.101	 1.964  1.065
Total accidentes	 93  39	 111  45	 152  42
Tasa de Siniestralidad Enfermedades	 18,40  8,17	 10,40  4,57	 9,43  0,66
Tasa de Enfermedades Profesionales	 1,04  0,93	 0,29  0,12	 0,38  0,08

Desempeño en salud y seguridad de las empresas contratistas

En 2024, los indicadores de nuestras empresas contratistas consolidaron la evolución positiva que venían registrando en los últimos años, como resultado del trabajo conjunto que hemos desplegado para garantizar la seguridad de las personas y promover entornos seguros.

El desempeño de las empresas externas en materia de salud y seguridad lo monitoreamos a través de

revisiones periódicas de antecedentes y controles en terreno cuando se trata de labores críticas o que presenten un alto nivel de riesgo.

En virtud de esta gestión, en el último año tampoco registramos accidentes fatales entre nuestras empresas contratistas.



Seguridad de las Instalaciones

Desde nuestra mirada integral de la seguridad, en Empresas SB, buscamos garantizar tanto la protección de clientes y colaboradores como el resguardo del patrimonio económico de la compañía, lo que incluye sus activos, productos, locales, puntos de venta e instalaciones corporativas.

En el contexto de esta labor, en 2024, impulsamos estrategias orientadas a reducir las brechas de victimización y aumentar el Índice de Frustración de Delitos. Además, adaptamos nuestros planes de acción a las modalidades delictivas emergentes, especialmente a aquellas que afectan a las cadenas de farmacias, a partir de la identificación de patrones como los "turbazos" y el diseño de respuestas efectivas frente a estas amenazas.

Del mismo modo, desarrollamos e implementamos una plataforma de consulta en línea con todos los locales de la empresa que disponen de servicios de Guardias de Seguridad, con el objetivo de controlar que estos colaboradores externos estén debidamente certificados por la Autoridad Fiscalizadora (OSTO) al momento de comenzar a prestar esta función.

Como resultado de esta gestión, algunos de nuestros avances fueron:

- Implementamos nuevas acciones para mitigar Delitos Menores (hurtos violentos), lo que incluyó medidas como mejoras en el sistema de uso de botones de pánico, aumento de dispositivos de cañones de humo y guardias tácticos en locales altamente victimizados. Su aplicación contribuyó a:
 - › La mitigación de la victimización en locales con alta incidencia delictiva.
 - › Una mayor eficacia en la detención de delincuentes.
 - › El desbaratamiento de varias bandas criminales.
 - › El fortalecimiento de la contención psicológica y judicial para colaboradores afectados.
- Este procedimiento lo lanzamos en un período marcado por un leve aumento en el Índice de Victimización de Delitos de Mayor Connotación Social (Robos con Intimidación y Robos con Fuerza), como consecuencia del incremento de la actividad delictual que se registra en el país.
- Obtuvimos un 76% en el Índice de Frustración de Delitos, que mide la inhibición de actos ilícitos en contra de nuestros locales.
- Este buen desempeño obedeció, entre otros factores, a la coordinación interna y externa que logramos con actores clave, como el Área Jurídica, el Ministerio Público, las policías y los servicios de seguridad comunal, para avanzar en la captura y aplicación de medidas cautelares contra miembros de bandas delictuales. Este trabajo conjunto tuvo un impacto positivo en la disminución de pérdidas, lo que nos permitió mejorar nuestros indicadores de control correspondientes.

En torno a estas materias, nuestros principales objetivos para 2025 son los siguientes:

- Disminuir la victimización en locales y colaboradores, fortaleciendo la prevención y frustración de delitos, tanto de Mayor Connotación Social (Robos y Asaltos) como Hurtos Violentos (Turbazos y Hurtos Violentos Dermo*), al incrementar la capacidad de respuesta ante incidentes delictivos.
- Al registro y control estadístico de los delitos de MCS hemos agregado estos mismos indicadores diarios respecto de los Hurtos Violentos (Turbazos y Hurtos Dermo), con la finalidad de generar mejores estrategias de prevención y mitigación.
- Optimizar la seguridad en transportes, con tecnologías avanzadas y protocolos adicionales para garantizar la integridad de nuestros colaboradores, así como también para la reposición oportuna y segura de productos en nuestros puntos de venta.
- Promover una cultura de seguridad, a partir de la participación activa de colaboradores y aliados estratégicos, y de la creación de sinergias que fortalezcan nuestras capacidades de prevención y respuesta.
 - › Dentro de este contexto, en mayo del presente año se inició un proyecto con la empresa ALTO, tendiente a la prevención delictual, el aumento de sensación de seguridad y la disminución de la pérdida.
- Mantener el control de las certificaciones de los guardias de seguridad.
 - › En esa línea, a comienzos de 2025 se implementó un sistema de control financiero y administrativo de proveedores, con el objetivo de minimizar riesgos que afecten nuestra empresa. En este sistema participan las áreas de Finanzas, Relaciones Laborales y Área Jurídica.

(*) Este término se refiere a hurtos de "mecheros" que van directo a las vitrinas de productos Dermo (cremas y cosméticos de mayor valor).

Relaciones Laborales



→ **Cumplimiento de la Ley Karin:** durante 2024, en Empresas SB, impulsamos diferentes acciones orientadas a adaptar nuestros marcos internos a las exigencias de la nueva Ley N°21.643, más conocida como Ley Karin. Estos ajustes contemplaron la revisión y actualización tanto de los procedimientos y protocolos que guían nuestras investigaciones, los que, además, incorporamos al Reglamento Interno de Higiene y Seguridad, que entregamos a todos los colaboradores. Asimismo, realizamos una capacitación al equipo investigador, para interiorizarlo sobre las nuevas disposiciones que rigen para estos procesos.

En el ámbito de los liderazgos, impulsamos un plan de capacitación sobre esta nueva ley, de carácter presencial y virtual, en el que participaron todas las jefaturas de Empresas SB y gran parte de los colaboradores. En esta línea, asimismo, desarrollamos una campaña de difusión a través de los medios de comunicación formales de la empresa y lanzamos una cápsula informativa en la Intranet Comunidad ESB.



Ítem

Respuesta

115

Porcentaje de la dotación capacitado en el protocolo de prevención del acoso sexual, laboral y la violencia en el trabajo de la compañía

30%

Porcentaje de la dotación capacitado en el procedimiento de investigación y sanción al que quedan sometidas dichas conductas que hubiere sido implementado por la entidad

30%

Porcentaje de líderes capacitados en la Ley 21.643

95%

Información sobre denuncias

Denuncias presentadas por hombres

Denuncias presentadas por mujeres

Número total de denuncias de acoso sexual

2 **10**

Denuncias de acoso sexual presentadas ante la empresa

2 **10**

Denuncias de acoso sexual presentadas ante la Dirección de Trabajo

0 **0**

Número total de denuncias de acoso laboral

57 **221**

Denuncias de acoso laboral presentadas ante la empresa

51 **201**

Denuncias de acoso laboral presentadas ante la Dirección de Trabajo

6 **20**

Número total de denuncias por violencia en el trabajo

3 **9**

Denuncias de violencia en el trabajo presentadas ante la empresa

3 **7**

Denuncias de violencia en el trabajo presentadas ante la Dirección del Trabajo

0 **2**

→ **Gestión de la relación con los sindicatos:** en Empresas SB, reconocemos el importante rol que juegan los sindicatos como aliados estratégicos para la construcción de entornos laborales cada vez más seguros y atractivos, y en el cumplimiento de nuestros principales objetivos corporativos.

Desde este enfoque, nos interesa mantener con ellos una relación permanente, fluida y transparente, que facilite el trabajo conjunto en beneficio de nuestros colaboradores. Con este objetivo, realizamos con cada una de estas organizaciones reuniones permanentes de diálogo bidireccional, en las que damos cuenta de los principales avances y desafíos del negocio y recogemos sus inquietudes, preocupaciones y propuestas.

Estas instancias nos permiten, además, detectar oportunidades para potenciar el trabajo de los equipos y mejorar sus condiciones laborales, lo que afianza y refuerza nuestro compromiso con el bienestar de todas las personas que integran la organización.

Negociaciones colectivas

En 2024, desarrollamos exitosos procesos de negociación colectiva con los siguientes sindicatos:

- › Sindicato Maticard Preunic
- › Sindicato N°1 de SB
- › Sindicato del Centro de Distribución de SB
- › Sindicato de Inversiones SB

Cada uno de estos procesos culminó de manera óptima, tanto en términos financieros y de sostenibilidad como en lo que respecta a las buenas relaciones mutuas. Dichos acuerdos, además, se firmaron teniendo como horizonte de cumplimiento un plazo máximo de 3 años.

Como parte de la gestión de relaciones laborales del último año, también destaca la coordinación alcanzada con los sindicatos para la implementación de la jornada laboral de 40 horas y la Ley Karin.

Sindicatos

2024

116

Sindicato	Número de afiliados	% respecto del negocio*
2024		
Salcobrand		
Sindicato Nacional N°1 Empresa Salcobrand	1.720	27,22%
Sindicato Nacional de Trabajadores de la Empresa Farmacéutica Salcobrand S.A (S2)	2.250	35,61%
Sindicato de Establecimiento Bodega Central de la Empresa Salcobrand S.A.	274	4,34%
Sindicato de Químicos Farmacéuticos de Empresas SB	758	12,00%
Preunic		
Sindicato de Establecimientos de Centro de Distribución Empresa Preunic S.A.	53	2,20%
Preunic S.A. con Sindicato Interempresa Matic Kard Preunic Filiales y Otros	152	6,30%
Sindicato Nacional N°3 de Trabajadores Preunic S.A.	506	20,97%
Sindicato Nacional de Trabajadores de Empresa Preunic S.A	4	0,17%
Medcell		
Sindicato de Empresa N°1 Medcell	20	13,89%
Inversiones SB S.A.		
Sindicato de Empresa Inversiones SB S.A.	366	53,44%

* Porcentaje de colaboradores sindicalizados respecto del total del negocio

Inclusión y Diversidad

En Empresas SB, impulsamos de manera permanente programas y acciones orientados a erradicar toda forma de discriminación y acoso, construir equipos inclusivos y multiplicar nuestro impacto en el entorno, porque creemos que la inclusión y la diversidad nos hacen una mejor organización, más creativa, flexible y amable, conectada con la realidad del país y atractiva para los nuevos talentos.

Desde esta mirada, desarrollamos nuestra labor en estos ámbitos en línea con los objetivos de la Estrategia de Inclusión y Diversidad de la compañía.

Este plan lo diseñamos para retener y atraer el talento, fomentando e impulsando el valor de la diversidad, aceptando el sello propio de cada colaborador, plasmando un compromiso empresarial de respeto por las diferencias y facilitando ambientes laborales inclusivos, gestionados de manera responsable, para incorporar una fuerza de trabajo diversa que pueda comprender las necesidades de nuestros clientes, también diversos”.

Esta estrategia establece, además, que los grupos prioritarios con los que trabajaremos en la compañía en materia de diversidad son los siguientes:

- › Personas de 60 años y más
- › Diversidad sexual
- › Personas con discapacidad
- › Interculturalidad

Acciones para promover la Inclusión y la Diversidad

En 2024, en el marco de los compromisos que declaramos en nuestra Política de Inclusión y Diversidad, desarrollamos las siguientes acciones:

- **Capacitación en inclusión y diversidad en la Academia de Liderazgo:** incorporamos estos temas en el programa del Foro 2 de la Academia, con la finalidad de permear a los equipos ejecutivos con esta mirada.
- **Cumplimiento de los estándares de la Ley de Inclusión:** de manera anticipada a la actualización de la Ley de Inclusión, seguimos trabajando para cumplir con nuestra promesa de implementar una cuota de inclusión de personas con discapacidad del 2% de la dotación.
- **Gobernanza a cargo del Comité de Diversidad:** en el ámbito de nuestra gestión, destacamos como parte del trabajo anual de este órgano el envío constante de información sobre temas relevantes de inclusión y diversidad a nuestros colaboradores, la participación de la empresa en el “Mes del Orgullo” de Pride Connection y dos reuniones con la red interna de gestores de inclusión para coordinar acciones futuras.
- **Participación en instancias colaborativas:** desarrollamos proyectos conjuntos y colaboramos con organizaciones como Pride Connection, participando en la Radiografía que esta organización realiza todos los años, y formamos parte del Comité Ejecutivo de la Red de Empresas con Experiencia (Senior Lab de la Universidad Católica) y la Red de Empresas Inclusivas (REIN, de Sofifa). Con esta última organización, organizamos mentorías para otras empresas y colaboramos en la elaboración del informe anual de la MILE, medición que permite evaluar el nivel en el que se hallan las organizaciones en materia de inclusión de personas con discapacidad.



7^a Semana de la Diversidad

En 2024, celebramos la 7^º edición de nuestra Semana de la Diversidad, instancia que desarrollamos con el propósito de destacar “el valor de ser uno mismo”.

Como parte de este evento, en esta ocasión realizamos dos jornadas de capacitación sobre jubilación en conjunto a la organización Misiones.

Además, lanzamos el “Telescopio de la Diversidad”, una serie de historias que destacan diferentes perfiles de colaboradores cuyas características e individualidades aportan valor a la compañía.

El objetivo de esta actividad fue transmitir el mensaje de que la diversidad es algo que va más allá del género, la orientación sexual, la etnia o la situación

de discapacidad, sino que radica en las múltiples habilidades y miradas desde las que cada persona puede enriquecer a una organización. En este sentido, el enfoque de diversidad de la empresa se amplía a todas las personas, entendiendo que cada una de ellas aporta una mirada única a partir de sus experiencias de vida, aptitudes y aprendizajes.

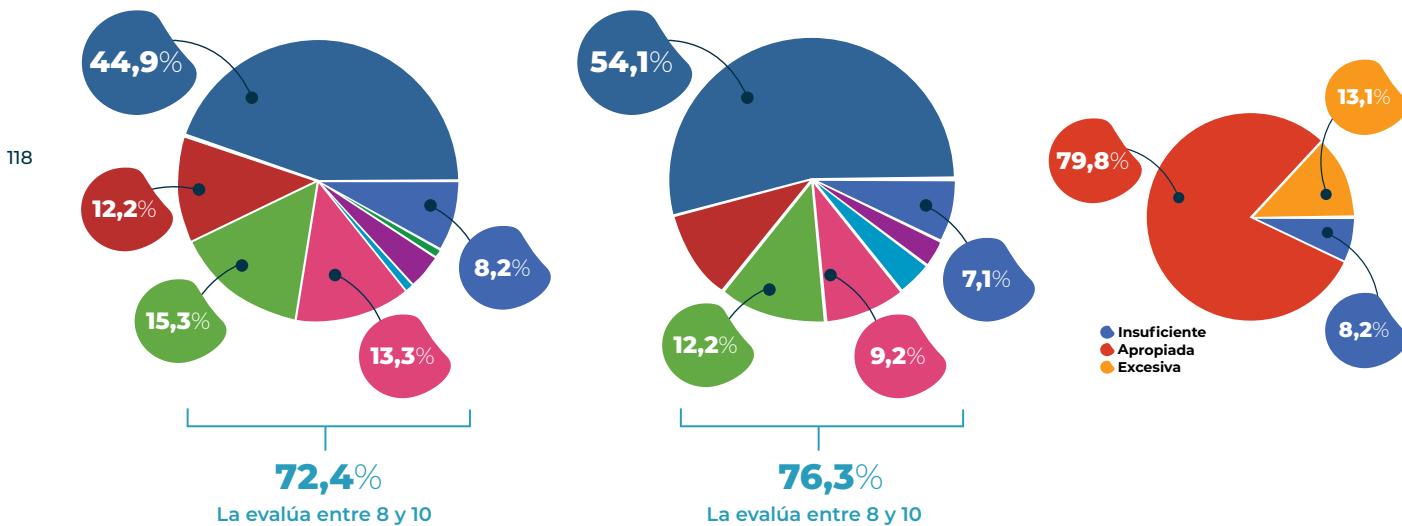
Este enfoque de la diversidad lo promoveremos con una campaña de sensibilización masiva y transversal a partir de 2025.

Evaluación Séptima Semana de la Diversidad

Del 1 al 10 siendo 1 la **NOTA MÍNIMA** y 10 la **NOTA MÁXIMA**, ¿Cómo evalúas las actividades desarrolladas?

Del 1 al 10 siendo 1 la **NOTA MÍNIMA** y 10 la **NOTA MÁXIMA**, ¿Cuánto recomiendas la 7^a semana de la diversidad?

¿Cómo evalúas la frecuencia de comunicación de las actividades?



Reconocimiento Feria Expo Inclusión

En virtud del impacto que logramos generar a partir de todas estas actividades, durante el último año, nuestra compañía fue distinguida en la Feria Expo Inclusión 2024. Este reconocimiento fue propuesto por los usuarios de redes sociales que respondieron a la invitación realizada por la organización del evento para destacar a líderes y organizaciones que influyen positivamente en la inclusión de personas con discapacidad.

En 2025, el foco de nuestras acciones estará puesto en fortalecer aún más nuestra posición de liderazgo en estas materias y en desarrollar y ampliar nuestra mirada estratégica de la diversidad para incluir a más grupos de personas.

Nuestra diversidad en cifras

Número de personas por nacionalidad

Alta Gerencia

Hombres	Total 10	Mujeres
10	Chilenos	0
0	Extranjeros	0

Jefatura

Hombres	Total 1.796	Mujeres
693	Chilenos	872
88	Extranjeros	143

Fuerza de Venta

Hombres	Total 6.371	Mujeres
1.503	Chilenos	4.261
174	Extranjeros	433

Auxiliar

Hombres	Total 18	Mujeres
10	Chilenos	3
2	Extranjeros	3

Otros técnicos

Hombres	Total 18	Mujeres
17	Chilenos	1
0	Extranjeros	0

Gerencia

Hombres	Total 99	Mujeres
57	Chilenos	40
0	Extranjeros	2

Operario

Hombres	Total 290	Mujeres
205	Chilenos	57
15	Extranjeros	13

Administrativo

Hombres	Total 368	Mujeres
154	Chilenos	167
25	Extranjeros	22

Otros profesionales

Hombres	Total 634	Mujeres
270	Chilenos	321
16	Extranjeros	27

Total

Hombres	Total 9.604	Mujeres
2.919	Chilenos	5.722
320	Extranjeros	643

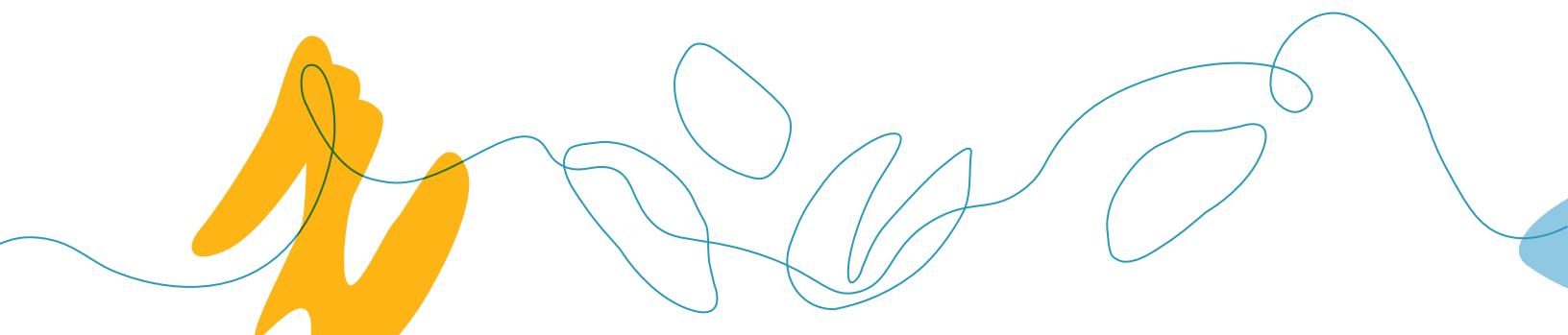
Personas por rango de edad

Cargos	Menores de 30 años		Entre 30 y 40 años		Entre 41 y 50 años		Entre 51 y 60 años		Entre 61 y 70 años		Más de 70 años	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
Alta Gerencia	0	0	0	0	3	0	7	0	0	0	0	0
Gerencia	0	0	18	9	22	27	11	6	6	0	0	0
Jefatura	118	136	305	343	197	308	108	164	45	55	8	9
Operario	57	22	66	23	48	16	26	7	20	2	3	0
Fuerza de Venta	403	964	513	1217	407	1260	257	996	90	238	7	19
Administrativo	43	54	77	65	34	41	17	24	7	5	1	0
Auxiliar	1	0	7	1	2	2	2	1	0	2	0	0
Otros profesionales	75	91	132	166	58	57	17	28	4	6	0	0
Otros técnicos	3	0	7	1	4	0	3	0	0	0	0	0
TOTAL	700	1.267	1.125	1.825	775	1711	448	1.226	172	308	19	28

Antigüedad laboral por sexo y cargo

120

Cargos	Menos 3 años		Entre 3 y 6 años		Más de 6 y menos de 9 años		Entre 9 y 12 años		Más de 12 años	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
Alta Gerencia	2	0	0	0	2	0	0	0	6	0
Gerencia	14	8	6	8	10	3	12	8	15	15
Jefatura	247	264	149	132	117	141	85	120	183	358
Operario	79	31	49	22	35	8	25	6	32	3
Fuerza de Venta	575	1.748	309	752	227	696	155	556	411	942
Administrativo	77	87	43	34	25	20	12	21	22	27
Auxiliar	5	3	6	0	0	0	0	3	1	0
Otros profesionales	180	176	56	67	17	41	16	18	17	46
Otros técnicos	8	0	3	0	1	0	2	1	3	0
TOTAL	1.187	2.317	621	1.015	434	909	307	733	690	1.391



Personas en situación de discapacidad

Categoría de cargo	Sexo		Total 2024
	H	M	
Alta Gerencia	0	0	0
Gerencia	1	0	1
Jefatura	8	7	15
Operario	10	1	11
Fuerza de Venta	52	75	127
Administrativo	3	2	5
Auxiliar	1	0	1
Otros profesionales	7	1	8
Otros técnicos	1	0	1
TOTAL	83	86	169



Equidad de Género

Empresas SB cuenta con una Política de Equidad de Género cuyo objetivo es “impulsar la equidad de género en la compañía para favorecer la construcción de entornos laborales justos, inclusivos y diversos, que permitan responder efectivamente a nuestro propósito común y así contribuir a mitigar el riesgo de discriminaciones arbitrarias en materia de género al interior de la organización”.

Esta política, además, “expresa el compromiso de la empresa con los principios y objetivos de la equidad de género, así como los focos en los que trabajaremos para abordar las brechas de género que emanan de un diagnóstico especializado en el tema. En este contexto, es un documento dirigido a potenciar nuestra gestión de las personas y la cultura de la compañía”.

Focos de acción de la Política de Equidad de Género

1



Sensibilizar e informar de manera permanente a colaboradores de Empresas SB sobre temas de equidad de género en el trabajo, abordando sus distintas dimensiones.

2



Impulsar medidas que garanticen la igualdad de oportunidades en el acceso al empleo, tanto para mujeres como para hombres.

3



Potenciar el desarrollo y talento de mujeres y hombres en Empresas SB mediante la implementación de medidas que permitan resguardar la igualdad de oportunidades y eliminar discriminaciones arbitrarias en materia de género en los procesos de formación, de evaluación del desempeño y promoción.

4



Promover la conciliación de la vida laboral, familiar y personal en la lógica de la corresponsabilidad acorde al ciclo de vida de mujeres y hombres que trabajan en Empresas SB.

5



Promover el ejercicio de los derechos de maternidad/ paternidad y responsabilidades parentales y acciones orientadas a sensibilizar sobre el valor de la corresponsabilidad familiar en los colaboradores.

6



Impulsar medidas de prevención, detección y sanción del acoso sexual y laboral.

7



Realizar periódicamente los diagnósticos que permitan cumplir con el compromiso asumido por la empresa en el ámbito de esta política.



Gestión 2024 en Equidad de Género

En este ámbito, durante 2024, con el apoyo de una consultora especializada, impulsamos un trabajo colaborativo para la elaboración de una matriz de indicadores de género que oriente la gestión de la Gerencia de Personas.

Estos aspectos los definimos considerando como referencia la Norma Chilena de Igualdad de Género (*) y nuestros focos de equidad, y nos servirán para monitorear a partir de 2025 nuestros avances en asuntos como la equidad salarial.

En torno a estas materias, durante el año anterior, además, organizamos cursos de capacitación para los colaboradores de la Gerencia de Personas en distintos temas relacionados

con la equidad de género.

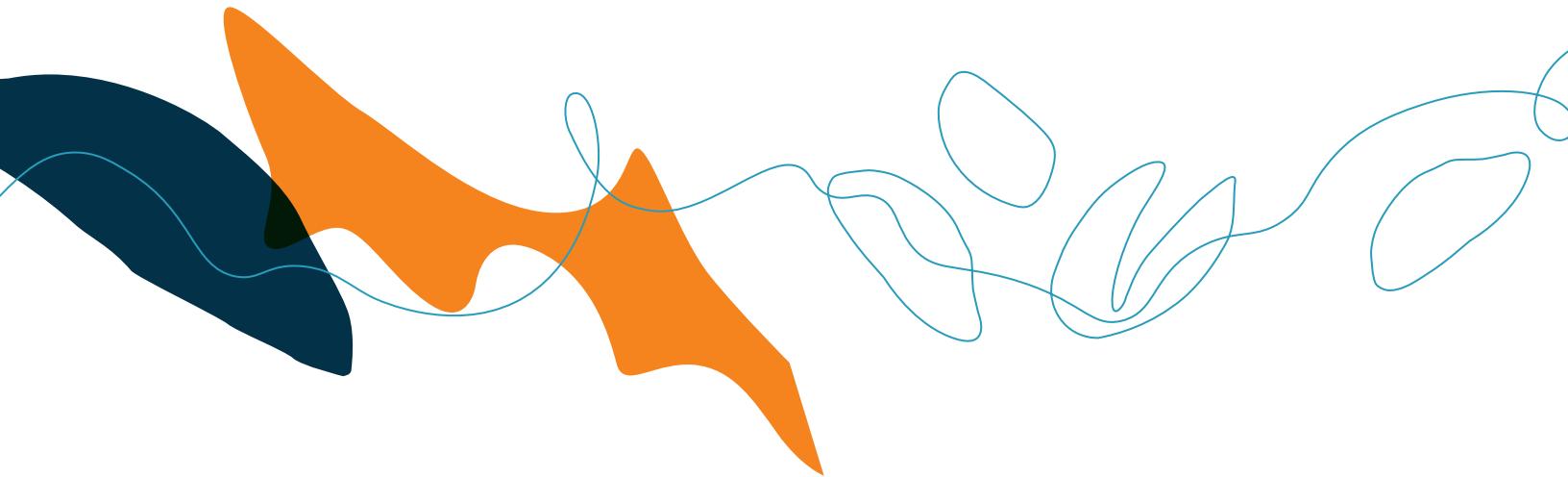
En lo que respecta a equidad salarial, cabe consignar que en Empresas SB utilizamos el sistema Metodología Hay para evaluar los cargos. Esto considera evaluar las responsabilidades, su aporte al resultado y los conocimientos que son necesarios. Este sistema permite tener una estructura de rentas que contempla la equidad interna y la competitividad externa.

En 2024 trabajamos, además, en un borrador de Protocolo de Violencia Intrafamiliar que someteremos a evaluación y publicación en 2025.

Brecha salarial (en media y mediana) por categoría de cargo

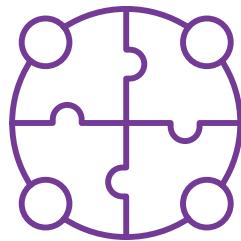
Tipo de Cargo	Media Brecha Salarial	Mediana Brecha Salarial
Alta Gerencia	S/I	S/I
Gerencia	S/I	S/I
Jefatura	99,9%	97,80%
Operario	92,0%	92,30%
Fuerza de Venta	98,3%	97,10%
Administrativo	98,4%	94,90%
Auxiliar	127,7%	120,00%
Otros profesionales	101,90%	104,60%
Otros técnicos	105,20%	106,20%
TOTAL	101,40%	100,40%

(*) Norma chilena NCh3262:2021: Gestión de igualdad de género y conciliación de la vida laboral, familiar y personal





VINCULACIÓN CON LA COMUNIDAD Y PROVEEDORES



Instituto de Belleza
Centro de Bienestar
Aportes a ONG
Desarrollo de Proveedores

EMPRESAS SB

Instituto de Belleza Preunic

El Instituto de Belleza fue creado por Preunic en el año 2010 con el propósito de entregar capacitaciones gratuitas y de calidad a las mujeres, en materias como maquillaje y coloración, para mejorar su calidad de vida, expectativas laborales y autoestima.

En 2024, para fortalecer su oferta, el Instituto de Belleza desarrolló la primera versión del curso Maquillaje Profesional. Con una completa malla de contenidos técnicos, este curso tuvo una duración de seis meses e implicó más de 100 horas formativas.

En términos de contenido, la actividad:

- Contempló un taller de emprendimiento, que dictó el Servicio de Impuestos Internos y a través del cual se entregaron a las participantes las herramientas que requieren para iniciar un emprendimiento en este ámbito.
- Se complementó con clases sobre redes sociales y maquillaje según ocasión, que realizaron influencers que mantienen alianzas con Preunic.

126

La iniciativa convocó a 29 participantes, 20 de las cuales finalmente recibieron su certificación de parte de Preunic. En la encuesta de satisfacción que aplicamos al finalizar la actividad, el 60% de las alumnas certificadas manifestaron su deseo de trabajar como asesoras expertas en Preunic. Esto nos llevó a generar un plan para vincular a las interesadas con las vacantes disponibles.

Desafíos 2025

- Volver a desarrollar cursos de emprendimiento con alianzas como el **Centro de Negocios Sercotec La Florida**.
- Generar alianzas colaborativas con marcas e instituciones que complementen la malla del Instituto de Belleza y nos permitan avanzar hacia la certificación de nuestros cursos.
- A partir de la actualización de la base de datos histórica, buscaremos impulsar una comunidad de ex alumnas fidelizadas. En esa misma línea, intentaremos retomar las comunicaciones con las más de 98.000 personas que han participado en las actividades del Instituto de Belleza desde el año 2010.

Instituto de Belleza en cifras

Cursos realizados en el año

223

2022

274

2023

222

2024

Alumnos capacitados en el año

12.012

2022

8.307

2023

8.712

2024

Total horas de capacitación

1.000

2022

942

2023

912

2024



Encuestas de satisfacción

En 2024, aplicamos dos tipos de encuestas a las alumnas del Instituto de Belleza:

a) El primero lo enviamos al término de cada taller formativo.

En total, con estas encuestas recogimos en el año 1.166. Entre sus respuestas más relevantes destacaron:

- i. El 94,1% de las personas consultadas calificó de "Excelente" la gestión administrativa del Instituto, considerando desde el proceso de inscripción hasta el cierre del taller.
- ii. El 94,9% señaló que el Instituto es "Totalmente recomendable".
- iii. El 92,1% definió los contenidos de su respectivo curso como "Excelente".

b) Durante el año, también enviamos una encuesta a las personas que han participado de nuestros cursos y cuya información de contacto aún mantenemos. Este ejercicio lo realizamos para conocer el impacto de nuestros cursos en la autoestima y el desarrollo posterior de sus participantes. La consulta recogió 8.493 respuestas y tuvo entre sus principales resultados los siguientes:

- i. El 91,2% de los consultados señaló que los conocimientos que recibió fueron útiles para mejorar su emprendimiento.
- ii. El 88,1% afirmó que las clases en el Instituto le ayudaron a aumentar su autoestima.
- iii. El 94,9% indicó estar muy de acuerdo o de acuerdo con la frase "Tengo una actitud positiva hacia mí mismo/a".

Centro de Bienestar Salcobrand

A través del Centro de Bienestar, Salcobrand ofrece a toda la comunidad cursos gratuitos sobre salud y bienestar, tanto en modalidad presencial como online.

Desarrollados con el apoyo y el aval de instituciones especializadas en estos temas, estos cursos buscan promover y traspasar prácticas y conocimientos orientados a mejorar la calidad de vida de las personas, a través del fomento de la prevención y el autocuidado.

Durante 2024, el Centro de Bienestar continuó reforzando su contribución al bienestar de la población con el desarrollo de talleres referidos a "Primeros auxilios RCP", "Emergencias

Médicas", "Cuidados de enfermos en el hogar", "Cuidados de la piel", "Cuidado y bienestar de personas mayores", "Aprende a relajarte" y "Prevención de quemaduras infantoyjuveniles". Cabe recordar, además, que desde el año 2023, la oferta de cursos del Centro de Bienestar está disponible en la app Mi Salcobrand de nuestra cadena.

Durante 2024, el número de personas capacitadas en el Centro de Bienestar ascendió a 3.083, una cifra similar a la del año anterior. En total, a través de este espacio se dictaron 157 talleres, los que sumaron 347 horas formativas.

Centro de Bienestar en cifras

128

Talleres realizados en el año

169

2022

204

2023

157

2024

Alumnos capacitados en el año

2.553

2022

3.081

2023

3.083

2024

Total horas de capacitación

464

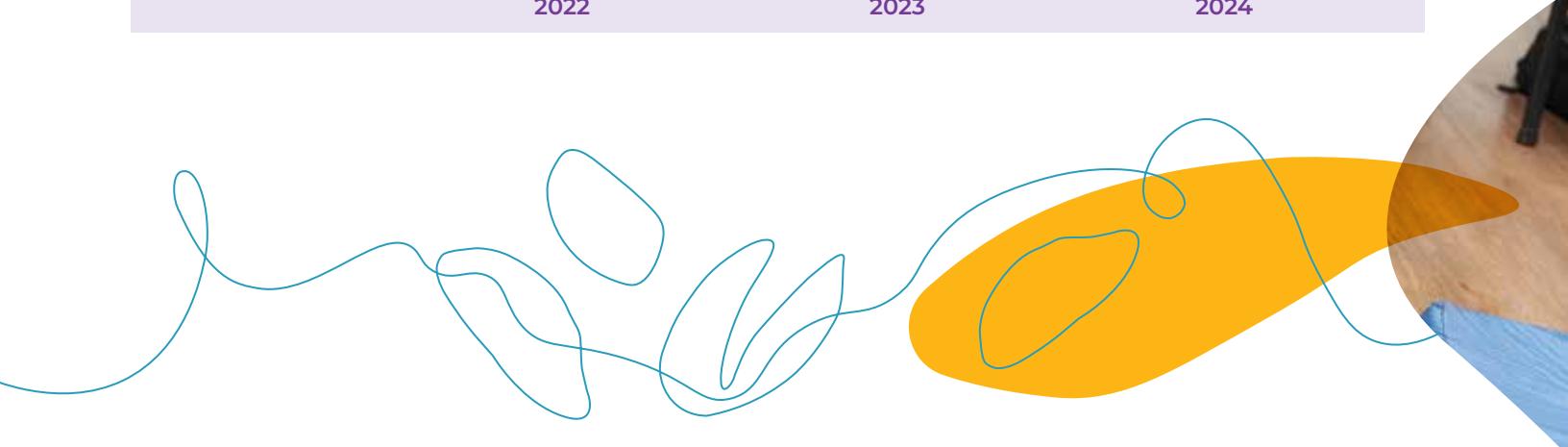
2022

520

2023

347

2024





Encuesta de satisfacción

En 2024, aplicamos una encuesta a las personas que participaron en las actividades del Centro de Bienestar para medir aspectos relacionados con la modalidad de los cursos, la calidad de sus contenidos y su nivel de recomendación.

En la consulta participaron 54 alumnos y alumnas. Algunas de sus principales conclusiones fueron las siguientes:

- El nivel de recomendación (NPS) del Centro de Bienestar fue de 100%.
- El 88,5 % de los consultados se mostró dispuesto a recibir más información sobre el Centro, en conjunto con descuentos e información de Salcobrand.
- El 61,5% calificó con nota máxima (7) la administración y los contenidos de los cursos.
- El 73% evaluó con nota máxima (7) los conocimientos de los profesores.
- El 65,3% otorgó nota máxima (7) a los contenidos entregados.

Otras actividades comunitarias relevantes del año

- Voluntariado Teletón: en el marco del acuerdo que nos convirtió en 2024 en “La Farmacia de la Teletón”, entre agosto y octubre, los días jueves y viernes, efectuamos 20 jornadas de voluntariado en 14 de los institutos que tiene esta fundación en todo Chile. En estas actividades, que totalizaron 507 horas de trabajo, participaron 148 colaboradores voluntarios de todo el país.
- Programa de Empleabilidad: en 2024, Preunic y Fundación Proyecto B, organización sin fines de lucro que apoya la inserción sociolaboral de jóvenes vinculados al antiguo Servicio Nacional de menores (Senamer) y al actual Servicio Mejor Niñez, continuaron impulsando de manera conjunta una iniciativa que busca abrir espacios de empleabilidad para estas personas. Durante estos tres años, los resultados de este programa han sido los siguientes:
 - i) 2022: se concretó el primer ingreso.
 - ii) 2023: se registraron 8 ingresos.
 - iii) 2024: se alcanzaron 4 ingresos.

129



Aportes a ONG

En 2024, desde Empresas SB, seguimos aportando, a través de diversos programas y acciones de colaboración, a corporaciones y fundaciones que, al igual que nuestra compañía, promueven la salud de la población y el cuidado de los sectores y grupos más vulnerables.

Durante el año, esta contribución se canalizó en las siguientes líneas:

Coaniquem: entregamos a la Corporación de Ayuda al Niño Quemado un total de \$17.754.940, provenientes de la campaña de “**donación de vueltos**” que se hace en las farmacias Salcobrand. Además, aportamos a esta institución:

- i \$6.700.092 por la venta de 195.053 bolsas.
- ii \$1.633.483 por la venta de 14.139 unidades de parches curita
- iii \$8.242.251 por la venta de 56.955 unidades de pañuelos desechables.

María Ayuda: a esta organización, que atiende a niños, niñas y adolescentes vulnerados en su dignidad y derechos, aportamos en 2024 un total de \$11.234.530, originados en la campaña de donación de vueltos que se efectúa en los locales Preunic.

Fundación Acrux: como aporte a los operativos médicos que realiza esta fundación con el apoyo de la Armada en zonas lejanas en las que no existen o tienen déficit de médicos especialistas, en 2024, entregamos a esta institución \$32.000.000. Este monto se materializó en la participación de Salcobrand en 8 operativos, en los que llevamos nuestra máquina dermatológica Visia, que realiza análisis profundos del estado de la piel e indica su edad real.

Campaña Teletón 2024: como “Farmacia oficial de la Teletón”, en 2024, desde Salcobrand, aportamos a la campaña anual de recolección de fondos que realiza esta institución un total de \$ 314.860.000.



Desarrollo de Proveedores

En Empresas SB, contamos con una Política de Gestión de Proveedores a partir de la cual promovemos entre nuestras empresas externas tanto el cumplimiento normativo como la incorporación de estándares éticos, sociales, laborales, ambientales, de salud financiera y de seguridad de la información.

Este marco interno está alineado con el pilar Transparencia de la Estrategia de Sostenibilidad de Empresas SB y responde al interés de la compañía de contribuir al desarrollo sostenible de todos los actores que forman parte de su cadena de valor, particularmente de las pequeñas y medianas empresas.

En el marco de estos compromisos, en 2024, desde nuestra área de Administración y Finanzas se impulsaron una serie de acciones orientadas a potenciar el desarrollo integral de nuestros proveedores. Entre ellas se pueden mencionar las siguientes:

- En el ámbito de la difusión y sensibilización de proveedores en materia de buenas prácticas y estándares corporativos, se actualizaron las declaraciones de ética de todas las empresas proveedoras, nuevas y vigentes.
- Suscribimos una alianza con BTrust para garantizar financiamientos a costos más justos para aquellas pequeñas empresas que necesiten factorizar. En 2024, ambas partes definieron los términos de implementación del proyecto. En 2025, la iniciativa comenzará su fase de masificación. A través de esta alianza, nuestro objetivo es ayudar especialmente a las empresas de menor tamaño que forman parte de nuestra cartera de proveedores y que requieren financiamiento.

131

Datos generales sobre gestión de proveedores en Empresas SB

Ítem	2024
Total de proveedores activos al cierre de 2024*	959
Proveedores nacionales activos al cierre de año	Número: 802
Proveedores internacionales activos al cierre de año	Número: 157
Monto (en MM\$) en compras a proveedores internacionales	17.100
Promedio de días de plazo para el pago a proveedores	65
Promedio de días de plazo para el pago a proveedores pymes	15

(*): El número de proveedores activos (con facturación activa) considera a los proveedores a los que se facturó al menos un documento durante el año. Empresas SB cuenta (en su Maestro) con cerca de 2.500 proveedores en condición de vigente, aunque no con todos ellos registró alguna facturación en el último período.

Pagos a Proveedores

La Política de Pago de Empresas SB establece a nivel general días determinados de pago cada semana, según su naturaleza. Además, busca de manera permanente promover el pago oportuno a nuestras pymes.

Los plazos de pago de servicios pueden ser de 30, 45 y 60 días, dependiendo del tamaño de la empresa y la negociación que se haya tenido con el proveedor.

Para el caso de los proveedores de existencias, se negocia el plazo según los días de inventario que se requiere para el negocio. Este último año se promovió la alianza con BTrust para permitir acceso a financiamiento justo a los proveedores que lo necesiten.

Tal como puede verse en la tabla adjunta, en 2024, el 42,1% de los proveedores de la compañía (800) recibió los pagos de sus

facturas en un plazo de hasta 30 días. El monto total destinado a estos pagos se elevó a CLP 100.000 millones. Por su parte, tal como lo establece la normativa, durante el último periodo, la compañía inscribió en el Ministerio de Economía un total de 227 acuerdos de pago con plazo excepcional. Estos son acuerdos formales que se establecen entre un comprador y un vendedor para extender el pago de una factura más allá de los 30 días fijados por la ley.

Respecto a las Pymes, la Política de Pagos también explicita la intención de Empresas SB de pagar antes del plazo que establece la Ley No 21.131 de 30 días (contados desde la recepción de la factura) para ventas y servicios.

Para cumplir con este compromiso, ejecutamos los pagos a las pequeñas y medianas empresas en plazos que van desde los 7 a los 15 días.

	Ítem	Hasta 30 días	Entre 31 y 60 días	Más de 60 días
	(i) Número de facturas pagadas: el número de facturas pagadas durante el año a proveedores por cada uno de los rangos ya señalados.	15.000	35.000	45.000
132	(ii) Monto total (millones de pesos): la suma del valor de las facturas pagadas durante el año por cada uno de los rangos ya señalados.	100.000	350.000	450.000
	(iii) Monto total intereses por mora en pago de facturas: la suma del valor de los intereses que se pagaron o deberán pagar por mora o simple retardo por las facturas emitidas durante el período reportado.	No existieron intereses por mora durante el período reportado	No existieron intereses por mora durante el período reportado	No existieron intereses por mora durante el período reportado
	(iv) Número de proveedores: la cantidad de proveedores al que corresponden las facturas pagadas durante el año en cada uno de los rangos ya señalados(*).	800	600	500
	(v) Número de acuerdos inscritos en el Registro de Acuerdos con Plazo Excepcional de Pago que lleva el Ministerio de Economía cuando corresponda.	2024		
		227		

Nota: montos y números aproximados.

(*) La diferencia entre estas cifras y el total de proveedores activos informado en la página anterior se debe a que un proveedor puede estar a la vez en varios tramos, ya que es posible que tenga documentos con diferentes condiciones de pago.







CUMPLIMIENTO SANITARIO Y AMBIENTAL



Cumplimiento Sanitario
Gestión Técnica del Centro de Distribución SB
Cumplimiento Ambiental

EMPRESAS 

Cumplimiento Sanitario

Durante 2024, nuestra gestión de cumplimiento sanitario se estructuró sobre dos pilares fundamentales:

- Aseguramiento del cumplimiento normativo vigente y emergente, orientado a garantizar la continuidad del negocio y la protección de la salud pública.
- Asesorías y capacitaciones para el desarrollo de competencias estratégicas de los colaboradores y fortalecimiento de la Cultura de Integridad de la compañía.

Bajo esta estrategia, en Empresas SB se puso especial foco en optimizar los procesos de supervisión para seguir avanzando en la gestión de riesgos asociados al cumplimiento sanitario. A diferencia de años anteriores, se redujeron las visitas presenciales para priorizar acciones correctivas y preventivas transversales, así como para fortalecer la gestión de riesgos en los procesos clave del negocio mediante soporte técnico especializado por parte del área de Cumplimiento Sanitario y Medioambiente.

Se optimizaron las metodologías de supervisión actuales orientadas al control efectivo de normativas sanitarias en la operación. En esta línea, desde octubre, para los locales de Farmacias Salcobrand, se actualizó la Lista de Vigilancia Sanitaria, herramienta que actúa como pauta de verificación de requisitos normativos sanitarios, tanto para el área de Cumplimiento Sanitario y Medioambiente como para los propios locales. Esta actualización incorporó criterios alineados con los lineamientos internos y normativas vigentes, incluyendo los procedimientos de Buenas Prácticas de Dispensación, Pharma Benefits, Cadena de Frío y exigencias asociadas al convenio Cenabast.

Además, se extendió la supervisión a otras unidades de negocio, incluyendo Venta Shoppers (Uber Eats), Santo Alivio y Alo SB.

Como resultado, se elaboraron 99 informes técnicos, los cuales permitieron identificar áreas críticas de mejora y subsanar el 82,5% de las brechas normativas detectadas, mediante la implementación de planes correctivos en locales de farmacia y otros procesos o unidades de negocio con impacto en materias sanitarias.

Se reforzó la capacitación a colaboradores en temas clave como:

- Buenas prácticas de dispensación.
- Gestión de productos con cadena de frío.
- Manejo de productos sujetos a control legal.

Se realizaron asesorías dirigidas a áreas operativas y logísticas para apoyar en la tramitación de permisos y adaptación a exigencias regulatorias, y se trabajó de forma colaborativa con proveedores de última milla, como Uber Eats, realizando ejercicios de trazabilidad y revisión de condiciones de entrega conforme a normativa.

Se avanzó en la implementación del Decreto 217, del Ministerio del Interior y Seguridad Pública, que modifica Decreto N° 1.358, de 2007, del entonces Ministerio del Interior, que establece normas que regulan las medidas de control de precursores y sustancias químicas esenciales dispuestas por la Ley N° 20.000 que sanciona el tráfico ilícito de estupefacientes y sustancias sicolatrópicas, mediante acciones coordinadas entre filiales del grupo, como Salcobrand, Preunic, Medcell y las áreas de soporte fundamentales para la implementación en la operación de los requisitos de la normativa.





Visitas de supervisión y fiscalizaciones

Durante 2024, se llevaron a cabo 286 fiscalizaciones internas en los locales o Unidades de Negocio de Empresas SB (ESB), que se consolidaron en 99 informes técnicos, con foco en el cumplimiento de normativas sanitarias, convenio Cenabast y buenas prácticas de dispensación, entre otros requisitos. Estas visitas o revisiones nos permitieron evaluar la correcta implementación de los protocolos internos y la regulación sanitaria vigente, así como detectar oportunidades de mejora en los procesos operativos.

Las brechas detectadas en estos controles internos fueron abordadas a través de diversas acciones correctivas y preventivas. Por ejemplo:

- › Implementación de planes de mejora inmediata, con seguimiento y validación de cumplimiento (por ejemplo, para la implementación de requisitos Cenabast).
- › Capacitaciones orientadas a prevenir errores de dispensación y reforzar los conocimientos de los químicos farmacéuticos en normativas clave, como el Manejo de Productos Sujetos a Control Legal.

- › Ajustes en los procedimientos internos, como la regularización para la destrucción de productos controlados a nivel nacional.
- › Trabajo colaborativo con las áreas de soporte, como Mantención, Prevención de Riesgos y Servicios Generales, con el fin de generar acciones inmediatas y correctivas.

Durante 2024, la autoridad sanitaria realizó un total de 89 fiscalizaciones a locales de Salcobrand, las cuales derivaron en 14 sumarios sanitarios. En el caso de Preunic, se concretaron 3 fiscalizaciones, sin instrucción de sumarios.

En todos estos casos, se trabajó de manera colaborativa con el área de Fiscalía y con equipos de áreas de soporte clave, tales como Mantención, Prevención de Riesgos, Servicios Generales, Comercial y Marketing, entre otros, con el objetivo de acreditar las subsanaciones realizadas y presentar los descargos pertinentes ante la autoridad.

Principales programas de capacitación en cumplimiento sanitario efectuados en Salcobrand en 2024:

- › Aspectos regulatorios y clasificación de alimentos
- › Buenas prácticas de dispensación
- › Comercio electrónico de medicamentos
- › Fraccionamiento de Medicamentos
- › Norma Técnica 147: Buenas prácticas de almacenamiento y distribución
- › Norma Técnica 208: Almacenamiento y transporte de medicamentos refrigerados y congelados
- › Recetario Magistral: La fórmula perfecta

Los controles incluidos en la lista abordan aspectos clave como:

- › Separación en el almacenamiento de los productos con similitudes en nombre o apariencia (productos LASA – Look Alike, Sound Alike)
- › Orden y organización en el punto de venta
- › Doble verificación con el cliente antes de completar la dispensación
- › Notificación de errores al Servicio de Atención al Cliente SB
- › Prevención de distracciones durante la atención al público

Adicionalmente, durante el último año, efectuamos capacitaciones de Buenas Prácticas de Dispensación, con la colaboración de los Jefes Zonales y Líderes Sanitarios. En estos cursos, logramos aumentar del 20% al 89% el número de colaboradores aprobados.

Estrategia de Prevención de Errores de Dispensación

Con el objetivo de profundizar la estrategia en torno al cumplimiento normativo y la seguridad en la dispensación, en Salcobrand se fortaleció el uso de la Lista de Vigilancia Sanitaria, integrando en ella los requisitos asociados a los controles establecidos en el Procedimiento de Buenas Prácticas de Dispensación.

Gestión Técnica de Droguería CD Salcobrand

La Gestión Técnica de Droguería busca garantizar el cumplimiento de las normas sanitarias dictadas por el Instituto de Salud Pública y el Ministerio de Salud, para asegurar la condición de máxima calidad de los medicamentos.

En Empresas SB, esta tarea la desarrolla la Dirección Técnica de Salcobrand, área que conforman cuatro químicos farmacéuticos, un ingeniero civil industrial, un ingeniero ambiental y un supervisor técnico normativo. Esta unidad debe cerciorarse del cumplimiento de los Decretos Supremos (D.S.) 466, 147 y 208, así como las regulaciones específicas que rigen para el manejo de alimentos y productos veterinarios.

Bajo su responsabilidad también está velar por el cumplimiento por los D.S. 3, 404 y 405, relacionados con psicotrópicos y estupefacientes, y de la normativa especial vigente para el uso de etiquetas de sustancias peligrosas.

En 2024, la labor de la Dirección Técnica de Salcobrand se centró en los siguientes ejes de acción:

- **Implementación y Certificación bajo la norma ISO 9001 de Calidad:** en la compañía, decidimos estratégicamente implementar y trabajar bajo el estándar de esta norma voluntaria con el objetivo de fortalecer la gestión de los procesos que se ejecutan como parte de la operación cotidiana en la Droguería, buscando la satisfacción de nuestros clientes y la mejora continua. Este avance involucró un trabajo interno transversal, que se desarrolló a partir de los esfuerzos desplegados con anterioridad para instalar una cultura orientada hacia la certificación bajo la norma ISO.
- **Adquisición de nuevos insumos para la cadena de frío:** parte del trabajo también se centró en la búsqueda de nuevas soluciones que impactarán positivamente en los procesos de nuestra Droguería. Resultado de lo anterior, se gestionó la incorporación de innovadores materiales que se utilizan para el envío de productos farmacéuticos refrigerados a locales, lo que permitió un ahorro importante en términos de compra, sumado el uso de insumos de mayor calidad, resistencia y más amigables con el medio ambiente.

Gestión ambiental en la planta

A partir de 2023, la labor de Gestión Técnica de Droguería puso un énfasis importante en el manejo ambiental de las instalaciones, en el marco de la entrada en vigor de la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (Ley REP). Durante el último año, esta labor se siguió fortaleciendo con los siguientes avances e hitos:

- **Segregación de sustancias peligrosas:** se identificaron los principales SKU categorizados como sustancias peligrosas mediante un levantamiento de la información, conforme a lo establecido en el Decreto Supremo N° 43 y la revisión de las correspondientes Hojas de Datos de Seguridad. Con posterioridad, se creó una base de datos específica, que permitió la clasificación y segregación adecuada de las sustancias, facilitando el reconocimiento y cuantificación de sustancias existentes, y mejorando procesos de recepción y almacenamiento. Se verificó el cumplimiento de la normativa, evaluando alternativas complementarias de almacenamiento, como el almacenamiento externo, con el fin de asegurar una gestión responsable y conforme a la legislación aplicable.
- **Diagnósticos de cumplimiento:** durante 2024, se realizaron diagnósticos que confirmaron nuestro alto nivel de cumplimiento normativo. Además, se oficializó la resolución que nos otorgó el permiso para el almacenamiento de residuos peligrosos, un tema crítico para nuestro negocio farmacéutico.
- **Gestión de residuos no peligrosos:** desarrollamos sistemas para la segregación de estos desechos en la bodega. A partir de este avance, trabajamos en la promoción del reciclaje y sensibilizamos a los colaboradores en materia ambiental. En esa línea, adoptamos medidas adicionales, como la devolución a los proveedores de los coolers recepcionados en la droguería, lo que nos permitió disminuir los residuos generados y enviados a destrucción.
- **Eficiencia energética y protección de la calidad de los productos:** pusimos en marcha un proyecto que contempla la instalación de extractores de aire forzado para mejorar la circulación y disminuir la temperatura y la sensación térmica especialmente en verano. A esta iniciativa sumamos una serie de medidas adicionales orientadas a mitigar las altas temperaturas. Por ejemplo,



instalamos cortinas de aire entre los andenes de recepción y despacho, que nos permitieron cortar los flujos de aire cálido cuando se realiza la apertura para la recepción y despacho de los productos farmacéuticos.

Gestión de Proveedores

En este ámbito, continuamos trabajando en nuestro desafío de involucrar a los proveedores de transporte en los estándares de gestión de Empresas SB, a través de un enfoque integral que incluyó la evaluación constante y la capacitación. Como parte de esta gestión:

- Evaluamos aspectos claves, como el control de la temperatura de los bultos durante los despachos hacia los locales.
- Se realizaron inspecciones regulares (al menos, dos veces por semana) en las áreas de transporte y a las medidas de seguridad al momento de realizar las cargas. A partir de los datos obtenidos, se generaron planes de mejora para los transportistas, destinados a corregir las posibles desviaciones de los estándares establecidos.

- Se realizaron charlas y capacitaciones sobre buenas prácticas de almacenamiento y distribución (NT 147). Estas actividades buscaron fomentar en los conductores y peonetas el hábito de mantener el orden y la limpieza exigidos por los estándares de la empresa.

Fiscalizaciones de ISP

Durante este ejercicio, el Centro de Distribución (CD) de Salcobrand recibió una inspección del ISP en horario nocturno. Este control se realizó en presencia del Director Técnico, Químico Farmacéutico de la droguería.

Este procedimiento involucró un recorrido por las instalaciones, de acuerdo con el flujo logístico de la operación, lo que significó la revisión de áreas como productos refrigerados, controlados, consumo masivo y almacenamiento.

La visita concluyó sin observaciones por parte de la autoridad sanitaria.

139

Desafíos 2025

Durante el próximo período, el trabajo de la Gestión Técnica de Drogería se orientará a:

- **Brindar apoyo normativo para los distintos proyectos estratégicos.**
- **Promover la pronta implementación de un sistema de ventilación en la bodega de la droguería.**
- **Mantención y expansión del sistema de gestión, de cara a la certificación bajo estándar Trinorma ISO (9001:14001:45001).**
- **Regulación y fortalecimiento del cumplimiento y la cultura ambiental.**

Cumplimiento Ambiental

Durante 2024, en Empresas SB, mantuvimos nuestro enfoque ambiental en la gestión de los riesgos normativos, la identificación y mitigación de incidencias ambientales y el fortalecimiento del acompañamiento técnico a la Primera Línea de Defensa en materias de cumplimiento y sostenibilidad. Asimismo, continuamos con la evaluación y actualización de buenas prácticas para garantizar su alineamiento con la normativa vigente y los compromisos ambientales de la empresa.

En este marco, nuestro Programa de Cumplimiento Ambiental se focalizó en fortalecer la supervisión y seguimiento del cumplimiento normativo en todas las filiales de la empresa. Como parte de esta gestión integral, se implementaron, además, estrategias para garantizar el apego de estas filiales a la normativa vigente, un trabajo que nos permitió alcanzar un nivel de 88,48% de cumplimiento general, lo que representó un avance relevante respecto del 83,97% de cumplimiento que registramos en 2023.

140

En esta línea, las principales actividades que ejecutamos en el período incluyeron:

- › **Supervisión normativa:** se llevaron a cabo fiscalizaciones y controles internos con el objetivo de evaluar el grado de cumplimiento de las obligaciones ambientales en cada filial, asegurando la correcta aplicación de los marcos regulatorios.
- › **Revisión de declaraciones:** se verificaron y analizaron las declaraciones ambientales presentadas, para garantizar su precisión y alineamiento con la normativa exigida por los organismos regulatorios.
- › **Implementación y control de la Ley REP:** se supervisó la correcta implementación en las distintas filiales de la normativa vigente asociada a Ley REP, lo que nos permitió declarar de manera mensual y anual sin contratiempos.
- › **Implementación de procedimientos:** se desarrollaron y actualizaron procedimientos internos destinados a optimizar la gestión ambiental dentro de la organización. Esta labor aseguró su aplicación efectiva en cada una de las filiales (PRO-GMA-003).
- › **Seguimiento normativo y plan de acción:** se establecieron planes de acción específicos para cada filial, con avances medibles en áreas clave, como la gestión de residuos, emisiones y cumplimiento de normativas específicas.

Evolución del cumplimiento normativo por empresa o establecimiento durante 2024 (en %)

Subió de 80,49% a

85,52%

**Centro de
Distribución
Salcobrand**

Subió de 91,22% a

95,39%

**Recetario
Magistral**

Pasó de 80,11% a

77,62%

Medcell

Subió de 93,22% a

93,86%

**Centro de
Distribución Preunic**

(*) Variación debido a cambio de dirección del centro de distribución



Otros progresos de la gestión ambiental en 2024

- › **Sistema de Gestión Ambiental:** para garantizar su correcta implementación, como parte del diseño operacional, se actualizaron los requisitos normativos y legales aplicables a los procesos, de manera de fortalecer la evaluación de pertinencia regulatoria. Asimismo, se incorporaron mejoras en el plan de inspección para priorizar el cumplimiento de la normativa ambiental, la detección temprana de no conformidades y la optimización de canales de reporte y seguimiento a través de una supervisión mensual de las actividades realizadas por los gestores ambientales.
- › **Fortalecimiento de la cultura ambiental:** para avanzar en este objetivo, se desarrollaron iniciativas enfocadas en la capacitación y la gestión eficiente de la información ambiental. En esa línea, destacaron las acciones formativas centradas en normativa ambiental, como las capacitaciones sobre:
 - › La Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (Ley REP).
 - › Implementación de software para la trazabilidad de toneladas de envases y embalajes puestos en el mercado.

- › **Implementación de la Plataforma de Datos Ambientales de Empresas SB:** este fue un hito clave para la gestión ambiental de la compañía. Su desarrollo involucró un trabajo colaborativo orientado a la recopilación, sistematización y automatización de la carga de información ambiental, para asegurar un funcionamiento eficiente y preciso de la plataforma.

Este proyecto se concretó gracias a la coordinación entre diversas áreas de la empresa, que, mediante capacitaciones especializadas y reuniones mensuales, contribuyeron a fortalecer en la organización una cultura de gestión ambiental en el marco del Gobierno de Datos de la compañía.

Como resultado de esta iniciativa, se ha avanzado en la mejora de la trazabilidad de la información ambiental y se consolidó un sistema de monitoreo más robusto, alineado con los compromisos de sostenibilidad y cumplimiento normativo de la compañía.

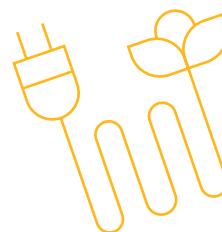
141

Multas y sanciones

La compañía no recibió sanciones por parte de la Superintendencia del Medio Ambiente.

Las áreas de Cumplimiento Sanitario y Medioambiente y Soporte Tecnológico trabajaron colaborativamente para mejorar los procesos y regularizar brechas

detectadas internamente, en la gestión de residuos eléctricos y electrónicos de equipos obsoletos o en mal estado que son consolidados en el Centro de Distribución de Salcobrand, sin que ello involucrara sanciones regulatorias.



Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (Ley REP)

Durante 2024, fortalecimos la trazabilidad y la gestión de residuos en la operación, lo que nos permitió cumplir a cabalidad con esta normativa.

En el marco de esta gestión, algunos de nuestros principales avances fueron los siguientes:

- Implementación de software que optimiza la gestión y reporte de los productos prioritarios de envases y embalajes, para que las filiales puedan gestionar de manera sencilla la información exigida por la autoridad.
- Presentación de las declaraciones de la compañía en la plataforma de nuestro Gran Sistema de Gestión Colectivo.
- Implementación operativa de los requisitos normativos asociados.
- Adopción del software REBITS que optimiza la gestión y reporte de los residuos prioritarios, para que las filiales puedan acceder de manera sencilla y fácil a la información exigida por la autoridad.
- Desarrollo y lanzamiento de procedimientos específicos para estandarizar el cumplimiento de la Ley REP y asegurar su correcta aplicación en los procesos internos.

Todas estas iniciativas nos permitieron mejorar la eficiencia en la gestión de residuos, garantizar el cumplimiento normativo y avanzar en la correcta implementación de esta normativa.

142

En lo que respecta a la gestión de residuos, durante 2024,

en Empresas SB avanzamos de manera significativa especialmente en el fortalecimiento de los procesos de reciclaje, valorización y manejo responsable de los residuos peligrosos y no peligrosos.

En este contexto, podemos mencionar como hitos relevantes de nuestra gestión anual de residuos:

- La implementación de logística inversa en locales de Preunic y el desarrollo de un piloto de logística inversa en locales Salcobrand (que al cierre de 2024 estaba en proceso de ampliación).
- Haber alcanzado tasas de reciclaje en los Centros de Distribución (CD) de PU y SB de entre el 70% y 80%, lo que refleja un manejo eficiente de los residuos valorizables.
- Una correcta gestión de residuos electrónicos de equipos obsoletos o en mal estado en el Centro de Distribución de Salcobrand, lo que nos permitió asegurar su disposición adecuada conforme a la normativa ambiental.
- La optimización de costos de manejo de residuos peligrosos con el cambio de proveedor en el Centro de Distribución de Salcobrand.

Estas acciones nos permitieron mejorar la trazabilidad de los residuos y la circularidad de los materiales, lo que reafirmó nuestro compromiso con una gestión ambiental responsable.



¿Qué tipo de residuos peligrosos y no peligrosos genera Empresas SB?

En las actividades propias de la organización y en los procesos aguas arriba o aguas abajo de la cadena de valor de Empresas SB, se generan dos tipos de residuos: peligrosos y no peligrosos.

- Procesos aguas arriba: en las actividades de carga del Centro de Distribución se generan residuos no peligrosos, como envases y embalajes estándar para la labor logística. Por ejemplo, pallets, film plástico (PEBD) y cartón.
- Procesos aguas abajo:
 - Se generan residuos no peligrosos, como envases y embalajes, en la distribución a locales y de locales a los

clientes. Gran parte de estos insumos son reutilizados mediante procesos de logística inversa. Por ejemplo, coolers para distribución de productos refrigerados y bandejas de polipropileno para distribución de productos.

- En esta fase también se producen residuos peligrosos, por la merma de productos con características de peligrosidad que deben pasar por logística inversa para su tratamiento final. Por ejemplo, productos cosméticos inflamables y farmacéuticos.

Residuos no peligrosos generados por Empresas SB



Papel y cartón

Papeles y cartones seleccionados y segregados que no han sido mezclados con otros residuos.



Plástico

Diferentes tipos de plásticos segregados que no han sido mezclados con otros residuos.



Mezcla de residuos asimilables a domiciliarios

Mezcla de residuos de cartón, papel, plástico, metales y orgánicos, con características similares a los residuos domiciliarios.



Aceites y grasas de cocina

Residuos generados del uso de aceites y grasas en procesos de cocina que han sido debidamente segregados y almacenados en envases aptos y retirados sin contacto con otros residuos.



Residuos eléctricos y electrónicos

Residuos eléctricos y electrónicos que se generan por el deterioro o daño de los mismos.

Residuos generados en 2024

Total de residuos generados (en Ton 3)

Peso total de los residuos generados en toneladas métricas

1.429,86

 1.001,61
 428,25

Residuos no peligrosos

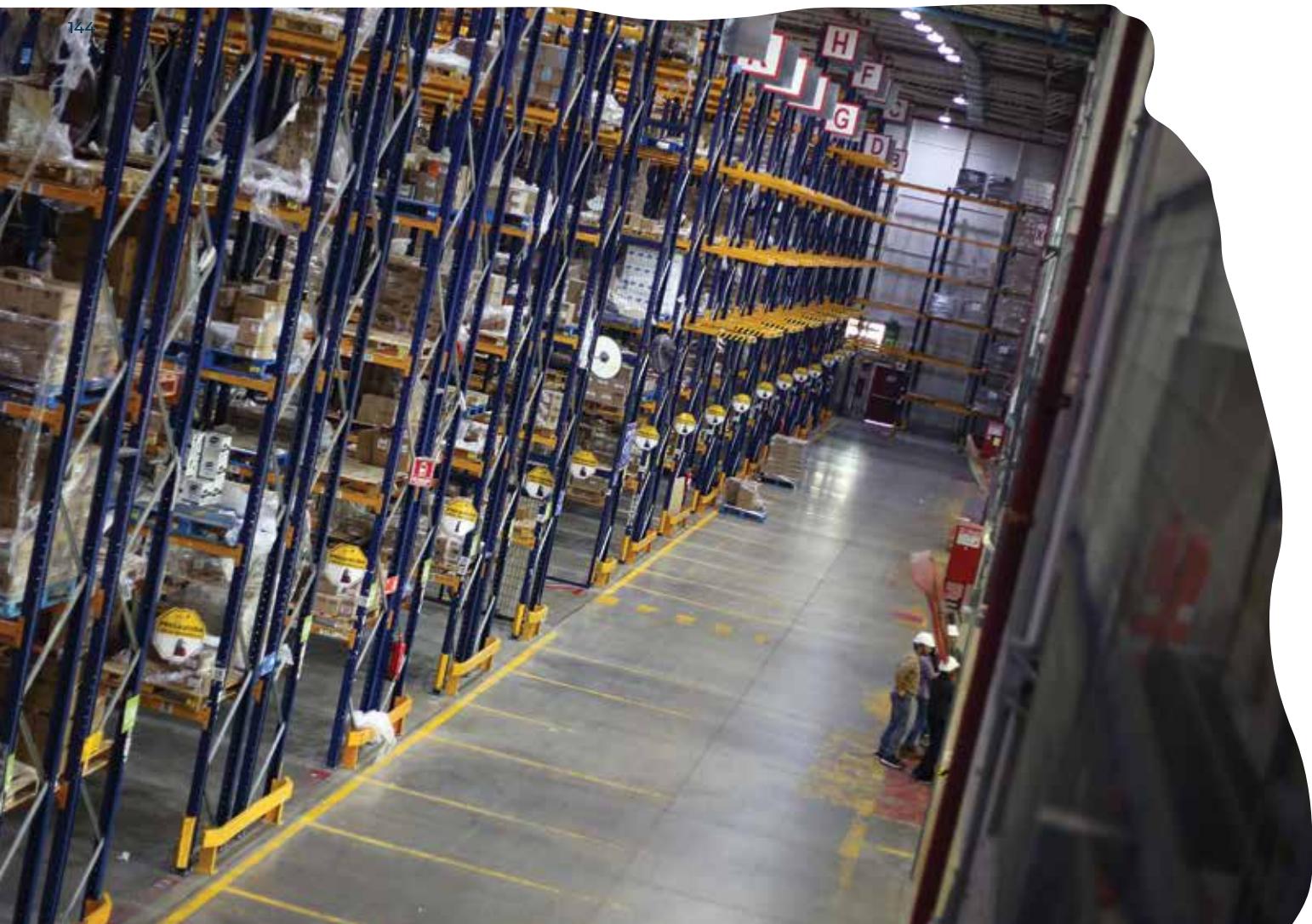
1.334,84

 934,07
 400,77

Residuos peligrosos

95,01

 67,54
 27,47



Residuos no destinados a eliminación

A. Peso total de los residuos no destinados a eliminación (en ton 3) y desglose de este total en función de su composición.

Peso total de los residuos no destinados a eliminación	Residuos no peligrosos	Residuos peligrosos
 1.140,02 Salcobrand 832,24 Preunic 307,78	 1.045 Salcobrand 764,7 Preunic 280,3	 95,01 Salcobrand 67,54 Preunic 27,47

B. Peso total de los residuos peligrosos no destinados a eliminación (en ton 3) y desglose de este total según las siguientes operaciones de valorización

145

Peso total de los residuos peligrosos no destinados a eliminación	Preparación para la reutilización	Reciclaje	Otras operaciones de valorización
 95,01 Salcobrand 67,54 Preunic 27,47	0 Salcobrand - Preunic -	0 Salcobrand - Preunic -	95,01 Salcobrand 67,54 Preunic 27,47

C. Peso total de los residuos no peligrosos no destinados a eliminación (en ton 3) y desglose de este total en función de las siguientes operaciones de valorización

Peso total de los residuos no peligrosos no destinados a eliminación	Preparación para la reutilización	Reciclaje	Otras operaciones de valorización
 1.045 Salcobrand 764,7 Preunic 280,3	0 Salcobrand 0 Preunic -	1.045 Salcobrand 764,7 Preunic 280,3	0 Salcobrand 0 Preunic -

Residuos destinados a eliminación

A. Peso total de los residuos destinados a eliminación (en ton 3) y desglose de este total en función de la composición de los residuos

Peso total de los residuos destinados a eliminación en toneladas métricas



Residuos no peligrosos



B. Peso total de los residuos peligrosos destinados a eliminación (en ton 3) y desglose de este total en función de las siguientes operaciones de eliminación:

Peso total de los residuos peligrosos destinados a eliminación en toneladas métricas



Incineración (con recuperación energética)



146 C. Peso total de los residuos no peligrosos destinados a eliminación (en ton 3) y desglose de este total en función de las siguientes operaciones de eliminación:

Peso total de los residuos no peligrosos destinados a eliminación en toneladas métricas



Incineración (con recuperación energética)



Otras operaciones de eliminación: Traslado a relleno sanitario



Desglose del peso (en ton 3) de los residuos peligrosos y no peligrosos destinados a eliminación:

Tipos de residuos	Ámbito de generación	Operación y tratamiento	CD Salcobrand	CD Preunic + Tiendas (3)
Residuos no peligrosos	Fuera de las instalaciones	Valorización / Reciclaje	764,7	307,11
		Eliminación	169,37	120,5
Residuos peligrosos	Fuera de las instalaciones	Valorización / Reciclaje	67,54	4,25
		Eliminación	0	0

Peso total residuos no peligrosos generados por negocio (en ton 3)

Papel y cartón	Plástico	Mezcla de residuos asimilables a domiciliarios	Total
 sb 721,01  264,73	 sb 332,5  15,57	 sb 169,37  120,5	 sb 1.222,88  400,8

Reciclaje en Salcobrand y Preunic por tipo de material (en kilos)

Cartón	Plástico
 sb 721.010  264.732	 sb 33.250  15.572

147

Desafíos de la gestión ambiental en 2025

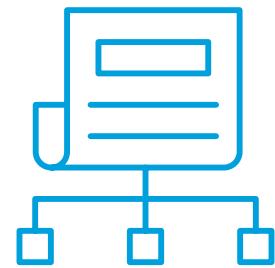
En 2025, la estrategia de Gestión Ambiental de la Gerencia de Cumplimiento Ambiental se enfocará en dos objetivos principales:

- Implementación de planes de mitigación de riesgos de sostenibilidad, alineados con los temas materiales aplicables a cada filial, según los estándares IFRS S1 y S2. Esto permitirá fortalecer la gestión de riesgos ambientales y mejorar la resiliencia de la compañía ante desafíos normativos y de mercado.

- Mitigación de riesgos asociados al cumplimiento normativo, con especial énfasis en la Ley de Delitos Económicos Ambientales. Se reforzarán los mecanismos de control y supervisión para garantizar el cumplimiento de las obligaciones regulatorias y prevenir contingencias o incidencias ambientales.



CAPÍTULO ANEXOS



Acerca de este Reporte

Este Reporte de Sostenibilidad es el undécimo que Empresas SB publica de manera consecutiva desde el año 2015.

En este documento, la compañía transparenta a sus grupos de interés los resultados de su gestión en los ámbitos ambiental, social y de gobernanza, durante el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2024.

Este informe cumple de manera voluntaria con los requerimientos de información no financiera establecidos en la Norma de Carácter General 461 (actualizada por la NCG 519), de la Comisión para el Mercado Financiero (CMF). Asimismo, responde a los estándares específicos de la industria del Retail Farmacéutico del Sustainability Accounting Standards Board (SASB), que identifica los riesgos y oportunidades que se presentan para la empresa en el ámbito de la sostenibilidad.

150

Verificación de indicadores

Por primera vez, en este Reporte de Sostenibilidad 2024 aplicamos una verificación independiente para los indicadores cuantitativos contenidos en la NCG 461 (519) y el SASB.

A cargo de la firma auditora especializada PwC, con este ejercicio, nuestro objetivo fue reforzar el carácter de este informe como una herramienta de comunicación confiable, que:

- Exponga de manera creíble y garantizada los impactos de la organización.
- Nos permita mitigar el riesgo de greenwashing (o entrega de información socioambiental falsa).
- Nos ayude a promover la mejora continua en materias como identificación de brechas y optimización de procesos.

Para enviar consultas y sugerencias sobre los contenidos de este Reporte, los interesados pueden comunicarse con la gerenta de Sostenibilidad y Comunicaciones de Empresas SB, María José Fuentealba, a través del correo mjfuentea@sb.cl.

Más información sobre la estrategia y los planes de sostenibilidad de la compañía se puede encontrar en el sitio web corporativo www.empresassb.cl.

Materialidad

En 2024 tomamos como referencia formal para la definición de los contenidos de este Reporte los requerimientos sobre información no financiera de la NCG 461 (519) y el SASB para el Retail Farmacéutico, cuyos indicadores representan el conjunto de temas de sostenibilidad con mayor probabilidad de afectar el desempeño operativo o la situación financiera de una empresa de este sector económico (es decir, su "materialidad financiera").

Entre estos temas están:

- La gestión de la energía
- Seguridad y confidencialidad de los datos
- Integridad de la cadena de suministro de medicamentos
- Gestión de sustancias controladas
- Repercusión sobre la salud de los pacientes

Con todo, para garantizar que la información de este Reporte responda plenamente a los intereses de nuestros stakeholders, quisimos enriquecer esta mirada con la actualización de la "materialidad de impacto" que establecimos para nuestro Reporte 2023 a partir de la metodología que propone el Global Reporting Initiative (GRI). Este proceso de revisión contempló las siguientes acciones:

Etapa 1: Comprensión del contexto y la actividad de la organización

- Estudiamos los aspectos clave del contexto macroeconómico local que resultan determinantes para el desarrollo de la actividad del retail, como la inflación, el desempleo y el crecimiento del PIB.
- Analizamos los resultados de las encuestas que aplicamos

a nuestros clientes y colaboradores en el año respecto de temas como niveles de recomendación y clima interno, respectivamente.

- Analizamos las políticas y procedimientos elaborados para responder a los requerimientos de nuevas normativas promulgadas o publicadas en el período, como la Ley de Delitos Económicos, la Ley de Protección de Datos de las Personas, el Marco de Ciberseguridad y la Ley Karin, para la prevención y sanción del acoso sexual, acoso laboral y violencia en el trabajo.
- A modo de referencia, consideramos los resultados financieros y comerciales de la compañía en 2024 y la evolución de sus índices estratégicos en materias como experiencia cliente, reclamos, salud y seguridad, y compromiso interno.
- Estudiamos reportes de sostenibilidad y memorias integradas de otras empresas de retail y farmacéuticas en Chile y el mundo.
- Repasamos las principales discusiones públicas generadas en 2024 en torno a las conductas y prácticas empresariales.
- Desarrollamos un estudio de prensa para identificar los temas recurrentes con los que se asoció a la organización y la industria del retail farmacéutico en los medios de comunicación nacionales e internacionales durante 2024.

Para realizar este levantamiento de prensa se utilizó la plataforma Izimedia, una Start-Up de Media Intelligence que captura y procesa diferentes fuentes de Chile y Latinoamérica. Mediante este software, se obtuvieron los resultados mensuales para los siguientes 11 parámetros de búsqueda:

- Empresas SB
- Salcobrand
- Preunic
- Recetario Magistral
- DBS
- 6 cadenas de farmacia de la competencia

Este ejercicio nos permitió visualizar temas recurrentes que no habíamos identificado en nuestra materialidad de impacto del año 2023, como:

- Impactos en los colaboradores y las instalaciones derivados de hechos delictuales
- Plan de expansión y desarrollo
- Entorno competitivo

Etapa 2: Identificación de impactos

Sobre la base del análisis que efectuamos en la etapa 1, generamos un listado inicial de impactos potenciales y reales que la organización, por las características de su actividad, provoca o puede provocar.

Etapa 3: Evaluación de impactos

Estos temas los evaluamos a partir de los criterios definidos por GRI para cada tipo de impacto, lo que nos sirvió para establecer un umbral de publicación.

Etapa 4: Priorización de impactos más significativos

A partir de este umbral, elaboramos una lista más reducida de impactos (materialidad externa) relevantes que priorizamos y validamos con la Gerencia de Sostenibilidad y Comunicaciones de Empresas SB, área encargada de la publicación de este Reporte.

El conjunto de temas materiales que nos arrojó este proceso (materialidad de impacto) fue el siguiente:

Bienestar y Desarrollo de las Personas	Ciberseguridad, Seguridad de la Información y Confidencialidad de los Datos	Salud y Seguridad, y Relaciones Laborales	Desarrollo de Proveedores
Vinculación con la Comunidad	Gestión y Cumplimiento Ambiental	Ética y Cumplimiento Legal y Sanitario	Gestión de Riesgos
Experiencia Cliente	Acceso a Mejor Salud y Adhesión a Tratamientos	Seguridad de las Instalaciones	Estrategia de Expansión y Desarrollo

Matriz de Doble Materialidad

A partir de la confluencia entre los temas que identificamos dentro de nuestra materialidad de impacto y la materialidad financiera que nos brinda el SASB de Minoristas de

Medicamentos, establecimos una matriz de doble materialidad que nos permitió establecer nuestros temas materiales prioritarios.

152

- MATERIALIDAD DEL IMPACTO +

- Bienestar y Desarrollo de las Personas
- Experiencia de Clientes
- Vinculación con la Comunidad
- Desarrollo de Proveedores
- Gestión de Riesgos
- Estrategia de Desarrollo
- Seguridad de las instalaciones

TEMAS MATERIALES PRIORITARIOS

- Ciberseguridad y Seguridad de la Información / Seguridad y Confidencialidad de los Datos
- Gestión y Cumplimiento Ambiental / Energía
- Ética y Cumplimiento Legal y Sanitario / Integridad de la Cadena de Suministro de Medicamentos
- Acceso a Mejor Salud y Adhesión a Tratamientos / Repercusión sobre la salud de los pacientes

- Gestión de sustancias controladas

- MATERIALIDAD FINANCIERA +

Cómo Abordamos Nuestros Temas Materiales Prioritarios

TEMA PRIORITARIO	ENFOQUE DE GESTIÓN
→ Ciberseguridad y Seguridad de la Información / Seguridad y Confidencialidad de los Datos	En Empresas SB contamos con una Política de Gestión de Seguridad de la Información en la que se establecen los objetivos, metas, controles, roles y responsabilidades que ha dispuesto la compañía en materia de seguridad de la información, ciberseguridad, gestión de incidentes, protección de datos y continuidad de negocio. A partir de estos lineamientos, abordamos estos aspectos de la gestión bajo un enfoque de "seguridad desde el diseño", lo que significa que todos los proyectos que desarrollamos y que involucran gestión de datos y transacciones de los clientes los elaboramos con protocolos que nos permiten identificar y cubrir todas sus posibles vulnerabilidades.
→ Gestión y Cumplimiento Ambiental / Energía	En Empresas SB, abordamos nuestros impactos ambientales con una perspectiva que pone énfasis en la gestión de los riesgos normativos, la identificación y mitigación de incidencias ambientales y el fortalecimiento del acompañamiento técnico a la Primera Línea de Defensa en materias de cumplimiento y sostenibilidad. Asimismo, impulsamos buenas prácticas alineadas con la normativa vigente y que nos permiten avanzar en el cumplimiento de nuestros compromisos ambientales.
→ Ética y Cumplimiento Legal y Cumplimiento Sanitario / Integridad de la Cadena de Suministro de Medicamentos	En Empresas SB, disponemos de un Sistema de Gestión en Ética y Cumplimiento, cuyo principal objetivo es asegurar el cumplimiento y perfeccionamiento de las normas contenidas en el Código de Ética y Cumplimiento de la compañía. En concreto, este modelo busca velar por el cumplimiento de la normativa que impacta a Empresas SB; realizar las investigaciones derivadas de las infracciones al Código de Ética y Cumplimiento; implementar y gestionar el canal de denuncias de ESB; reportar periódicamente a los comités directivos de Ética y Cumplimiento, y de Auditoría, y a través de ellos al Directorio de Empresas SB, y proponer al Directorio, a través del Comité Directivo de Ética y Cumplimiento, el nombramiento del Oficial de Ética y Cumplimiento y Prevención del Delito. En materia sanitaria, específicamente, nuestro foco está en la optimización de los procesos de supervisión, la implementación de acciones correctivas y preventivas, y el fortalecimiento de la gestión de incidencias. A nivel de centros de distribución, y para garantizar la integridad de la cadena de suministro, impulsamos un modelo de Gestión Técnica de Drogería que busca asegurar el cumplimiento de las normas sanitarias dictadas por el Instituto de Salud Pública y el Ministerio de Salud, para velar por la condición de máxima calidad de los medicamentos.
→ Acceso a Mejor Salud y Adhesión a Tratamientos / Repercusión sobre la salud de los pacientes	En Empresas SB, aportamos de manera efectiva a la salud y el bienestar de las personas a través de alianzas con organismos públicos que nos permiten ofrecer en nuestras farmacias productos a menores precios y con programas que facilitan el acceso de las personas a los medicamentos y promueven el cumplimiento por parte de las personas de sus tratamientos médicos. En ese contexto, destaca Mi Salcobrand, una iniciativa que, además de reducir el gasto de bolsillo de las personas, contribuye a la adherencia de los clientes a sus tratamientos médicos, un objetivo con alto impacto en la salud de la población y la comunidad.

Información de Sostenibilidad Identificada

Numerical	Nombre del Indicador
2.3.3	Perfil de la Entidad: 2.3.3 Identificación de socios o accionistas mayoritarios
2.3.4.ii	Perfil de la Entidad: Política de reparto de dividendos y/o utilidades, según corresponda, que pretende seguir la administración de la entidad para los próximos 2 años
2.3.4.iii.c	Perfil de la Entidad: Número total de accionistas registrados al término del periodo anual.
3.2.xiii.a	Gobierno Corporativo: xiii. a. Número total de directores separados por hombres y mujeres, distinguiendo entre directores titulares y suplementos.
3.2.xiii.b	Gobierno Corporativo: xiii. b. Número de directores por nacionalidad, separados por hombres y mujeres, distinguiendo entre directores titulares y suplementos.
3.2.xiii.c	Gobierno Corporativo: xiii. c. Número de directores según rango de edad de acuerdo a los rangos contemplados en la sección 5.1.4., separados por hombres y mujeres, distinguiendo entre directores titulares y suplementos.
3.2.xiii.d	Gobierno Corporativo: xiii. d. Número de directores por antigüedad en la organización de acuerdo a los rangos contemplados en la sección 5.1.4., separados por hombres y mujeres, distinguiendo entre directores titulares y suplementos.
3.2.xiii.e	Gobierno Corporativo: 3.2.xiii. e. Número de directores en situación de discapacidad, separados por hombres y mujeres, distinguiendo entre directores titulares y suplementos.
5.1.1	Personas: 5.1.1 Número de personas por sexo: Separado por hombres y mujeres el total de personas para cada tipo de cargo o categoría de funciones.
5.1.2	Personas: 5.1.2 Número de personas por nacionalidad: Número de personas por nacionalidad, separadas por sexo, para cada tipo de cargo o categoría de funciones.
5.1.3	Personas: 5.1.3 Número de personas por rango de edad: Número de personas por rango de edad, separadas por sexo, para cada tipo de cargo o categoría de funciones, en los rangos: menos de 30 años; entre 30 y 40; entre 41 y 50; entre 51 y 60; entre 61 y 70, y más de 70 años.
5.1.4	Personas: 5.1.4 Antigüedad laboral: Número de personas por antigüedad en la organización, separadas por sexo, para cada tipo de cargo o categoría de funciones, en los rangos: menos de 3 años; entre 3 y 6; más de 6 y menos de 9; entre 9 y 12, y más de 12 años trabajando en la entidad.
5.1.5	Personas: 5.1.5 Número de personas con discapacidad: Número de personas en situación de discapacidad, para cada tipo de cargo o categoría de funciones, distinguiendo entre hombres y mujeres.
5.2	Personas: 5.2. Formalidad laboral: Personas con contrato a plazo indefinido, a plazo fijo y por obra o faena. Además, las personas que prestan servicios a honorarios. Lo anterior, expresado tanto en número de personas como porcentaje del total de personal de la entidad que esas personas representan según la modalidad del contrato. Todo ello, separado por sexo.
5.3	Personas: 5.3. Adaptabilidad laboral: Separado por sexo, el número de personas con jornada ordinaria de trabajo, con jornada a tiempo parcial, con teletrabajo parcial, con teletrabajo completo con pactos de adaptabilidad para el trabajo, separando entre horas familiares y con bandas de horas para personas que trabajan al cierre todo menos o más de hasta 12 años, y porcentaje del total de trabajadores de la entidad que representan esas personas para cada una de esas modalidades.
5.4.2	Personas: 5.4.2 Brecha salarial: Brecha salarial anual por sexo y para cada categoría de funciones de aquellas definidas al inicio de la sección 5, medida como el porcentaje que el salario bruto de las mujeres representa respecto del salario bruto de los hombres.
5.5	Personas: 5.5. Acoso Laboral: Porcentaje del total de personal que fue capacitado durante el año respecto del protocolo de prevención del acoso sexual, laboral y la violencia en el trabajo y del procedimiento de investigación y sanción al que quedan sometidas dichas conductas que hubieren sido cometidas en su entidad.
	Número de denuncias de acoso laboral, acoso sexual y violencia en el trabajo, separando las cifras por el sexo de quien presentó la denuncia y distinguiendo aquellas presentadas ante la misma entidad y ante la Dirección del Trabajo u otro organismo equivalente.
5.6	Personas: 5.6. Seguridad laboral: Metas e indicadores de las (1) tasas de accidentalidad por cada cien trabajadores, (2) tasa de fatalidad cada cien mil trabajadores, (3) tasa de enfermedades profesionales por cada cien trabajadores y el (4) promedio de días perdidos por accidente durante el año.
5.7	Personas: 5.7. Permiso Postnatal: Porcentaje de personas, separadas por sexo, que hubieren hecho uso de permisos de postnatal, considerando el número total de personas elegibles para hacer uso de tales permisos y promedio de días que hubieren sido utilizados durante el año por categoría de funciones.
5.8.i	Personas: 5.8. Capacitación y beneficios: i. Monto total de recursos monetarios y el porcentaje que estos representan del ingreso anual total de actividades ordinarias de la entidad (o su equivalente), que se destinó a educación y desarrollo profesional para las personas que trabajan en la entidad.

PwC

Numerical	Nombre del Indicador
5.8.ii	Personas: 5.8.ii. Número total de personal capacitado y porcentaje que representa de la dotación total:
5.8.iii	Personas: iii. Promedio anual de horas de capacitación que el personal destina, por cuenta de la entidad, a actividades de capacitación, por sexo y categoría de funciones.
6.2.iii	Modelo de Negocios: iii. Número de proveedores que representen en forma individual, al menos el 10% del total de compras efectuadas en el período por el suministro de bienes y servicios del segmento. En caso de que ningún proveedor alcance dicha concentración deberá señalarlo expresamente.
6.2.iv	Modelo de Negocios: iv. Número de clientes que concentren forma individual, a lo menos, un 10% del ingreso del segmento. En caso de que ningún cliente alcance dicha concentración deberá señalarlo expresamente.
6.5.1.ii	Modelo de Negocios: Respecto de las subsidiarias y asociadas: ii. Capital suscrito y pagado.
6.5.1.v	Modelo de Negocios: Respecto de las subsidiarias y asociadas: v. Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora en el capital de la subsidiaria o asociada y variaciones ocurridas durante el último ejercicio.
6.5.1.vi	Modelo de Negocios: Respecto de las subsidiarias y asociadas: vi. Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz.
6.5.2.i	6.5.2 Inversión en otras sociedades: Individualización y naturaleza jurídica de entidades en que se posean inversiones que representen más del 20% del activo total de la entidad, y que no revistan el carácter de subsidiarias o asociadas.
7.1.i	Pago a Proveedores: Número de Facturas pagadas: el número de facturas pagadas durante el año a proveedores por cada uno de los rangos ya señalados.
7.1.ii	Pago a Proveedores: ii. Monto Total (millones de pesos).
7.1.iii	Pago a Proveedores: iii. Monto Total intereses por mora en pago de facturas (millones de pesos)
7.1.iv	Pago a Proveedores: iv. Número de Proveedores: cantidad de proveedores al que corresponden las facturas pagadas durante el año en cada uno de los rangos ya señalados.
7.1.v	Pago a Proveedores: v. Número de acuerdos inscritos en el Registro de Acuerdos con Plazo Excepcional de Pago que lleva el Ministerio de Economía.
8.1.1	Cumplimiento legal y normativo en relación con clientes: Número de sanciones ejecutoriadas y monto en pesos que representaron esas sanciones.
8.1.2	Cumplimiento legal y normativo en relación con sus trabajadores: Número de sanciones ejecutoriadas y monto en pesos que representaron esas sanciones.
8.1.3	Cumplimiento legal y normativo medioambiental: - Número de sanciones ejecutoriadas del Registro Público de Sanciones de la Superintendencia de Medio Ambiente o de aquél órgano equivalente en jurisdicciones extranjeras. - Total de multas y número de programas de cumplimiento aprobados; programas de cumplimiento ejecutados satisfactoriamente; planes de reparación por daño ambiental presentados; y planes de reparación por daño ambiental ejecutados satisfactoriamente.
8.1.4	Cumplimiento legal y normativo en Libre Competencia: Número de sanciones ejecutoriadas y monto en pesos que representaron esas sanciones.
8.1.5	Cumplimiento legal y normativo (Otras): Número de sanciones ejecutoriadas y monto en pesos que representaron sanciones asociadas a incumplimientos de la Ley N°20.393.

Numerical	Nombre del Indicador
HC-DR-130a.1	Gestión de la energía del comercio minorista: (1) Total de energía consumida, (2) Porcentaje de electricidad de la red, (3) Porcentaje de renovables
HC-DR-230a.2	Seguridad y confidencialidad de los datos: Número de casos de violación de datos personales asociados a salud y porcentaje correspondiente a (a) Datos personales, (b) Datos personales correspondientes a salud, y Número de clientes afectados por cada categoría .
HC-DR-230a.3	Seguridad y confidencialidad de los datos: Monto total de pérdidas monetarias resultantes de procedimientos legales asociados a la seguridad de los datos y la privacidad.
HC-DR-250a.2	Integridad de la cadena de suministro de medicamentos: Número de fármacos retirados por problemas, Total de unidades retiradas y Porcentaje de productos de marca privada (Elaborados por el un tercero ajeno a la entidad, pero bajo la marca de la entidad).
HC-DR-260a.2	Gestión de sustancias controladas: Monto total asociado a pérdidas monetarias resultantes de procedimientos legales relacionados a sustancias reguladas.
HC-DR-260b.3	Repercusión sobre la salud del paciente: Monto total perdido como resultado de procedimientos legales asociados a errores al prescribir recetas médicas.
HC-DR-000.A	Parámetros de la actividad: Número de establecimientos farmacéuticos.
HC-DR-000.B	Parámetros de la actividad: Área total del espacio utilizado para actividades asociadas a Retail.
HC-DR-000.D	Parámetros de la actividad: La entidad reportará el número de farmacéuticos.



Índice de NCG 461 (519)

TEMA	CONTENIDOS	PÁGINA O RESPUESTA
1. Índice de Contenidos		Páginas 156 y 164.
	2.1 Misión, visión, propósito y valores	Página 22.
	2.2 Información histórica	Página 24.
	2.3.1 Situación de control	El 70% de la propiedad está en manos de Empresas Juan Yarur, de la familia Yarur, y el 30% pertenece a la familia Abuhadba. Existe un pacto de los accionistas de Inversiones SB (Inversiones EYJ Dos Limitada con Inversiones San Vicente Ltda., Inversiones Benidorm Ltda. y Abuhadba Fondo de Inversión Privado), que contiene condiciones respecto a la venta de acciones.
	2.3.2 Cambios importantes en la propiedad o control	No se registraron cambios importantes en la propiedad de Empresas SB durante el último año.
	2.3.3 Identificación de socios o accionistas mayoritarios	No hay socios o accionistas con más de un 10% de participación directa o indirecta en Empresas SB.
2. Perfil de la entidad	2.3 Propiedad	Empresas SB cuenta con una serie única de acciones. Se distribuye anualmente a los accionistas, en dinero a prorrata de sus acciones, al menos el 30 % de las utilidades líquidas de cada período, salvo que la Junta de Accionistas acuerde por unanimidad lo contrario. Los dividendos repartidos en 2024 son información estratégica. Empresas SB es una Sociedad Anónima Cerrada, por lo que no cotiza en Bolsa. Sus accionistas son cuatro: - Inversiones EYJ DOS Ltda. - Inversiones San Ambrosio Ltda. - Inmobiliaria e Inversiones Benidorm Ltda. - Comercial Santa Ema Ltda.
	2.3.4 Acciones, sus características y derechos	
	2.3.5 Otros valores	No existen.

TEMA	CONTENIDOS	PÁGINA O RESPUESTA
3. Gobierno Corporativo		157
	3.1 Marco de Gobernanza	
	i. Buen funcionamiento del gobierno corporativo	La compañía cuenta con una política para su sistema de gestión integrada de riesgos (POL 0002), que constituye la base de su Sistema de Gobierno Corporativo y que contiene un sistema de identificación y evaluación de los riesgos que conllevan, entre otros, los distintos procesos de gobierno corporativo. Estos últimos, en forma general, están regulados en la Política de Gobierno Corporativo (POL 0017), la que se complementa con el Sistema de Ética y Cumplimiento de Empresas SB, regulado en la POL 0003. Ver más en páginas 42, 46 y 57.
	ii. Enfoque de sostenibilidad estratégico	Empresas SB cuenta con una Política de Sostenibilidad (POL 0023), que establece el enfoque de sostenibilidad estratégico. Ver más en página 64.
	iii. Detección y prevención de conflictos de interés	Empresas SB cuenta con un Sistema de Ética y Cumplimiento, con Políticas y Procedimientos que abordan estas materias. Ver más en página 46 y 54.
	iv. Identificación y relación con grupos de interés	Empresas SB aborda esta materia a través de la Política de Sistema Integrado de Riesgos (POL 0002). Ver más en páginas 57 y 74.
	v. Promoción e innovación de I+D	La compañía aborda estas materias a través de la Política de Gestión de Personas (POL 0022), que establece la innovación como uno de los 4 atributos de un líder; la Política de Gestión de Proyectos (POL 0023) y el Plan de Continuidad de Negocios. Ver más en página 84.
	vi. Detección y reducción de barreras de diversidad e inclusión	La compañía aborda estas materias mediante la Política de Sostenibilidad (0023), la Política de Equidad de Género (SB 0013), la Política de Inclusión y Diversidad (POL 0019) y la Política de Gestión de Personas (POL 0022). Ver más en página 117.
	vii. Preservación de la diversidad en la organización	Esta materia está incorporada en la Política de Diversidad e Inclusión (POL 0019), apartado 5.3, que expresa el objetivo de "erradicar toda forma de discriminación y acoso, construir constantemente equipos inclusivos; y multiplicar nuestro impacto". A esto se suman los procedimientos de la compañía que apuntan al mismo fin y los canales de denuncias establecidos al efecto. Ver más en páginas 45, 51 y 117.
	3.1.2.Organigrama	Páginas 42, 44 y 50.

TEMA	CONTENIDOS	PÁGINA O RESPUESTA
3. Gobierno Corporativo	3.2 Directorio	<p>3.2.i Identificación del Directorio Página 44.</p> <p>3.2.ii. Ingresos de sus miembros Se considera materia estratégica.</p> <p>3.2.iii Política de contratación de asesorías Esta materia está regulada en la Política de Gobierno Corporativo (POL 0017), que indica (en su página 10) que el Directorio puede contratar asesores en caso de que la mayoría lo requiera.</p> <p>3.2.iv. Matriz de conocimientos Se considera materia estratégica.</p> <p>3.2.v. Inducción Esta materia se aborda en la Política de Gobierno Corporativo, apartado 5.5.3. Ver más en página 46.</p> <p>3.2.vi. Reunión con unidades de gestión de riesgo Dichas materias se informan regularmente al Directorio y a los respectivos comités. Esto se encuentra considerado en las Políticas 004, 005, 006, 007, 008, 009, 0010, 0013, 0014, 0015, 0018, 0019, 0021, 0022, 0023, 0028, 0030, 0031 y 0032. Ver más en páginas 47-49 y 57-60.</p> <p>3.2.vii. Información sobre asuntos ambientales y sociales Esto se establece en la Política de Sostenibilidad, que considera como referencia los estándares internacionales sobre la materia. Al respecto, cabe consignar que la compañía se encuentra actualizando su Política de Gestión Medioambiental (POL 0010). Ver más en página 46.</p> <p>3.2.viii Visitas a terreno Se han hecho visitas a las dependencias de la compañía, a sus establecimientos de ventas y a sus centros de distribución.</p> <p>3.2.xii. Acceso a información remota Una semana antes de la sesión de Directorio, se envía el borrador de acta de la sesión anterior a todos los directores para sus observaciones, en caso de que existan. Luego, en la sesión de Directorio, se procede con la firma de la sesión anterior y se incorpora en el Libro de actas de Directorio, cumpliendo de esta forma con la ley.</p> <p>3.2.xiii Conformación del Directorio Página 44.</p> <p>3.2.xiii.a. Directores por sexo Páginas 44-45.</p> <p>3.2.xiii.b. Directores por nacionalidad y sexo Página 45.</p> <p>3.2.xiii.c. Directores por rango de edad y sexo Página 45.</p> <p>3.2.xiii.d. Directores por antigüedad y sexo Página 45.</p> <p>3.2.xiii.e. Directores en situación de discapacidad por sexo Página 45.</p> <p>3.2.xiii.f. Brecha salarial Se considera materia estratégica.</p>



TEMA	CONTENIDOS	PÁGINA O RESPUESTA
	i. Descripción de Comités ii. Integrantes de Comités iii. Ingresos por Comité iv. Principales actividades	Página 47. Páginas 47 a 49. Se considera materia estratégica. Páginas 47 a 49.
3.3 Comités del Directorio	v. Asesorías	De acuerdo con sus estatutos, los comités del Directorio están autorizados para contratar y remover a asesores independientes y otros asesores según lo consideren necesario para llevar a cabo sus funciones. Cada comité tiene la autoridad exclusiva para aprobar los honorarios y hacer que la compañía pague cualquier cobro que, razonablemente, resulte de dichos servicios de asesoría. Los gastos anuales que efectuó la empresa en 2024 por este concepto se consideran información estratégica.
	vi. Reunión del Comité de Directores con unidades de gestión de riesgo vii. Reporte al Directorio	El Artículo 50 bis de la Ley 18.046 no aplica a Empresas SB al ser esta una Sociedad Anónima Cerrada. Páginas 47 a 49.
3.4 Ejecutivos principales	i. Identificación de ejecutivos principales ii. Remuneraciones iii. Planes de compensación iv. Participación en la propiedad	Página 50. Se considera materia estratégica. Se considera materia estratégica. Se considera materia estratégica.
3. Gobierno Corporativo	3.5 Adherencia a códigos nacionales e internacionales	Tenemos un Código de Ética y Cumplimiento propio. Este Código no está basado en normas de organismos públicos o privados, sino en las que la compañía ha definido esenciales para regir el comportamiento empresarial y el de todos sus colaboradores.
3.6 Gestión de riesgos	i. Directrices de gestión de riesgos ii. Riesgos y oportunidades iii. Detección de riesgos iv. Rol del Directorio en el monitoreo de los riesgos v. Unidad de gestión de riesgos vi. Unidad de Auditoría Interna vii. Código de Ética viii. Información y capacitación sobre la gestión de riesgos ix. Canal de denuncias x. Plan de sucesión xi. Revisión de estructuras salariales del Directorio xii. Revisión de políticas de compensación xiii. Modelo de Prevención del Delito	Página 57. Página 57. Página 58. Página 58. Página 57. Página 61. Página 54. Página 59. Página 54. Por Política de Gobierno Corporativo, en Empresas SB, todos los ejecutivos deben contar con un reemplazo inmediato ante una eventualidad. Adicionalmente, disponemos de un programa de alto potencial dirigido a ejecutivos de primera y segunda línea, el que permite potenciar el desarrollo del talento horizontal y vertical. Se considera materia estratégica. Se considera materia estratégica. Página 54.

TEMA	CONTENIDOS	PÁGINA O RESPUESTA
3. Gobierno Corporativo	3.7 Relación con grupos de interés	i Relaciones con los grupos de interés Empresas SB cuenta con una Gerencia de Sostenibilidad y Comunicaciones a cuyo cargo está la relación con los grupos de interés.
		ii Mejora en la elaboración y difusión de la información Nuestra compañía cuenta con los siguientes controles directivos pertinentes a lo indicado: (i) Código de Ética y Cumplimiento de Empresas SB; (ii); PRO-GAC-0003 Comunicación de Políticas de Empresas SB; (iii) PRO-GIR-0001 Gestión de Riesgos Estratégicos de Empresas SB; (iv) PRO-EYC-0004 Responsabilidad Penal de la Persona Jurídica, y (v) PRO-EYC-0015 Donaciones, Contribución a la Comunidad y Auspicios.
		iii Procedimiento para informar a accionistas sobre capacidades y características de nuevos directores No aplica, toda vez que Inversiones SB S.A. y sus filiales no comprenden a Sociedades Anónimas Abiertas.
		iv Participación remota de los accionistas No aplica, toda vez que Inversiones SB S.A. y sus filiales no comprenden a Sociedades Anónimas Abiertas.
4 Estrategia	4.1 Horizontes de tiempo	Preunic: Corto plazo, 1 año; mediano plazo, 5 años, y largo plazo, 10 años. Salcobrand: Corto plazo, 1 año; mediano plazo, 3 años, y largo plazo, más de 3 años.
	4.2 Objetivos estratégicos	Salcobrand: Mejorar adherencia y conocimiento del cliente; Potenciar el mundo digital con foco en clientes crónicos; Fortalecer marcas propias y Lograr una compañía más eficiente. En sostenibilidad, esta filial está centrada en distintos focos: adherencia a tratamientos, cultura de prevención, bajar el costo de bolsillo y transparencia de cara al consumidor. Con estos objetivos, mantiene alianzas a través del Centro de Bienestar y con organizaciones como Coani quem, Fundación Acrux y Teletón. Preunic: cuenta con un plan estratégico a cinco años, que se basa en más categorías de belleza y mayor digitalización para fortalecer la propuesta omnicanal, y con un plan de apertura de tiendas en segmentos y lugares en donde aún no está presente la cadena. En sostenibilidad, sus focos son reciclaje y gestión de residuos; apuesta por la autoestima, en línea con el rol social de la marca, y alianzas estratégicas con María Ayuda y las funciones Soy Más y Proyecto B.
	4.3 Planes de inversión	Preunic: esta filial dispone de un plan tecnológico robusto orientado tanto a las tiendas físicas como al e-commerce, que le permite tener una visión más integrada y ágil del cliente, y aplicar mejoras en logística para estar más cerca y llegar más rápido, así como un plan de inversión para la apertura de nuevas tiendas. Salcobrand: además de contar con alianzas estratégicas en materia de sostenibilidad, esta filial cuenta con paneles solares en su Centro de Distribución, iniciativas de logística sostenibles (eléctricas) y productos sustentables.



TEMA	CONTENIDOS	PÁGINA O RESPUESTA
	5.1 Dotación del personal 5.2 Formalidad laboral 5.3 Adaptabilidad laboral 5.4 Equidad salarial por sexo 5.5 Acoso laboral y sexual 5.6 Seguridad laboral 5.7 Permiso postnatal 5.8 Capacitación y beneficios 5.9. Política de subcontratación	5.1.1 Número de personas por sexo 5.1.2 Número de personas por nacionalidad 5.1.3 Número de personas por rango de edad 5.1.4 Antigüedad laboral 5.1.5 Número de personas con discapacidad Página 95. Página 119. Página 120. Página 120. Página 121. Página 96. Página 96. 5.4.1 Política de equidad 5.4.2 Brecha salarial Página 122. Página 123. Página 115. Página 112. Página 98. 5.8.i. Políticas de capacitación 5.8.ii. Monto de recursos monetarios para capacitación 5.8.iii. Número de personal capacitado 5.8.iv. Promedio anual de horas de capacitación 5.8.v. Principales temas de las capacitaciones 5.8.vi. Beneficios Página 101. Página 104. Página 105. Páginas 105 y 167. Páginas 101 y 102. Página 99. En Empresas SB, contamos con una Política de Gestión de Proveedores, en la que se establecen los estándares laborales que se exigen a las empresas subcontratistas. Para verificar que estas empresas cumplan con dichos estándares, trabajamos con una plataforma externa que nos indica niveles de riesgos en diferentes indicadores relacionados.
5 Personas		
6 Modelo de Negocios	6.1 Sector industrial	i. Naturaleza de productos y/o servicios de la entidad ii. Competencia iii. Marco legal iv. Entidades reguladoras v. Grupos de interés vi. Afiliación a gremios Preunic: productos de belleza y cuidado personal Salcobrand: ser expertos en salud y bienestar. Preunic: compite en el canal moderno (de supermercados), farmacias y perfumerías y el canal tradicional (almacenes de barrio). Salcobrand: compite con cadenas de farmacias y farmacias independientes. Y en el mundo del consumo, con perfumerías y supermercados. Preunic: normativas sobre libre competencia, regulación sanitaria, leyes laborales y Ley REP. Salcobrand: normativa sobre libre competencia, regulación sanitaria, registro de marcas, leyes laborales y Ley REP. Preunic: Fiscalía Nacional Económica, Dirección del Trabajo, Sernac, SII, ISP, y municipios. Salcobrand: Fiscalía Nacional Económica, Dirección del Trabajo, Sernac, SII, ISP, Seremi, municipios y registro de marcas. Página 74. Página 73.



TEMA	CONTENIDOS	PÁGINA O RESPUESTA
6 Modelo de Negocios	6.2 Negocios	<p>i Principales bienes y servicios</p> <p>ii Canales de venta y distribución</p> <p>iii Proveedores que representan el 10% de las compras</p> <p>iv Clientes que representen el 10% del ingreso</p> <p>v Marcas utilizadas</p> <p>vi Patentes de propiedad</p> <p>vii Licencias, franquicias, royalties y/o concesiones de propiedad</p> <p>viii Otros factores relevantes del negocio</p>
	6.3 Grupos de interés	Página 74.
	6.4 Propiedades e instalaciones	<p>i. Características de las principales propiedades</p> <p>ii. Descripción de áreas de concesión (empresas extractivas)</p> <p>iii. Tipo de contrato de propiedades</p>
	6.5 Subsidiarias, asociadas e inversiones en otras sociedades.	<p>6.5.1 Subsidiarias y asociadas</p> <p>6.5.2 Inversiones en otras sociedades</p>
7 Gestión de Proveedores	<p>7.1 Política de pagos a proveedores</p> <p>7.1.i Número de facturas pagadas</p> <p>7.1.ii Monto total de facturas pagadas</p> <p>7.1.iii. Monto total de mora</p> <p>7.1.iv Número de proveedores de facturas pagadas</p> <p>7.1.v. Acuerdos en el Registro de Acuerdos con Plazo Excepcional</p> <p>7.2. Evaluación de proveedores</p>	<p>Páginas 131 y 132.</p> <p>Página 132.</p> <p>Página 132.</p> <p>Página 132.</p> <p>Página 132.</p> <p>Página 132.</p> <p>En 2024, no realizamos procesos de evaluación en sostenibilidad a los proveedores.</p>

TEMA	CONTENIDOS	PÁGINA O RESPUESTA
8 Cumplimiento legal y normativo	8.1. En relación con clientes 8.2 En relación con sus trabajadores 8.3 Medioambiental	En Empresas SB contamos con el Procedimiento PRO-SB81-72020 sobre Manejo de Reclamos de Clientes. Respecto de las sanciones ejecutoriadas, durante 2024 se condenó a la filial Salcobrand S.A. al pago de multas que ascendieron a un total de 44 UTM (\$2.889.976) por infracciones a la Ley N°19.496. Este monto está dividido en 4 causas, en 2 de las cuales se dictó sentencia absolutoria, mientras que en las otras 2 se condenó al pago de 40 UTM (Junio 2024: \$2.630.800) y 4 UTM (Diciembre 2024: \$269.176), respectivamente.
	8.2 En relación con sus trabajadores	En 2024 se registraron 36 sanciones ejecutoriadas de las 225 fiscalizaciones recibidas en 2023, por un valor de 2.334 UTM. Durante 2024, además, no tuvimos sentencias por demandas laborales que consideren Tutela Laboral.
	8.3 Medioambiental	Sanciones, multas y programas de cumplimiento:
	8.4 Libre competencia	a) Sanciones y multas: hasta la fecha no se han reportado sanciones ejecutoriadas en el Registro Público de Sanciones de la Superintendencia del Medio Ambiente ni en jurisdicciones extranjeras.
	8.5 Otros	b) Número de programas de cumplimiento aprobados: 5 planes de cumplimiento para las filiales de SB, PU, Medcell y DBS. Estos programas pertenecen al Programa de Cumplimiento Ambiental, el cual tiene un carácter voluntario interno en la compañía, y no se refiere a programas de cumplimiento que son parte de procesos sancionatorios de la Superintendencia del Medio Ambiente.
	8.4 Libre competencia	c) Planes de reparación por daño ambiental: no se han presentado ni ejecutado planes de reparación por daño ambiental.
	8.5 Otros	Sin sanciones.
9 Sostenibilidad	9.1 Indicadores por tipo de industria 9.2 Verificación independiente	En Empresas SB contamos con los procedimientos PRO-EYC-0001 sobre Denuncias e Investigaciones Internas Empresas SB y PRO-EYC-0004 sobre Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas Empresas SB. En 2024, respecto de estas materias, no registramos sanciones.
10. Hechos relevantes o esenciales		Página 164.
11. Comentarios de accionistas y del Comité de Directores		Página 154.
12. Informes financieros		Sin hechos esenciales informados.
		No existen.
		No se encuentran disponibles en CMF.



Indicadores SASB Minoristas de Medicamentos

164

TEMA	CÓDIGO	PARÁMETRO	PÁGINA O RESPUESTA
Gestión de la energía del comercio minorista	HC-DR-130a.1	1) Total de energía consumida, (2) porcentaje de electricidad de la red, (3) porcentaje de renovables	<p>49.144,090 GJ</p> <ul style="list-style-type: none"> - 91,8% Porcentaje de la red - 8,198% de Fuentes renovables <p>12.528.543 kWh (BNE)</p> <p>(Fuente: Clickie).</p> <p>Consumo energético proveniente de paneles solares: 1.118.771 kWh</p> <p>(Fuente: Plataforma de Datos).</p>
Seguridad y confidencialidad de los datos	HC-DR-230a.1	Descripción de las políticas y prácticas para proteger los registros de información médica protegida (PHI) y otra información de identificación personal (PII) de los clientes	<p>Para asegurar la protección de información médica, contamos con una política y un procedimiento específico en torno a esta materia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - POL 0018 Política de Gestión en la Protección, Tratamiento y Privacidad de Datos. - PRO-CISO-0009 Procedimiento Eliminación de Datos Personales, Sensibles e Información Regulada.
Integridad de la cadena de suministro de medicamentos	HC-DR-230a.2	(1) Número de filtraciones de datos, (2) porcentaje que implica a) únicamente información de identificación personal (PII) y b) información médica protegida (PHI), (3) número de clientes afectados en cada categoría, a) solo PII y b) PHI	<p>Durante 2024, no se registraron incidentes de filtración de datos. Por lo tanto, no hubo información de identificación personal o médica involucrada en ningún evento de estas características o clientes afectados.</p>
	HC-DR-230a.3	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con la seguridad y la privacidad de los datos	<p>Durante 2024, no se registraron pérdidas monetarias relacionadas con procedimientos judiciales que involucraran la seguridad y privacidad de los datos.</p>
	HC-DR-250a.1	Descripción de los esfuerzos para reducir la aparición de medicamentos comprometidos en la cadena de suministro	<p>Como CD tenemos distintos controles que permiten prevenir la entrada de productos falsificados o verificar que los productos que almacenamos no presenten desviaciones que den a entender que estamos frente a uno de estos productos.</p> <p>En nuestro proceso de recepción, se verifican distintos puntos respecto de los productos que ingresan, siguiendo un procedimiento claro, robusto y completando un check list que permite verificar aspectos normativos para descartar la presencia de productos falsificados. A su vez, en toda la cadena logística existe personal de QA (control de calidad) que durante todo el día revisa distintos aspectos de los productos farmacéuticos enfocados a su calidad. Esto se complementa a su vez con equipos de certificación.</p>
	HC-DR-250a.2	Número de retiradas de medicamentos emitidas, total de unidades retiradas, porcentaje de productos de marca propia	<p>Durante 2024 se emitieron 29 recall de productos farmacéuticos (medicamentos) por parte del ISP. De esta cantidad, solo 4 se ejecutaron, debido a que se contaba con stock en los puntos de venta y en CD, segregando de la distribución, recuperándose o sacando de la venta un total de 23.957 unidades, de las cuales ninguna corresponde a marca propia (0%). Los demás retiros no se ejecutaron por cuanto los productos no se trabajaban, no existían unidades sujetas al retiro o no cumplían con los lotes especificados en las alertas.</p>

TEMA	CÓDIGO	PARÁMETRO	PÁGINA O RESPUESTA
Gestión de sustancias controladas	HC-DR-260a.1	Porcentaje de las recetas de sustancias controladas dispensadas para las que se consultó una base de datos del programa de control de medicamentos con receta (PDMP)	No aplica a la normativa sanitaria chilena respecto de productos sujetos a control legal.
	HC-DR-260a.2	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con las sustancias controladas	No se ha tenido conocimiento de condenas judiciales en contra de Salcobrand S.A., relacionadas con sustancias controladas. En cuanto a procedimientos administrativos con eventuales sanciones durante el año 2024, solo se registra una sanción de 5 UTM impuesta por la Seremi de Salud de Calama.
Repercusión sobre la salud del paciente	HC-DR-260b.1	Tasa de adherencia de la primera receta	No aplica, ya que, conforme a la normativa chilena, no es obligatorio registrar todas las ventas con receta médica -por ejemplo, aquellas cuya condición de venta corresponde a receta simple-, por lo que no es factible generar este indicador.
Repercusión sobre la salud del paciente	HC-DR-260b.2	Descripción de las políticas y prácticas para evitar errores en la dispensación de recetas	<p>Desde 2022, se implementó una estrategia basada en el control directivo PRO-EYC-0018 Procedimiento de Buenas Prácticas de Dispensación, que establece los principales controles a aplicar en los locales Salcobrand para mitigar el riesgo de errores en la dispensación de medicamentos. Entre estas medidas se incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> Separación en el almacenamiento de los productos con similitudes en nombre o apariencia (productos LASA – Look Alike, Sound Alike). Orden y organización en el punto de venta. Doble verificación con el cliente antes de completar la dispensación. Notificación de errores al Servicio de Atención al Cliente SB. Prevención de distracciones durante la atención al público. <p>La responsabilidad del cumplimiento y supervisión de que las disposiciones de este procedimiento se cumplan recae principalmente en los Químicos Farmacéuticos - Directores Técnicos de las farmacias, en el área de Operaciones Retail y el Gerente General de la compañía.</p> <p>La estrategia ha sido difundida a través de capacitaciones presenciales, e-learning y material gráfico. Actualmente, la tasa de aprobación de la capacitación es cercana al 90% entre los colaboradores autorizados para dispensar medicamentos en toda la cadena.</p> <p>En 2024, con el objetivo de evaluar el cumplimiento de dichos controles en los puntos de venta, estos se incorporaron como criterios de evaluación dentro de la Lista de Vigilancia Sanitaria de los locales. Esta Lista funciona como una pauta de chequeo utilizada tanto por el área de Gestión Sanitaria de Empresas SB como por los propios locales para verificar el cumplimiento de los requisitos normativos sanitarios aplicables a la farmacia.</p> <p>Para 2025, se está desarrollando un nuevo control basado en una solución tecnológica que integrará alertas en los puntos de venta (POS). Esta herramienta notificará a los vendedores cuando estén por dispensar productos LASA con mayor riesgo de error, reforzando la seguridad en la dispensación.</p>

TEMA	CÓDIGO	PARÁMETRO	PÁGINA O RESPUESTA
Repercusión sobre la salud del paciente	HC-DR-260b.2	Descripción de las políticas y prácticas para evitar errores en la dispensación de recetas	<p>Adicionalmente, se está diseñando un plan integral de gestión de riesgos que abarque todos los procesos y canales de venta, incluyendo atención presencial, e-commerce, telefónica, Pharma Benefits y Recetario Magistral. Este plan incorporará controles complementarios a los ya existentes para fortalecer la seguridad en la dispensación, además de:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Aumentar la concientización de los colaboradores. · Reforzar la colaboración con la autoridad sanitaria y laboratorios. · Promover la educación de los pacientes sobre el uso seguro de los medicamentos. <p>Con estas iniciativas, se busca continuar fortaleciendo la seguridad y calidad en la dispensación, reduciendo los riesgos asociados y garantizando la protección de la salud de los pacientes.</p>
	HC-DR-260b.3	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con los errores de dispensación de recetas	<p>1. No hemos tenido conocimiento de condenas, en sede judicial, en contra de Salcobrand S.A., por errores de dispensación durante el año 2024. En consecuencia, no existen montos de pérdidas asociados.</p> <p>2. Asimismo, y respecto de procedimientos administrativos en que se hubiera sancionado a Salcobrand por estas materias durante el año 2024, únicamente hemos podido tener a la vista un caso, por una sanción de 5 UTM (equivalentes a \$325.910), referida a hechos ocurridos en julio de 2023, cursada por el ISP, y que efectivamente fue pagada.</p>
Parámetros de la actividad	HC-DR-000.A	Número instalaciones farmacéuticas	434 locales
	HC-DR-000.B	Superficie total del espacio comercial	81.004,59 metros cuadrados
	HC-DR-000.C	Número de recetas prescritas y porcentaje de sustancias controladas	No aplica, ya que, conforme a la normativa chilena, no es obligatorio registrar todas las ventas con receta médica -por ejemplo, aquellas cuya condición de venta corresponde a receta simple- por lo que no es factible responder este indicador.
	HC-DR-000.D	Número de farmacéuticos	Químicos Farmacéuticos: 925 QF Sub Administrador Part Time: 147 Vendedores: 3.465



Información Adicional

Promedio de horas de capacitación por sexo y categoría de funciones

Categorías de cargo	Promedio de horas de capacitación entre los hombres	Promedio de horas de capacitación entre las mujeres	Promedio por categoría de cargo
Alta Gerencia	17	0	17
Gerencia	18	17	18
Jefatura	52	49	50
Operario	207	183	202
Fuerza de Venta	43	54	51
Administrativo	228	138	187
Auxiliar	254	4	187
Otros profesionales	128	165	149
Otros técnicos	176	130	172
Promedios totales	70	60	63

Subsidiarias

Salcobrand

Información	Respuesta
i. Individualización, domicilio y naturaleza jurídica.	Salcobrand S.A.; Av. General Velásquez N° 9981, San Bernardo, Región Metropolitana; Sociedad Anónima Cerrada.
ii. Capital suscrito y pagado.	\$58.499.778,140
iii. Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla.	a) la importación, exportación, compra, venta, fabricación, arrendamiento, distribución, representación y otras formas de comercialización, por cuenta propia o ajena, de productos farmacéuticos, cosméticos, alimentos de uso médico y demás elementos destinados a la protección, conservación y recuperación de la salud de los seres vivos; b) la importación, exportación, compra, venta, fabricación, arrendamiento, distribución, representación y otras formas de comercialización, por cuenta propia o ajena, de toda clase de obras de bienes corporales muebles; c) la adquisición, enajenación y explotación de bienes inmuebles, desarrollo de negocios inmobiliarios y la proyección y ejecución de toda clase de obras de ingeniería y arquitectura; d) la prestación de servicios de asesoría, administración y organización de empresas y asistencia técnica en general; e) la participación en sociedades de cualquier naturaleza y objeto, la inversión en todas sus formas, la administración de los bienes en que se invierta y la percepción de sus frutos; f) el desarrollo de campañas publicitarias, la realización de eventos, la creación de estrategias de comercialización y mercadeo y otras actividades relacionadas con la promoción publicitaria de bienes y servicios, por cuenta propia o ajena; g) la representación de todo tipo de industrias y servicios nacionales o extranjeros para la distribución de las mercaderías ya señaladas; y, h) la ejecución de cualquier otra actividad que se encuentra directa o indirectamente relacionada con las anteriores.
iv. Nombre y apellidos del o los directores, administradores, en su caso, y gerente general.	Directores: Luis Enrique Yarur Rey, Carlos Spoerer Urrutia y Eduardo Patricio Abuhadba; Gerente General: Mauricio Caviglia Fuentes
v. Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora en el capital de la subsidiaria o asociada y variaciones ocurridas durante el último ejercicio.	99,99%
vi. Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz.	16,39%
vii. Indicación del nombre y apellidos del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz o entidad inversora que desempeñen algunos de esos cargos en la subsidiaria o asociada.	Directores: Luis Enrique Yarur Rey, Carlos Spoerer Urrutia y Eduardo Patricio Abuhadba.
viii. Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas durante el ejercicio y de la vinculación futura proyectada para con estas.	Cadena de farmacias que se enfoca en la salud, belleza y bienestar. Ofrece una amplia gama de productos farmacéuticos, de belleza y de cuidado personal, además de medicamentos y suplementos. Salcobrand genera el 76,7% de las ventas del holding y el 29,8% de las utilidades.
ix. Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz o entidad inversora.	
x. Cuadro esquemático en que se expongan las relaciones de propiedad directa e indirecta existentes entre la matriz, las subsidiarias o asociadas, así como las existentes entre ellas.	Ver página 172.

Pharma Benefits

Información	Respuesta
i. Individualización, domicilio y naturaleza jurídica.	Administradora de Beneficios Pharma Benefits Chile Limitada; Av. General Libertador Bernardo O'Higgins N° 877, Santiago, Región Metropolitana.
ii. Capital suscrito y pagado.	\$555.358.478
iii. Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla.	a) La organización, administración y desarrollo de sistemas de salud, en particular de sistemas relacionados con la intermediación, comercialización, distribución y consumo de medicamentos; b) El desarrollo, venta, operación y administración de programas computacionales para farmacias y comercialización de fármacos; c) La administración, por cuenta propia o ajena, de toda clase de negocios, agencias, representaciones, licencias, marcas comerciales, empresas y bienes de cualquier naturaleza; y d) Prestar toda clase de servicios de consultoría y asesoría en toda clase de temas relacionados con la salud.
iv. Nombre y apellidos del o los directores, administradores, en su caso, y gerente general.	Directores: Matías Verdugo Mira, Carlos Spoerer Urrutia y Eduardo Patricio Abuhadba; Gerente General: Danilo Tafra Vera.
v. Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora en el capital de la subsidiaria o asociada y variaciones ocurridas durante el último ejercicio.	99,90%
vi. Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz.	75,79%
vii. Indicación del nombre y apellidos del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz o entidad inversora que desempeñen algunos de esos cargos en la subsidiaria o asociada.	Matías Verdugo Mira, Carlos Spoerer Urrutia y Eduardo Patricio Abuhadba.
viii. Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas durante el ejercicio y de la vinculación futura proyectada para con estas.	Es una empresa que administra beneficios farmacéuticos tanto en Chile como en otros países de Latinoamérica. Ha sido responsable de formalizar los convenios con las isapres, cajas de compensación y otros beneficios que operan en Salcobrand. Pharma Benefits genera el 1,3% de los ingresos y el 18,4% de las utilidades de Empresas SB.
ix. Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz o entidad inversora.	
x. Cuadro esquemático en que se expongan las relaciones de propiedad directa e indirecta existentes entre la matriz, las subsidiarias o asociadas, así como las existentes entre ellas.	Ver página 172.

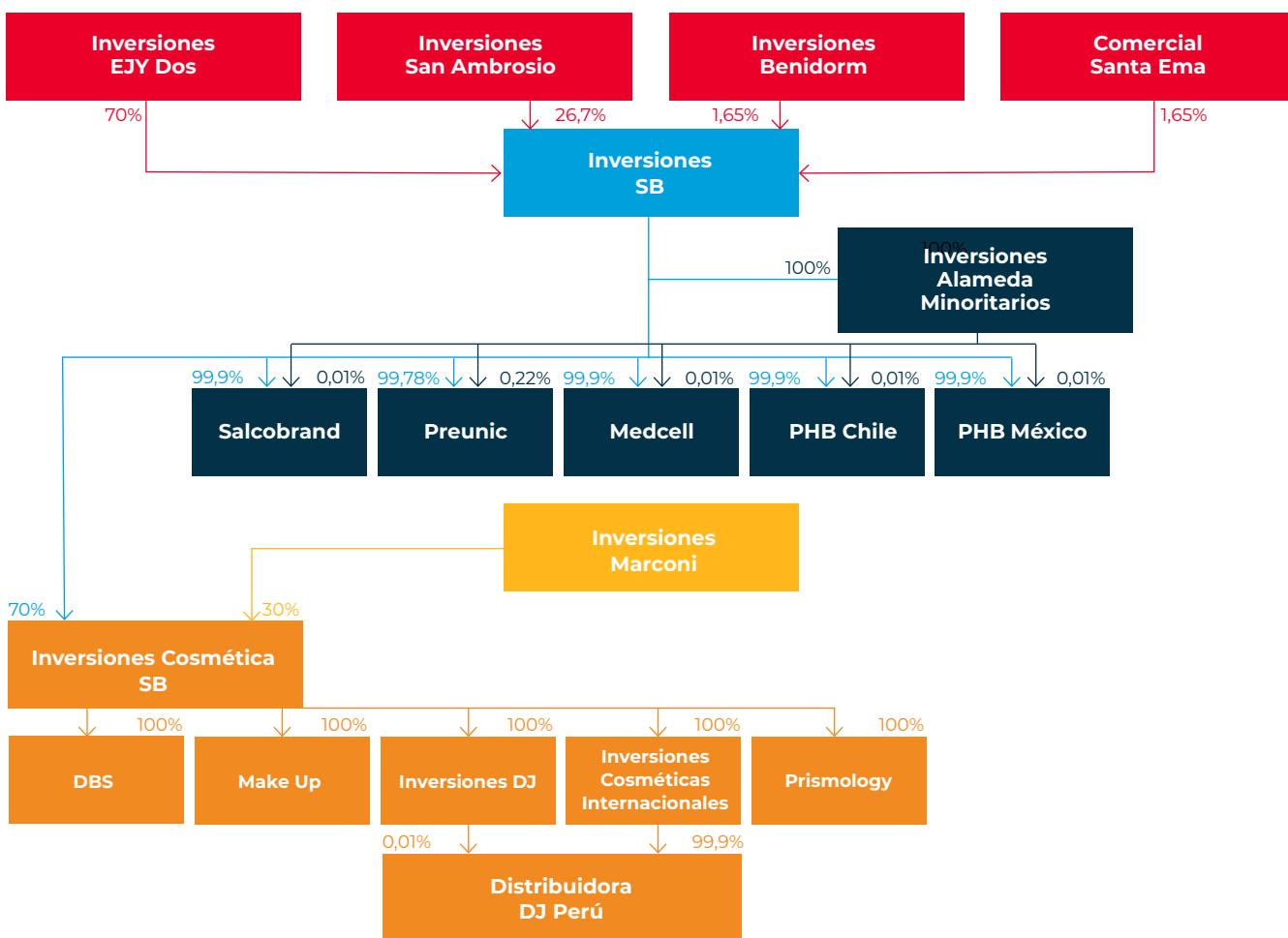
Preunic

Información	Respuesta
i. Individualización, domicilio y naturaleza jurídica.	PRE-UNIC S.A.; Avenida Libertador Bernardo O'Higgins 877, Santiago; Sociedad Anónima
ii. Capital suscrito y pagado.	\$6.413.872.405
iii. Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla.	La compra y venta, distribución por cuenta propia o de terceros, de productos textiles, de perfumería, paquetería, menaje de casa, abarrotes, línea blanca, ferretería, productos lácteos y, en general, de todo tipo de productos de consumo del hogar; la ejecución de toda clase de actos y operaciones de comercio relacionadas con el objeto principal, como la importación y exportación de dichos productos, descuentos, y/o compraventa de efectos de comercio y la inversión de sus fondos disponibles. La realización por cuenta propia o de terceros de todo tipo de actividades relacionadas con el rubro de peluquerías y salones de belleza, entendiéndose por tales: el establecimiento y desarrollo de salones de belleza, estética, bronceado, peluquería, perfumería, así como la implementación de servicios de manicure, pedicure, depilación y otros propios de este giro, así como, la importación, explotación, compra, venta, fabricación, arrendamiento, distribución, representación y otras formas de comercialización, por cuenta propia o ajena, de productos farmacéuticos, cosméticos, alimentos de uso médico y demás elementos destinados a la protección, conservación y recuperación de la salud de seres vivos, y la realización de todo tipo de actividades relacionadas con el establecimiento y explotación de Almacenes Farmacéuticos y Farmacias, entendiéndose por tales, todo establecimiento o parte de él destinado a la venta de productos farmacéuticos, accesorios médicos y quirúrgicos y elementos de primeros auxilios y curación y otros propios de este giro. La presentación de servicios de recaudación.
iv. Nombre y apellidos del o los directores, administradores, en su caso, y gerente general.	Directorio: Carlos Juan Yarur Ready, Eduardo Patricio Abuhadba Fernández y Matías Verdugo Mira; Gerente general: Pablo Giglio Ferrer.
170 v. Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora en el capital de la subsidiaria o asociada y variaciones ocurridas durante el último ejercicio.	Inversiones SB S.A.: 99,78%
vi. Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz.	16,64%
vii. Indicación del nombre y apellidos del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz o entidad inversora que desempeñen algunos de esos cargos en la subsidiaria o asociada.	Matías Verdugo Mira, gerente general en Inversiones SB y director en Preunic; Carlos Juan Yarur, director en ambas, y Eduardo Patricio Abuhadba, director en ambas.
viii. Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas durante el ejercicio y de la vinculación futura proyectada para con estas.	Es una cadena de tiendas de comercio que ofrece productos de belleza, cuidado personal, hogar, juguetería y librería. Además de sus tiendas físicas, Preunic cuenta con una tienda online. Es parte del holding Inversiones SB desde 2012. Preunic genera el 16,8% de las ventas y el 29,8% de las utilidades de Empresas SB.
ix. Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz o entidad inversora.	
x. Cuadro esquemático en que se expongan las relaciones de propiedad directa e indirecta existentes entre la matriz, las subsidiarias o asociadas, así como las existentes entre ellas.	Inversiones SB S.A: 99,78% Inversiones Alameda Minoritarios SpA: 0,22%

Información	Respuesta
i. Individualización, domicilio y naturaleza jurídica.	Farmacéutica Medcell Limitada; Cerro El Plomo N° 5630, Oficina 502, Las Condes; Sociedad de Responsabilidad Limitada.
ii. Capital suscrito y pagado.	\$8.166.586.000
iii. Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla.	La importación, exportación, fabricación, elaboración, compra, venta, distribución, comercialización y representación, tanto nacional como internacional, de toda clase de productos finales o intermedios, para la protección de la salud humana, productos farmacéuticos, cosméticos, dentales, hospitalarios y similares, y en general toda clase de productos, tanto de farmacia humana, veterinaria, como de cualquier otra naturaleza; b) La formación, y en general la participación en toda clase de sociedades, sean estas colectivas, en comanditas, anónimas o de responsabilidad limitada, asociaciones y/o comunidades, cualquiera que sea su naturaleza u objeto; c) La prestación de servicios y la representación de terceros; d) Finalmente, la sociedad podrá desarrollar cualquier acto de comercio necesario para dar cumplimiento al objeto de la compañía, sea por cuenta propia o de terceros, como también asociándose con otras empresas o sociedades para tales fines. Lo anterior, sin perjuicio de la facultad de los socios para desarrollar otras actividades, negocios o inversiones propios del giro de la sociedad.
iv. Nombre y apellidos del o los directores, administradores, en su caso, y gerente general.	Directorio: Carlos Spoerer Urrutia, Eduardo Patricio Abuhadba Fernández y Matías Verdugo Mira; Gerente general: Jimena Julian Vallejos.
v. Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora en el capital de la subsidiaria o asociada y variaciones ocurridas durante el último ejercicio.	Inversiones SB S.A.: 99,9%
vi. Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz.	76,04%
vii. Indicación del nombre y apellidos del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz o entidad inversora que desempeñen algunos de esos cargos en la subsidiaria o asociada.	Matías Verdugo Mira, gerente general en Inversiones SB y director en Farmacéutica Medcell Limitada, y Eduardo Patricio Abuhadba, director en ambas.
viii. Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas durante el ejercicio y de la vinculación futura proyectada para con estas.	Compañía orientada a desarrollar marcas propias y estratégicas para farmacias Salcobrand y Preunic con foco en la creación de productos innovadores, de calidad y que generen valor, salud y bienestar a los consumidores. Medcell genera el 4,3% de las ventas y el 16,9% de las utilidades de Empresas SB.
ix. Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz o entidad inversora.	
x. Cuadro esquemático en que se expongan las relaciones de propiedad directa e indirecta existentes entre la matriz, las subsidiarias o asociadas, así como las existentes entre ellas.	Inversiones SB S.A.: 99,9% Inversiones Alameda Minoritarios SpA: 0,1%

Estructura Societaria

Al 31 de diciembre de 2024, la estructura societaria de Empresas SB es la siguiente:





Producción de este Reporte

Gerencia de Sostenibilidad y
Comunicaciones de Empresas SB

Redacción y asesoría en NCG 461 (519) y SASB:
Plus Comunica
(www.pluscomunica.cl)

Diseño Gráfico:
Grupo K
(www.grupok.cl)

Impresión:
Ograma

