



Reporte de Sostenibilidad

2022

EMPRESAS 



**Edificio Corporativo:**

Avda. Libertador Bernardo O'Higgins 877, Santiago.

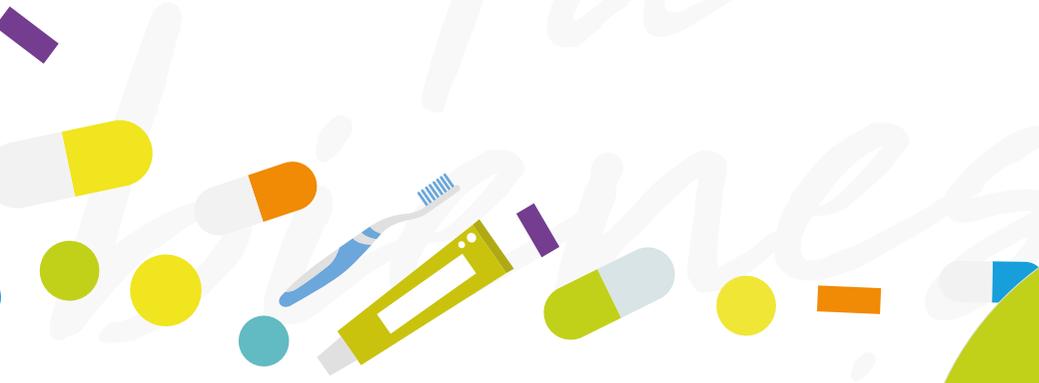
**Centro de Distribución Salcobrand:**

General Velásquez 9981, San Bernardo, Santiago.

**Centro de Distribución Preunic:**

Claudio Arrau 9482, Pudahuel, Santiago.

Queremos  
estar cerca  
de ti  
Tu  
bienestar  
nos importa  
Te vemos con  
te siempre



Reporte de Sostenibilidad  
**2022**

EMPRESAS **SB**

# ÍNDICE

## 1. Visión Corporativa

Mensaje del Presidente del Directorio  
Entrevista al Gerente General

## 2. Somos Empresas SB

Perfil de Empresas SB  
Historia de Empresas SB  
Propósito y Valores  
Premios y Reconocimientos

## 5. Nuestro Negocio

Estrategia Corporativa  
Transformación Digital  
Salcobrand: Avances en Gestión  
Preunic: Diferenciación en Belleza

## 6. Estrategia de Sostenibilidad

Estrategia de Negocio Sostenible  
Plan de Acción 2022-2023  
Aporte de Empresas SB a los Objetivos de Desarrollo Sostenible  
Política de Derechos Humanos  
Comunicación con los Grupos de Interés  
Participación en Asociaciones y Membresías  
Valor Económico Generado y Distribuido

### 3. Propiedad y Gobierno Corporativo

- Propiedad de Empresas SB
- Composición del Directorio
- Prácticas de Gobierno Corporativo
- Supervisión de la Gestión de Impactos
- Comités del Directorio
- Equipo Ejecutivo

### 4. Ética, Cumplimiento y Riesgos

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

### 7. Cómo Gestionamos Nuestros Impactos

- Experiencia Cliente e Innovación
- Acceso a Medicamentos y Mejor Salud
- Seguridad de los Productos y Cumplimiento Sanitario
- Bienestar y Desarrollo de las Personas
- Inclusión y Diversidad
- Salud, Seguridad y Relaciones Laborales
- Desarrollo de Proveedores
- Vinculación con la Comunidad
- Gestión y Cumplimiento Ambiental

### 8. Anexos

- Metodología de este Reporte
- Proceso de Materialidad
- Temas Materiales
- Índice de Contenidos GRI
- Información Adicional

Queremos  
que accedas  
a los mejores  
beneficios

Tu  
cuidado  
nos importa

# VISIÓN CORPORATIVA

Mensaje del Presidente del Directorio • Entrevista al Gerente General

# Mensaje del Presidente del Directorio



En los últimos años, nuestra vida como ciudadanos ha estado marcada por acontecimientos internacionales y locales con profundas repercusiones sociales, económicas y ambientales, que han supuesto cambios drásticos no solo en el entorno en el que vivimos, sino incluso en nuestras formas de relacionarnos.

Las circunstancias con que iniciamos el año 2020 provocaron que como país nos volcáramos en la búsqueda de un nuevo trato y de un modelo de desarrollo más equilibrado. En los dos años siguientes, la pandemia de COVID-19 puso a prueba nuestra resiliencia como sociedad y nos obligó a adaptarnos a situaciones sin precedentes. Durante el último año, finalmente, la guerra en Ucrania provocó trastornos en las redes globales de abastecimiento con efectos adversos para todas las economías mundiales, particularmente la de los países en desarrollo, como Chile.

En este escenario, las empresas -al igual que las personas- hemos estado sometidas a enormes presiones y exigencias, que nos han obligado a repensar y en algunos casos a romper con nuestras formas tradicionales de hacer las cosas. En plazos inéditos, por ejemplo, tuvimos que poner a prueba nuestras plataformas de e-commerce para responder a los clientes durante los períodos de confinamiento.

Y en el mismo contexto, nos vimos obligados a desarrollar soluciones innovadoras de funcionamiento, que garantizaran la continuidad operacional sin poner en riesgo a los colaboradores.

## Aprendizajes y avances

Estos años, qué duda cabe, han significado mucho esfuerzo y sacrificio. Sin embargo, también han constituido un período de enormes aprendizajes y avances.

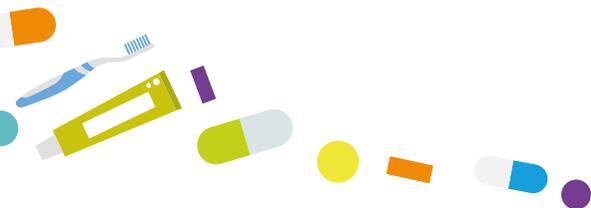
En Empresas SB, particularmente, esta etapa nos ha servido en primer término para ratificar el invaluable capital que representa contar con un equipo ejecutivo afiatado y experto, y con colaboradores comprometidos y conscientes del enorme aporte que significa nuestra actividad para el bienestar de la población.

Estos dos pilares han sido claves para que nuestra organización haya alcanzado entre 2021 y 2022 los mejores resultados de su historia.

Los eventos del último tiempo, además, nos han permitido reflexionar sobre cómo queremos seguir desarrollándonos como compañía en los próximos años y de qué manera enfrentamos nuestros principales desafíos corporativos.

En un mundo de cambios acelerados y permanentes, y con desigualdades aún por resolver, en Empresas SB queremos marcar diferencias y generar lealtades con nuestros clientes a partir de un servicio omnicanal sin fricciones y de un compromiso real con el desarrollo sostenible.

En esa línea, durante 2022 profundizamos en dos ejes de trabajo que nos parecen esenciales para avanzar en estos propósitos: la Transformación Digital y la Estrategia de Sostenibilidad.



En el primero de estos ámbitos, como parte de nuestra Estrategia Digital, nuestro foco durante el último año estuvo en el desarrollo de una mejor gestión tecnológica y en la generación de un entendimiento común sobre la relevancia que tienen las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) para la actividad de la organización. Como resultado de este trabajo, elaboramos procesos para abordar incidentes, redujimos a cerca de la mitad los episodios más graves e iniciamos seis proyectos transformacionales de alta relevancia; entre ellos, empezar a explorar la renovación de nuestros terminales de venta en ambos retailers.

Nuestro objetivo es que a partir de 2023 estas iniciativas se hagan más visibles e impacten de manera tangible la experiencia de nuestros clientes.

En materia de sostenibilidad, por su parte, y en sintonía con nuestra decisión de seguir aportando valor a nuestros grupos de interés y a las comunidades que acogen nuestras operaciones, elaboramos un plan de acción para comenzar a materializar la Estrategia de Negocio Sostenible que diseñamos el año anterior.

Este programa contempla 18 proyectos, cuya finalidad es profundizar nuestra contribución al desarrollo sostenible y hacer realidad el propósito social que definimos para Salcobrand y Preunic.

Dentro de esta batería de iniciativas me gustaría destacar particularmente cuatro, por su alineamiento con nuestros objetivos estratégicos.

La primera es el programa Mi Salcobrand, cuya finalidad es reducir las fricciones en la atención, bajar el gasto de bolsillo de los clientes y promover la adherencia de las personas a sus indicaciones médicas, con descuentos progresivos en el precio de sus medicamentos en la medida que exista mayor continuidad en los tratamientos.

Alojado en la app de Salcobrand, en 2022, este programa alcanzó 1.022.655 inscritos, una cifra 96% mayor que la registrada al cierre de 2021, y cerró el año con un NPS 9,1 puntos porcentuales superior al de los clientes que no lo usan.

La segunda es el proyecto Autoestima, una iniciativa que diseñamos en Preunic en 2022 y que busca orientar a las clientas que tienen menos acceso a apoyo y recursos, para que se sientan queridas, valoradas y bonitas, pero desde una perspectiva más integral.

“

Entre las iniciativas que impulsamos en 2022 quiero destacar el exitoso programa Mi Salcobrand, cuyo objetivo es reducir las fricciones en la atención, bajar el gasto de bolsillo y promover la adherencia de las personas a sus tratamientos, a través de importantes descuentos progresivos”.

A estas acciones también me gustaría añadir el proyecto “Proveer Sostenible”, orientado a evaluar el compromiso de nuestros proveedores con los aspectos ASG (Ambiental, Social y de Gobernanza) de su gestión, y el denominado “La Experiencia del Colaborador es la Experiencia del Cliente”, que se propone mejorar la oferta de valor que ofrecemos a las personas especialmente en aquellos puntos del viaje en que se puede generar un aporte al negocio.

Con estas acciones nos proponemos reforzar los recursos con los que vamos a competir en un futuro que, si bien plantea incertidumbres y retos, nos sigue ofreciendo grandes oportunidades de crecimiento y consolidación.

Los invitamos a leer en este Reporte de Sostenibilidad todos los esfuerzos que estamos desplegando para seguir transitando con éxito este camino y las metas que nos proponemos con el fin de convertirnos en una organización cada vez más valorada por los chilenos.

**Luis Enrique Yarur**

Presidente del Directorio  
Empresas SB

# Entrevista a Matías Verdugo, Gerente General de Empresas SB

En el ámbito del negocio, 2022 fue un año de contrastes para Empresas SB. Si bien el entorno económico se deterioró significativamente durante los últimos meses del período, los resultados obtenidos en el primer semestre le permitieron a la compañía cerrar diciembre en línea con sus presupuestos.

A nivel organizacional, por su parte, el reciente ejercicio estuvo marcado para la empresa por importantes avances, especialmente en dos de sus principales ámbitos estratégicos: la Transformación Digital y la Sostenibilidad.

En esta entrevista, el gerente general de Empresas SB, Matías Verdugo, hace un balance de la gestión corporativa, resalta los logros alcanzados como consecuencia de esta labor y plantea los desafíos que seguirán determinando el desempeño de sus principales filiales en los próximos años.

## El 2022 fue un año de importantes variaciones económicas en Chile. Desde el punto de vista del negocio, ¿cómo evalúas este período para Empresas SB?

Después de un 2021 marcado por el aumento del consumo que originaron las ayudas del Estado a la población durante la pandemia y los retiros de las AFP, iniciamos 2022 con la sensación de que este boom se había agotado.

Esta proyección la confirmamos, además, al analizar datos económicos claves, como la creciente caída en los saldos de las cuentas corrientes y una inflación al alza, y teniendo en consideración la incertidumbre que comenzaba a instalarse con el cambio de gobierno y el resultado del proceso constituyente.

Sin embargo, el frenazo que todos esperábamos en los primeros meses de 2022 recién se produjo en junio, lo que nos permitió contar con mayor tiempo para ahorrar y preparar la estrategia frente al escenario difícil que se avecinaba en el segundo semestre.

En línea con los pronósticos, esta parte final del año estuvo condicionada por el aumento significativo de la inflación, lo que generó una caída importante del poder adquisitivo de las personas y una contracción progresiva de las ventas del retail.

A modo de resumen, para Empresas SB, el último año tuvo dos momentos muy distintos: una primera etapa muy buena, que nos permitió avanzar en todos los objetivos corporativos, y un cierre mucho más difícil, que nos obligó a ser más cuidadosos en la administración de los recursos.



En este cuadro, una temporada de Navidad mejor de lo esperado finalmente nos permitió equilibrar el desempeño y cumplir con todas las metas que nos fijamos para 2022.

### ¿Qué impacto tuvo este cambio de escenario en los proyectos estratégicos de la empresa, como el Plan de Transformación Digital?

Este es un proceso que iniciamos hace dos años y que en 2022 comenzamos a ejecutar de forma más articulada todavía. Al principio nos costó, pero al final logramos engranar correctamente la velocidad de las transformaciones con los planes presupuestarios.

En términos generales, creo que ha sido un buen primer año para este proyecto, con una instalación que considero muy positiva.

Nuestra aspiración es que en 2023 veamos muchos frutos, porque hasta ahora el trabajo se ha concentrado en lo que podemos llamar la "obra gruesa" de los cambios.

Para el próximo año necesitamos "anotar goles" en el tema de transformación digital. Es decir, necesitamos concretar proyectos específicos que impacten en la atención al cliente y nos permitan reducir fricciones en la operación.

Con el trabajo que hemos hecho, hoy ya sabemos por qué se producen fallas en nuestros sistemas. Lo que viene es avanzar en su solución.

### ¿Cómo se avanzó durante 2022 en materia de omnicanalidad?

En este ámbito, en el caso de Salcobrand, la gran apuesta ha estado en Mi Salcobrand, un programa alojado en la app de la cadena que garantiza que el cliente pueda acceder a los mejores beneficios con un código único de descuento.

En diciembre, Mi Salcobrand llegó al millón de clientes inscritos, una cifra muy superior a la meta que nos fijamos para el cierre de



“En 2022 aprendimos como equipo gerencial a gestionar nuestra transformación digital. Destaco esta adaptación porque procesos como estos, que implican cambios de velocidad, suelen generar incomodidad”.

año, de 800 mil personas, y que nos confirma que a los clientes, a los vendedores, a los proveedores y al sistema en general les conviene trabajar con esta solución.

Mi Salcobrand, en definitiva, nos permite bajar las fricciones en la atención y reducir el gasto de bolsillo de las personas, que son los objetivos más trascendentales de la farmacia. En esa línea, nos pone en un escenario auspicioso para 2023 y nos permite generar cambios relevantes para las personas.

En 2022, también logramos una mejora notoria en el uso de los canales digitales para comunicarnos vía web con los clientes. Por ejemplo, con el uso de plataformas como TikTok e Instagram, tanto de manera directa como por la vía de influenciadores, estamos desarrollando campañas con alta repercusión comercial.

Hemos aprendido a movernos en un entorno digital que no responde a los mismos códigos del canal físico, pero que representa grandes oportunidades para la compañía. Sin ir más lejos, mientras en los locales de Salcobrand puedes tener 3,5 millones de visitas al mes, en el sitio web es posible alcanzar hasta 3 millones de visitas en un día. En este nuevo entorno, los equipos de marketing de Salcobrand y Preunic han logrado acumular mucho aprendizaje y nos han permitido alcanzar importantes logros.

**En los últimos años, y especialmente después de la pandemia, se han producido grandes cambios en la industria de las farmacias y del retail orientado a los productos de belleza. ¿Cómo describes el actual entorno competitivo de las principales filiales de Empresas SB?**

En el caso de Preunic, mejoró su posición en perfumería y maquillaje, que son categorías difíciles. Además, en 2022, terminó la transformación de sus tiendas hacia un modelo más orientado a la belleza y menos al cuidado personal.

Ambos factores -es decir, la consolidación de una propuesta de valor potentísima en un entorno competitivo más débil- configuraron un escenario muy positivo para nuestra cadena, el que se confirmó con las ventas récord que registramos en Navidad.

Salcobrand, por su parte, busca reforzar la lealtad, garantizando menos fricción y menor gasto de bolsillo no solo con descuentos, sino también con la incorporación de seguros de salud.

Este escenario nos permite profundizar en un anhelo que hemos perseguido por muchos años, que es la posibilidad de diferenciarnos de nuestros competidores a través de la experiencia de compra y del menor gasto de bolsillo, una meta para la que contribuirá la colaboración que firmamos con Cenabast y que nos permitirá distribuir productos comprados a precio del sistema público en el sistema privado.

## **A propósito de diferenciación, ¿cómo se comportó durante este año el negocio de las marcas propias?**

En 2022, estuvimos por debajo de las metas en marcas propias por la combinación de una serie de factores que afectaron las ventas.

En primer término, el problema inflacionario impactó fuertemente el costo de transporte, que se multiplicó por 10 respecto de lo que teníamos en 2018. Esto significó un aumento importante de los precios de los productos en góndola.

A esto hay que sumar las dificultades que significó en términos de abastecimiento la guerra en Ucrania, zona de la que provienen productos en base a celulosa, toallitas higiénicas y acero.

Por último, a nivel país se registró una fuerte caída en la venta de productos de marcas propias relacionados con el COVID-19, como mascarillas y alcoholes.

## **Finalmente, a nivel organizacional, ¿cuáles fueron los principales logros de la gestión de Empresas SB durante el último año?**

Por un lado, aprendimos como equipo gerencial a gestionar nuestra transformación digital. Destaco esta adaptación porque procesos como estos, que implican cambios de velocidad, suelen generar incomodidad.

Por otro, elaboramos -con el apoyo de una consultora- un plan para llevar a la práctica nuestra nueva Estrategia de Sostenibilidad, con una bajada para las distintas gerencias. Esto significó un cambio de ritmo en la labor que desarrollamos en este ámbito y una definición de las responsabilidades en los distintos niveles ejecutivos.

En el contexto de estas conversaciones, también definimos los roles sociales de Preunic y Salcobrand, propósitos que buscan aportar un sentido trascendente a la actividad que desarrollan ambos negocios. En el caso de Salcobrand, este rol apunta a la promoción de la adherencia a los tratamientos a través de Mi Salcobrand, un objetivo que involucra un aporte directo a la salud de las personas y en el que estamos consiguiendo importantes logros. En Preunic, en cambio, el compromiso tiene relación con la promoción de la autoestima en las mujeres, un propósito para el que desarrollaremos un ambicioso programa durante 2023.

## **¿En qué consiste este Plan de Acción en Sostenibilidad y en qué avances se tradujo durante el año?**

Es un programa que contempla 18 proyectos de alta relevancia para nuestra organización y que diseñamos al alero de las Mesas de Sostenibilidad que conformamos en Empresas SB, Salcobrand y Preunic. Todos ellos buscan materializar los compromisos que asumimos en nuestra Estrategia de Sostenibilidad y tienen como objetivo final construir una relación de mutuo beneficio con los grupos de interés.

Quiero destacar la labor que se ha realizado en estas mesas, porque nos ha permitido instalar una metodología de trabajo basada en la co-construcción, donde los responsables de proyectos comparten sus avances, pero escuchan las observaciones de los otros integrantes. Así se genera un círculo virtuoso, donde todos aportan y se hacen parte de los proyectos. Creo que hemos logrado generar una integración de miradas, y de paso fortalecer el rol de los líderes de proyecto y darles el protagonismo que merecen, porque son los que están empujando los proyectos y dándole vida a la Estrategia.

Nuestra aspiración es que estas acciones pavimenten el camino que hemos definido para convertirnos en una compañía cada vez más valorada por las personas y reconocida por su contribución al desarrollo sostenible.

## **En ese escenario, ¿cuáles son sus principales expectativas para el próximo año?**

En 2023, tanto la transformación digital como los compromisos en sostenibilidad deberán ser más tangibles. Nuestro propósito es que los planes que diseñamos en ambas dimensiones comiencen a producir cambios más visibles y con mayor impacto.

Se tu  
mejor  
versión

Libera  
tu belleza  
interior

# SOMOS EMPRESAS SB

Perfil de Empresas SB • Historia de Empresas SB • Propósito y Valores • Premios y Reconocimientos

# Perfil de Empresas SB

Somos un holding compuesto por **10 filiales orientadas a la salud y la belleza**, entre las que destacan Salcobrand y Preunic.

Con una red de locales de atención en todo Chile y avanzadas plataformas omnicanal, nuestro objetivo es alcanzar la mejor reputación con rentabilidad de la industria, para lo cual actuamos poniendo siempre en el centro de las decisiones los Viajes del Cliente y el Colaborador, así como la Cultura Digital.

**539** locales de venta en todo el país

**8.918.063**

clientes totales en 2022

**1.022.655**

inscritos en Mi Salcobrand

**69%**  
NPS e-commerce Salcobrand

**64,9%**  
NPS farmacias Salcobrand

**24 pp**  
crece NPS del e-commerce Preunic



**1,59**

Tasa de Accidentabilidad en Preunic y Salcobrand

**73,3%**

Índice de Clima General

**7 a 30 días**

Promedio de pago a las pymes

**0**

Denuncias por libre competencia

**57**

Horas de capacitación anual por persona

**9.288**

Total colaboradores

MUJERES

**65,8%**

HOMBRES

**34,2%**



**1,8%**

proporción de personas con discapacidad en la dotación de Empresas SB

**2.352**



Colaboradores en Preunic

**74,6%**  
son mujeres

**12.012 personas** capacitadas en el Instituto de Belleza Preunic

**5.948**



Colaboradores en Salcobrand

**64,5%**  
son mujeres

**2.553 personas** capacitadas en el Centro de Bienestar Salcobrand



Pharma Benefits

# Historia de Empresas SB

1880

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

1947

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

1991

Nace Farmacias Salco.

1993

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

2022

Elaboramos un programa para materializar la Estrategia de Sostenibilidad.

Comenzamos a ejecutar nuestro Plan de Transformación Digital.

El Directorio aprueba la Política de Derechos Humanos.

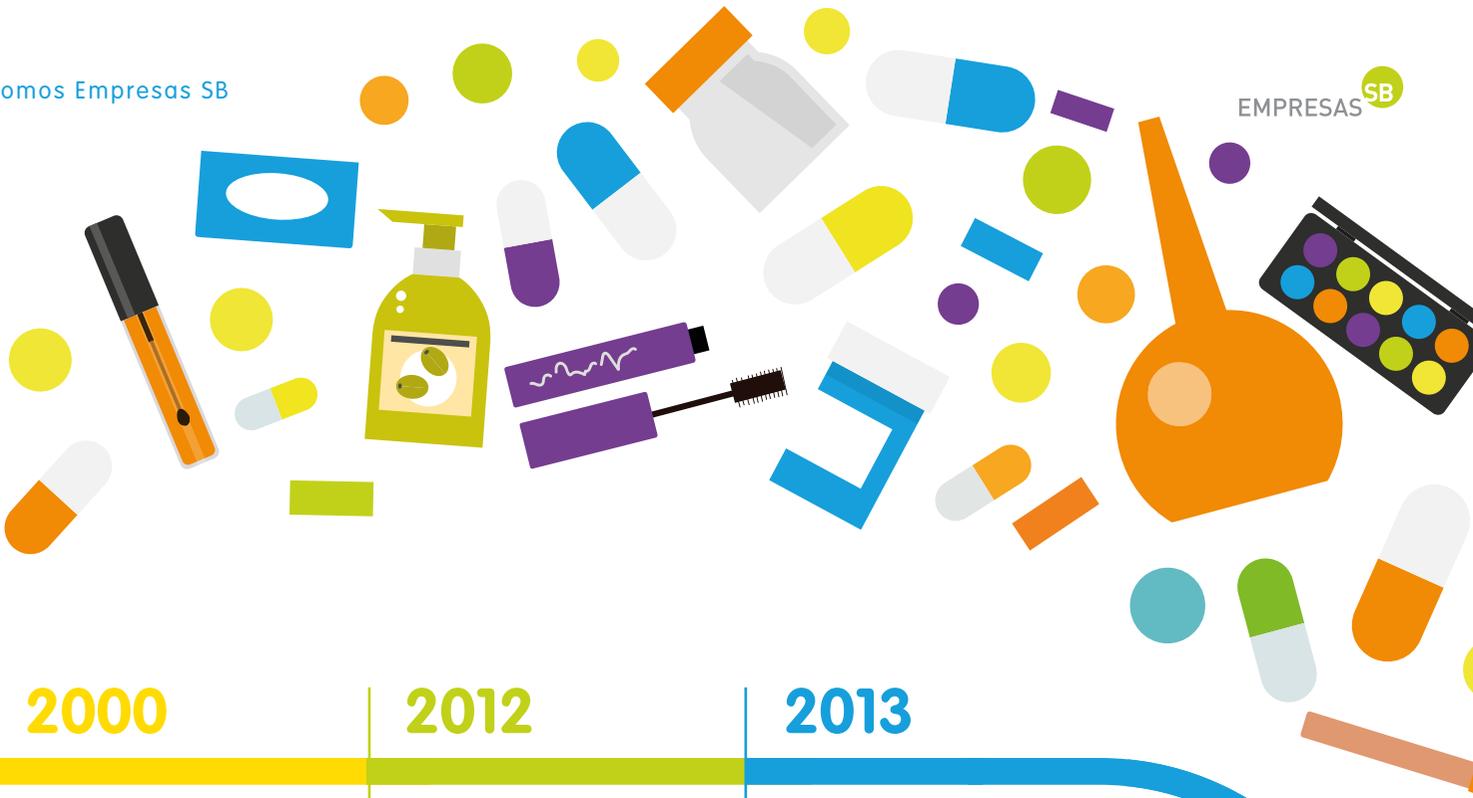
2021

Lanzamos la Política de Equidad de Género.

Actualizamos nuestra Estrategia de Negocio Sostenible.

2020

Actualizamos nuestro Código de Ética.



**2000**

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

**2012**

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

**2013**

Alianza con Disney Institute para trabajar nueva cultura y perfeccionamiento de la satisfacción de los clientes.

Lanzamos nuevo Código de Ética.

**2019**

Preunic estrena su nueva identidad de marca.

Lanzamos el nuevo Sello del Colaborador de Empresas SB.

**2018**

Puesta en marcha del nuevo Centro de Distribución de Salcobrand.

**2015**

Publicamos nuestro primer Reporte de Sostenibilidad.

Lanzamos la Política de Inclusión, Diversidad y No Discriminación.

Comenzamos a participar en CyberDay y CyberMonday.

Propósito de Empresas SB

“Hacemos que  
**LAS PERSONAS**

*se sientan bien,*

**ESTÉN DONDE ESTÉN,**  
entregando lo mejor

*en salud,*

*belleza y*

*bienestar*



## Valores de Empresas SB

En Empresas SB, también operamos sobre la base de tres valores corporativos (Integridad, Logro y Respeto), los que en su conjunto inspiran y orientan el Sello del Colaborador, que es la guía del actuar diario que esperamos de todos nuestros equipos.



En 2022, además, en el marco de la elaboración de nuestro **Plan de Acción en Sostenibilidad**, definimos los roles sociales

de Salcobrand y Preunic. Estos lineamientos resumen el sentido de trascendencia al que deben apuntar ambos negocios.



### Rol Social

Aportamos al fortalecimiento de la autoestima de la mujer.



### Rol Social

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

# Premios y Reconocimientos

## Enero



**Preunic es elegida como Marca Ciudadana N°1 en Perfumería** por el estudio de Marcas Ciudadanas 2021 Cadem.



**Empresas SB recibe el Reconocimiento Fundación Generación Empresarial** por su participación en el Barómetro de Ética y Valores.

## Abril



En la tercera edición de Merco Talento Universitario en Chile, **Salcobrand se ubica entre las 100 empresas más atractivas para los estudiantes universitarios.**

## Junio



**Empresas SB es reconocida por Pride Connection y HRC como uno de los mejores lugares para trabajar para el talento LGBTIQ+.**



Estudio de Marcas Ciudadanas Cadem 2022 reconoce nuevamente a **Preunic como la Marca Más Querida en el rubro de Perfumería.**

## Marzo



Advantage Report 2021 reconoce a **Preunic como Marca Mejor Valorada por Proveedores en el rubro Farmacia y Perfumerías.**



**Empresas SB obtiene el quinto lugar en el ranking Best Workplaces 2022.**

## Mayo



**Salcobrand ocupa el lugar 85 en el ranking Merco de las Empresas más Responsables de Chile.**



**Medcell recibe reconocimiento internacional por la mejor implementación de marketing en la categoría Antiedad 2021, durante el Seminario de SVR realizado en Francia.**



Julio



**Salcobrand.cl es reconocido en los Cyber Awards 2022** por los propios clientes como la Marca Favorita en categoría Salud y Belleza.



Por segundo año consecutivo, **Empresas SB recibe Sello Compromiso Migrante.**



**Salcobrand es distinguida como Líder Ciudadano Coaniquem 40 años.**

Septiembre



**Campaña Mi Salcobrand recibe premio Effie Plata** en la categoría Fidelización.

Noviembre



**Salcobrand alcanza el octavo lugar en el Ranking Creatividad e Innovación C<sup>3</sup>** desarrollado por la consultora de innovación Brinca, además del **Premio Innovación y en Creatividad e Innovación C<sup>3</sup> 2022** por el programa Mi Salcobrand.

Agosto



**Lugar 54 en el Ranking EFY** y tercer puesto en categoría Gran Retail.



**Salcobrand se ubica en el lugar 29 del ranking Merco Talento.**

Octubre



**Salcobrand es distinguida con Premio Cyber Award.**



**Mi Salcobrand recibe Premios DEC 2022 a las Mejores Prácticas de Experiencia de Cliente.**

Diciembre



**Salcobrand es reconocida por la ACHS con el premio Entidades Inclusivas**, en la categoría Gran Empresa.



Queremos  
estar cerca



de ti  
Tu

bienestar

nos inspira

Te ves como  
te sientes

EMPRESAS 

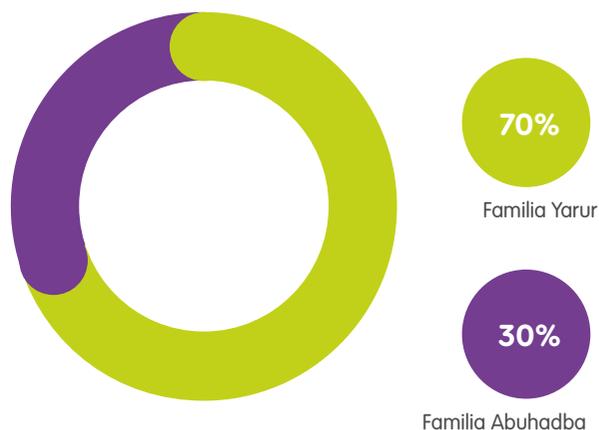
# PROPIEDAD Y GOBIERNO CORPORATIVO

Propiedad • Composición del Directorio • Prácticas de Gobierno Corporativo  
• Supervisión de la Gestión de Impactos Económicos, Sociales y Ambientales •  
Comités del Directorio • Equipo Ejecutivo

# Propiedad

Empresas SB es una sociedad anónima cerrada. Sus accionistas principales son la familia Yarur, que posee el 70% de la propiedad, y la familia Abuhadba, con el 30% restante.

## Propiedad de Empresas SB



## Responsabilidades del Directorio

De acuerdo con lo establecido en la nueva Política de Gobierno Corporativo de Empresas SB, formalizada en 2022, el máximo órgano de decisión en la compañía es el Directorio. Esta instancia está integrada por directores designados por la Junta de Accionistas y cuyas principales responsabilidades son:

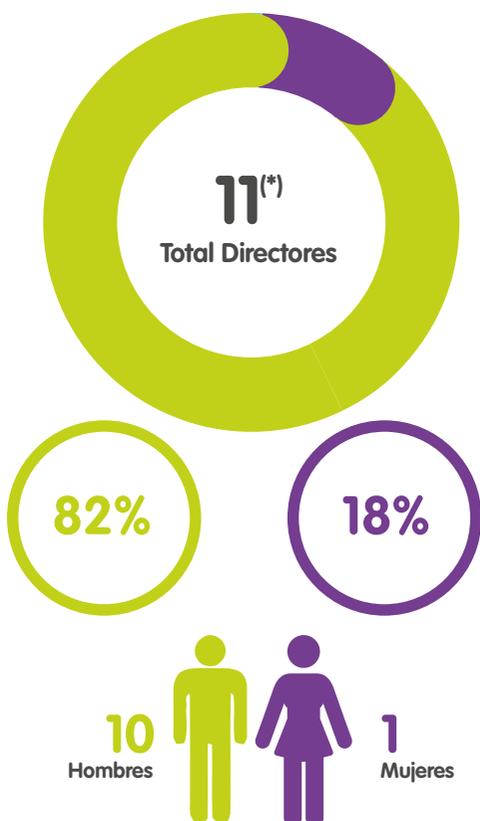
- » Crear valor sostenible para Empresas SB, cumpliendo sus deberes fiduciarios y legales.
- » Aprobar las políticas de la compañía y sus modificaciones.
- » Aprobar el Código de Ética y Cumplimiento, velando por la adecuada implementación de este marco y la efectividad de la cultura de integridad institucional.
- » 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 corporativo a través del Reporte de Sostenibilidad (anual).
- » Fomentar el perfeccionamiento del Gobierno Corporativo de Empresas SB.

El Directorio de Empresas SB se reúne una vez al mes en sesiones ordinarias, salvo en febrero, y convoca a sesiones extraordinarias cuando así lo requiere.

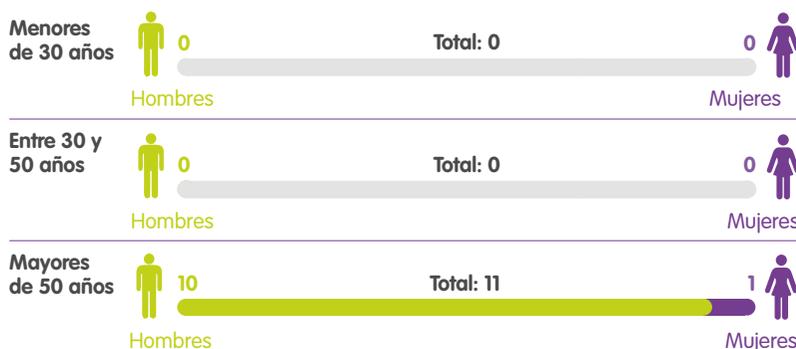
## Composición del Directorio a diciembre de 2022



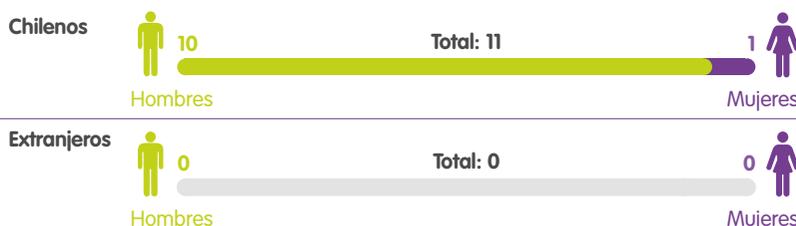
La fecha corresponde al año de ingreso al Directorio.



### Directores por rango de edad



### Directores por nacionalidad



(\*) Cero personas con discapacidad en el Directorio.



## Criterios de selección de los directores

Aunque la selección de los directores es una atribución exclusiva de los accionistas, en el perfil de las personas que cumplen estas funciones destacan características comunes como:

- » Excelencia en términos de capacidad e integridad.
- » Amplio conocimiento de la industria del retail, especialmente en los ámbitos de la salud y belleza.
- » Diversidad en la interpretación del entorno de negocio.

## Remuneraciones del Directorio

- » Las remuneraciones de los miembros del Directorio de Empresas SB son definidas por la Junta de Accionistas, y cuentan con un componente fijo y otro variable.
- » Respecto de los miembros del equipo de administración, la Política de Gobierno Corporativo establece que las remuneraciones fijas y variables para el gerente general y los ejecutivos principales deberán anualmente ser revisadas y aprobadas por el Directorio de Empresas SB.



# Prácticas de Gobierno Corporativo

- **Conflictos de interés:** en Empresas SB, gestionamos los conflictos de interés que puedan tener todos los estamentos de nuestra organización, tanto directores como altos ejecutivos y colaboradores, en su relación con los proveedores. Para identificar potenciales situaciones de riesgo, cuando un proveedor se incorpora a la empresa, debe efectuar una declaración de conflictos de interés. La misma exigencia se hace a quienes tienen cercanía o lazos familiares con dicho empresario. Esta información la consolidamos en un reporte que se presenta periódicamente al Comité de Ética y Cumplimiento, para que este órgano evalúe el impacto que pueden tener dichas situaciones en la marcha de la compañía. En caso de que se confirme la existencia de un conflicto de interés, se aplican las normas de Empresas SB.
- **Asesorías al Directorio y Comités Corporativos:** tal como lo establece la Política de Gobierno Corporativo, “el Directorio y sus Comités Corporativos pueden contratar asesores cuando las circunstancias así lo ameriten y sea requerido por la mayoría de los miembros en ejercicio del Directorio o por cada Comité Corporativo. Los informes de los asesores deben ser entregados por igual a todos los directores. En el caso de que un director proponga la contratación de una asesoría y su contratación no sea aprobada por la mayoría del Directorio o Comité, según sea el caso, el director proponente podrá dejar constancia en el acta de tal circunstancia”.
- **Inducción de nuevos directores:** con el fin de dotar de la debida información y antecedentes de la compañía a los nuevos directores y ejecutivos principales, Empresas SB asigna al gerente general la responsabilidad de coordinar reuniones de inducción en las que también pueden participar sus reportes o miembros del Directorio.



## Supervisión de la gestión de impactos económicos, sociales y ambientales

Convencidos de que la sostenibilidad es un pilar de la estrategia corporativa, el Directorio, conjuntamente con la gerencia general de Empresas SB, supervisan la forma en que la compañía responde a las expectativas y requerimientos de sus distintos grupos de interés.

En línea con este trabajo, durante el último año, el Directorio de Empresas SB:

- » Aprobó importantes políticas corporativas de carácter social, como la Política de Gestión de Personas y la Política de Derechos Humanos.
- » Recibió informes mensuales -a través de la gerencia general- sobre los avances en materia de sostenibilidad de la empresa.
- **Canales de comunicación directos con los stakeholders:** el Directorio se informa sobre cualquier sugerencia, reclamo o situación relacionada con eventuales impactos de la empresa a través del canal de denuncias y consultas del sitio web y de los reportes que recibe del Comité de Ética y Cumplimiento.
- **Capacitación al Directorio:** en 2022, los miembros del Directorio recibieron una capacitación presencial sobre la actual normativa relacionada con los aspectos ASG y el avance de la empresa en el cumplimiento de estas regulaciones. Esta presentación tuvo un carácter integrado al incluir también materias de gestión ética y de cumplimiento normativo.
- **Adhesión a códigos de Gobierno Corporativo:** en Empresas SB, el desempeño del Gobierno Corporativo está basado en el Código de Ética y Cumplimiento de la compañía, un documento de carácter integrado en el que se recogen las más sanas prácticas de gestión interna (ver más en página 39). En 2022, se incorporaron a sus contenidos las modificaciones aplicadas a la Ley N° 20.393, en relación con los delitos informáticos, y aspectos que se incluirán en la nueva Ley sobre Protección de Datos Personales, que se espera sea completamente tramitada y publicada en 2023.

# Comités del Directorio



En 2022, a los tres Comités Corporativos con que contaba la empresa al cierre del año anterior (Ejecutivo, de Ética y Cumplimiento, y de Auditoría) se sumó el Comité de Finanzas.

Durante este período, además, se elaboraron los estatutos de tres de estos órganos: de Ética y Cumplimiento, de Auditoría y de Finanzas. Para el primer semestre de 2023, en tanto, se programó la publicación del estatuto del Comité Ejecutivo, el único que quedó pendiente.

De acuerdo con la Política de Gobierno Corporativo, la función principal de los Comités Corporativos es “garantizar la aplicación de las prácticas de gobernabilidad y transparencia en sus materias propias, para asegurar la independencia y objetividad de sus decisiones”. Estos órganos, entre otras responsabilidades, asisten al Directorio en:

- » Apoyar en la supervisión, desempeño y riesgos de la compañía.
- » Presentar estudios y análisis en las materias entregadas a su conocimiento.
- » Efectuar recomendaciones al Directorio en materias de su competencia.
- » Informar periódicamente al Directorio sobre los temas tratados en cada sesión de Comité.
- » Informar el cumplimiento de la compañía en relación con las normas y reglamentaciones que les sean aplicables.

COMITÉ EJECUTIVO		
Objetivo	Temas abordados en 2022 en cumplimiento de sus responsabilidades estatutarias	Funcionamiento
Evaluar el desempeño de la compañía a partir de los informes periódicos que recibe de todas las áreas y de los principales ejecutivos de la organización.	Analizó los informes periódicos presentados por las gerencias y los principales ejecutivos sobre la marcha de la organización.	<p><b>Frecuencia de reuniones:</b> Semanal.</p> <p><b>Presidente:</b> Luis Enrique Yarur</p> <p><b>Integrantes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Roberto Belloni</li> <li>» Patricio Abuhadba</li> <li>» Carlos Spoerer</li> <li>» Matías Verdugo (Gerente General)</li> </ul>

## COMITÉ DE ÉTICA Y CUMPLIMIENTO

Objetivo		Funcionamiento
<p>Apoya en la supervisión de las funciones de Ética y Cumplimiento del Gobierno Corporativo, dando recomendaciones para la correcta gobernanza y conducta organizacional. En este contexto, recibe y resuelve las denuncias y consultas de los grupos de interés en materias de ética y cumplimiento. Asiste al Directorio en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Deberes legales y responsabilidades fiduciarias en cuanto a la supervisión del Sistema de Ética y Cumplimiento de la compañía.</li> <li>» Diseñar y garantizar que la estrategia de gestión de ética y cumplimiento</li> </ul>	<p>esté alineada con los objetivos y la planificación estratégica de Empresas SB.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Supervisar el cumplimiento del Código de Ética y Cumplimiento, las políticas y procedimientos de carácter ético y legal que sean pertinentes.</li> <li>» Supervisar la efectividad del Sistema de Ética y Cumplimiento y de cada uno de sus programas.</li> <li>» Controlar la gestión de los riesgos que enfrenta la organización desde la perspectiva de su integridad, así como los esfuerzos de mitigación relacionados con ellos.</li> </ul>	<p><b>Frecuencia de reuniones:</b> Cada tres meses.</p> <p><b>Sesiones en 2022:</b> 4</p> <p><b>Presidente:</b> Carlos Juan Yarur</p> <p><b>Integrantes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Roberto Belloni</li> <li>» León Cohen</li> <li>» Luis Hernán Paul</li> <li>» Alberto Novoa (Oficial de Ética y Cumplimiento, y Encargado de Prevención del Delito)</li> <li>» Marcelo Concha (Gerente Contralor)</li> </ul>

### Temas abordados en 2022 en cumplimiento de sus responsabilidades estatutarias

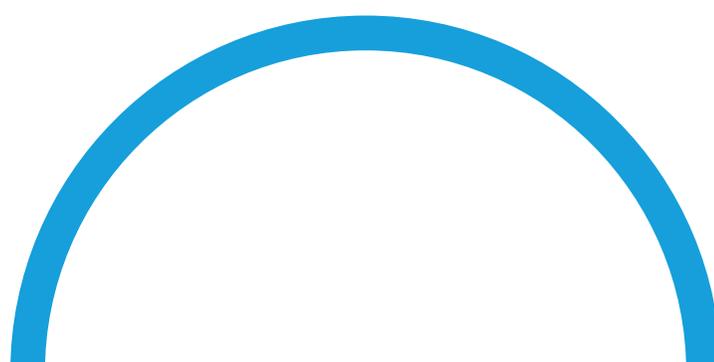
<ul style="list-style-type: none"> <li>» Revisión del informe de Gestión de Ética y Cumplimiento año 2021.</li> <li>» Aprobación de los Estatutos del Comité de Ética y Cumplimiento.</li> <li>» Denuncias y consultas por el canal de ética y cumplimiento.</li> <li>» Gestión del Gobierno Corporativo de Empresas SB y DBS.</li> <li>» Actualización del Código, políticas y procedimientos de EyC.</li> <li>» Evaluación firmas de declaraciones de conflicto de interés.</li> <li>» Evolución de capacitaciones y sus metas 2022.</li> <li>» Estado de Interlocking.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Recertificación Ley N° 20.393 por un período de 2 años.</li> <li>» Resultados auditorías de Libre Competencia.</li> <li>» Foco Plan Operacional 2022 en Cumplimiento Sanitario.</li> <li>» Presentación de plan de gestión de cumplimiento en que se integran y relacionan los diferentes programas de la compañía.</li> <li>» Análisis de los principales proyectos de Ley que impactan a Empresas SB y sus filiales.</li> <li>» Propuesta Sistema Gestión Integrada de Riesgos con foco en 2024.</li> <li>» Lavado imagen (Greenwashing).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Situación Ley de Delitos Informáticos en relación con la Ley de Protección de Datos Personales.</li> <li>» Ratificación por 3 años del Encargado de Prevención del Delito.</li> <li>» Difusión para promover la cultura de integridad de ciberseguridad y medio ambiente.</li> <li>» Plan de capacitaciones y difusión 2023 en ética y cumplimiento.</li> <li>» Presentación para el Gobierno Corporativo en DBS.</li> <li>» Revisión de ámbitos ambiental, social y de gobernanza en el contexto de la expansión del interés social de la sociedad anónima.</li> </ul>
--	---	--

## COMITÉ DE FINANZAS

Objetivo	Funcionamiento
<p>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 apoyar al negocio en el cumplimiento de sus metas y objetivos. Asiste al Directorio en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Deberes legales y responsabilidades fiduciarias en cuanto a la supervisión de la estrategia de financiamiento y la correcta administración del flujo de caja de la empresa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Diseñar y garantizar que la planificación financiera esté alineada con los objetivos y la planificación estratégica de Empresas SB.</li> <li>» Supervisar el cumplimiento de la Política de Inversión y Endeudamiento de la empresa.</li> <li>» Supervisar el cumplimiento de la Política de Proveedores de la empresa.</li> <li>» Controlar la gestión de los riesgos financieros que enfrenta la organización desde la perspectiva de su integridad, así como los esfuerzos de mitigación relacionados con ellos.</li> </ul> <p><b>Frecuencia de reuniones:</b> El Comité se reunirá una vez al mes y en los momentos que considere oportunos o por la convocatoria de su presidente.</p> <p><b>Sesiones en 2022:</b> 8</p> <p><b>Presidente:</b> León Cohen</p> <p><b>Integrantes con derecho a voz y voto:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Óscar Guillermo Garretón</li> <li>» Paulina Yarur</li> <li>» Matías Verdugo</li> </ul> <p><b>Integrantes con derecho a voz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Andrés Ferrer</li> <li>» José Saa</li> <li>» Daniel Di Prima</li> <li>» Alberto Novoa (Secretario del Comité)</li> </ul>

### Responsabilidades estatutarias

<ul style="list-style-type: none"> <li>» Abordar con la Gerencia General los asuntos financieros con impacto en la integridad de Empresas SB.</li> <li>» Supervisar el funcionamiento y efectividad de la estrategia financiera.</li> <li>» Expresar la opinión al Directorio acerca de actividades que implican riesgos financieros que afecten a la compañía.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Conocer y aprobar la Matriz de Riesgos Financieros.</li> <li>» Aprobar los planes de mitigación de los riesgos definidos como críticos en materia financiera.</li> <li>» Controlar que se cumplan las materias, políticas y procedimientos relacionados con la planificación financiera.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Proponer al Directorio la implementación de nuevas políticas y procedimientos para cumplir con la correcta ejecución de la estrategia financiera.</li> <li>» Promover el conocimiento de las políticas y procedimientos asociados a la ejecución de la estrategia financiera dentro de la empresa.</li> </ul>
--	--	--



## COMITÉ DE AUDITORÍA

Objetivo	Funcionamiento	
<p>Asistir al Directorio:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>» 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 revisar los estados financieros.</li> <li>» En la supervisión de la integridad de los estados financieros.</li> <li>» En la supervisión del desempeño de la función de Contraloría.</li> <li>» En la supervisión del proceso de gestión de riesgos y control interno.</li> <li>» Con la información del cumplimiento de las normas legales y reglamentarias que son aplicables.</li> </ul>	<p><b>Frecuencia de reuniones:</b> Se reunirá al menos una vez al mes y en los momentos que considere oportunos o por la convocatoria de su presidente.</p> <p><b>Sesiones en 2022:</b> 11</p> <p><b>Presidente:</b> Heriberto Urzúa</p> <p><b>Integrantes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Carlos Juan Yarur</li> <li>» León Cohen</li> </ul>	<p><b>Invitados permanentes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Roberto Belloni</li> <li>» Matías Verdugo</li> <li>» Alberto Novoa (Secretario del Comité)</li> <li>» Marcelo Concha (Gerente Contralor)</li> <li>» Andrés Ferrer (Gerente de Administración y Finanzas)</li> </ul>

### Temas abordados en 2022 en cumplimiento de sus responsabilidades estatutarias

<ul style="list-style-type: none"> <li>» Generación de valor a la compañía.</li> <li>» Verificación de la independencia, objetividad y efectividad del trabajo de los auditores externos.</li> <li>» Aseguramiento sobre la información financiera.</li> <li>» Supervisión del cumplimiento de la normativa y regulaciones aplicables.</li> <li>» Supervisión de la efectividad del sistema de control interno y gestión de los riesgos.</li> <li>» Orientación estratégica y supervisión del funcionamiento de la Gerencia de Contraloría.</li> <li>» Supervisión del proceso de Auditoría Externa (Planificación, Carta de Control Interno y EEFF).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Monitoreo permanente del funcionamiento de las líneas de defensa.</li> <li>» Monitoreo evolución del Indicador de Brecha.</li> <li>» Seguimiento de la implementación de políticas corporativas.</li> <li>» Seguimiento y supervisión del Programa de Libre Competencia y el Modelo de Prevención del Delito.</li> <li>» Supervisión del desarrollo del Gobierno Corporativo de Empresas DBS y Sistema de Control Interno.</li> <li>» Programas de cumplimiento normativo Sanitario y Ambiental y otros procesos de cumplimiento.</li> <li>» Supervisión del modelo de incentivos.</li> <li>» Supervisión de la gestión de seguridad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Monitoreo de gestión de reclamos Salcobrand.</li> <li>» Monitoreo sobre los procesos y plan de trabajo relacionados a Seguridad de la Información y Ciberseguridad en Empresas SB y Empresas DBS.</li> <li>» Revisión de los resultados de Auditoría por Ciberseguridad marco NIST.</li> <li>» Monitoreo del proceso de migración de sistemas.</li> <li>» Revisión de las transacciones con partes relacionadas.</li> <li>» Monitoreo del nivel de automatización de controles en los procesos revisados por Contraloría.</li> <li>» Monitoreo del proceso de seguimiento de las observaciones pendientes de resolución.</li> </ul>
--	---	--



## Equipo Ejecutivo



**Matías Verdugo**  
Gerente General



**Marcelo Concha**  
Gerente Contralor



**Mauricio Caviglia**  
Gerente General  
Salcobrand



**Pablo Giglio**  
Gerente General  
Preunic



**Alfred Haindl**  
Gerente Marcas  
Propias



**Carlos González**  
Gerente Personas



**Alberto Novoa**  
Gerente Asuntos Legales  
y Gobierno Corporativo



**Paul Corthorn**  
Gerente General  
Inmobiliaria SB



**Fernando Fumagalli**  
Gerente Tecnología  
y Digital



**Andrés Ferrer**  
Gerente Administración  
y Finanzas



Encuentra  
tu propia  
belleza

Balanced  
emocional y  
espiritual

# ÉTICA, CUMPLIMIENTO Y RIESGOS

Sistema de Gestión de Ética y Cumplimiento • Sistema de Gestión Integrada de Riesgos

Para asegurar el logro de los objetivos corporativos a través de la correcta implementación de su Gobierno Corporativo, Empresas SB dispone de tres estructuras de Control Interno: Sistema de Gestión de Ética y Cumplimiento; Sistema de Gestión Integrada de Riesgos, y Gerencia de Contraloría. A continuación, enumeramos sus funciones y los focos del trabajo de la empresa en cada una de ellas durante 2022:



## Sistema de Gestión de Ética y Cumplimiento

De acuerdo con la Política de Gobierno Corporativo, la gestión de ética y cumplimiento es la encargada de velar por el cumplimiento de las normas contenidas en el Código de Ética y Cumplimiento, así como de su perfeccionamiento.

Sus funciones específicas son:

- » Velar por el cumplimiento de la normativa que impacta a Empresas SB.
- » Realizar las investigaciones derivadas de las posibles infracciones al Código de Ética y Cumplimiento.
- » Implementar y gestionar el canal de denuncias de Empresas SB.
- » Reportar periódicamente a los comités de Ética y Cumplimiento, y de Auditoría, y a través de ellos al Directorio de la compañía.
- » Proponer al Directorio, a través del Comité de Ética y Cumplimiento, el nombramiento del Oficial de Ética y Cumplimiento y Prevención del Delito.

En el marco de estas responsabilidades, los principales hitos de la gestión en ética y cumplimiento en el último año fueron los siguientes:

- **Código de Ética y Cumplimiento:** a fines de 2021, Empresas SB lanzó su nuevo Código de Ética y Cumplimiento, un documento que contiene las guías y expectativas de conducta e institucionalidad de la compañía en materia de ética y cumplimiento. En dicho documento se incluyen todas las directrices relacionadas con los delitos informáticos que pasaron a formar parte de la Ley 20.393 sobre Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas.
- **Promoción del Canal de Denuncias:** a través de distintas acciones, durante el último año dimos un especial impulso a la promoción del uso del canal de denuncias éticas y de cumplimiento. Este esfuerzo nos permitió aumentar a más de cien el número de denuncias recibidas, lo que está en línea con el tamaño de nuestra empresa. En 2023, continuaremos reforzando estos contenidos en los cursos sobre ética y cumplimiento que ejecuta la Gerencia de Personas, de modo de seguir generando un entendimiento común sobre lo que significa la ética en el trabajo diario de las personas.

- Gestión de denuncias:** la mayor parte de las denuncias que recibimos durante el último año correspondieron a situaciones de carácter laboral. Tal como lo establecen nuestros procedimientos internos, estas reclamaciones se administraron en conjunto entre la Gerencia de Asuntos Legales y Gobierno Corporativo y la Gerencia de Personas, y en general derivaron en intervenciones en locales y jefaturas. En 2022, a estas notificaciones se sumaron dos relacionadas con la Ley 20.393 y libre competencia.
- Modelo de Prevención del Delito:** en 2022, luego de la auditoría externa que hicimos al programa de cumplimiento penal, logramos renovar la certificación de nuestro Modelo de Prevención del Delito por dos años más. Esta revisión se sumó a la que efectuó el área de Contraloría tanto a nuestro Modelo como a otros cinco programas de cumplimiento.

Colaboradores capacitados por ámbito	2021	2022
Libre Competencia	1.826	2.714
Ley N° 20.393	2.118	2.998
Seguridad de la Información	828	1.172
Cumplimiento Sanitario	479	1.684
Personas que firmaron declaración de Ética y Cumplimiento	1.652	2.264
Cumplimiento Medioambiental	-	108 capacitaciones en 13 charlas **

\*\* Colaboradores de todas las empresas del grupo participaron en capacitaciones relacionadas con la Ley REP tanto en el Ministerio del Medio Ambiente como en el GRANSIC ReSimple.

### Horas de capacitación en Ética y Cumplimiento

Total horas formativas en Ética y Cumplimiento



Total horas formativas a directores sobre Ética y Compliance



\* En base a 30 minutos. Se realiza en forma online.

- Adaptación a nuevas leyes:** en 2022 se promulgó la Ley de Delitos Informáticos, que entró en vigor el 20 de mayo para personas naturales y el 20 de diciembre en el caso de las personas jurídicas. Antes de su lanzamiento, en Empresas SB evaluamos los impactos que este marco podría tener en la compañía y en nuestros mapas de riesgo, entre otros aspectos, a través de un trabajo que consideró a todas las primeras líneas de defensa involucradas. Con posterioridad dimos a conocer a la organización tanto las conclusiones de este diagnóstico como algunas recomendaciones de actuación. Si bien esta norma busca proteger a las empresas frente a ataques cibernéticos, contiene un artículo sobre receptación de datos informáticos con aristas penales, que nos obliga a revisar nuestras estructuras y procedimientos.





- Actualización de políticas internas:** durante el último año, actualizamos tres políticas internas: Gestión de Seguridad de la Información, Ciberseguridad y Gestión de Tratamiento de Datos Personales. Uno de nuestros focos fue abordar de manera más exhaustiva la gestión de datos personales, a la luz de la ley que se podría promulgar en 2023. Esta actualización la desarrollamos con el apoyo de un profesional que se incorporó a la Gerencia de Asuntos Legales y Gobierno Corporativo con experiencia en estas materias en España, país en cuya normativa se inspira la nueva ley chilena.
- Lanzamiento de cinco nuevas políticas:** en abril se aprobó la Política de Gobierno Corporativo de Empresas SB, que define el marco general de actuación del Gobierno Corporativo de Empresas SB y asigna las responsabilidades que permitirán el adecuado funcionamiento del sistema integrado de dirección y control corporativo.

A esta política se sumaron:

- » La aprobación por parte del Directorio de la nueva Política de Inclusión y Diversidad, que es una versión actualizada de la anterior.
- » La Política de Gestión de Incidentes, que originalmente se refiere a incidentes de tipo tecnológico y digital, pero que se debería extender en 2023 a la gestión de todo tipo de incidentes críticos.
- » La Política de Derechos Humanos, que elaboramos en sintonía con las recomendaciones de los Principios Rectores para Empresas y Derechos Humanos, de Naciones Unidas.
- » La Política de Gestión de Personas.

**Focos relacionados con la corrupción abordados en la gestión de 2022**

**Ley 20.393**

- Contratación proveedor
- Contratación colaborador
- Fiscalizaciones, multas y sanciones
- Permisos o autorizaciones
- Pago facilitación

**Antifraude**

- Pago de soborno
- Otra forma de pago
- Conflicto de Interés en las compras
- Conflicto de Interés en las ventas
- Conflicto de Interés en otras actividades
- Soborno Pasivo
- Extorsión

# Sistema de Gestión Integrada de Riesgos

Para gestionar de forma eficaz nuestros riesgos, operamos sobre la base del modelo de “4 líneas de defensa”.



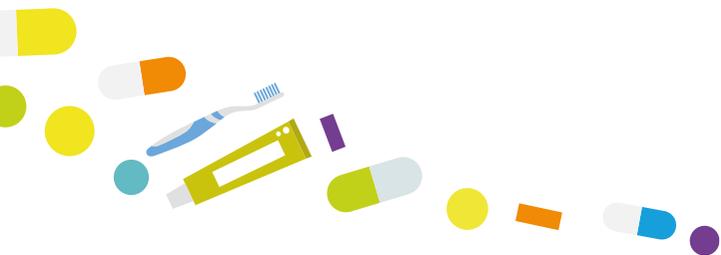
La estrategia de gestión integrada de riesgos tiene por objetivo identificar, evaluar, responder, controlar, comunicar y monitorear de manera sistemática los riesgos que pudieran impactar en el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la compañía.

Para gestionar de forma eficaz estos riesgos, el sistema de gestión opera sobre la base del modelo de “4 líneas de defensa”, que comprende:

- **Línea 1:** está constituida por los “dueños del riesgo” en la operación cotidiana, el control que realiza la gerencia respectiva y las medidas desarrolladas por la empresa para la vigilancia interna. Estos roles están relacionados con las actividades que involucran a clientes, proveedores, productos y servicios.
- **Línea 2:** comprende las áreas de Control Financiero, Control de Gestión, Gestión de Calidad y Ética, Cumplimiento y Riesgos.
- **Línea 3:** Auditoría interna.
- **Línea 4:** Auditores externos y reguladores.

Las responsabilidades de este sistema de gestión son: implementar esta metodología de “4 líneas de defensa”, capacitar a la compañía en materia de gestión de riesgos y elaborar una base única de riesgos, que incluya los riesgos estratégicos y los riesgos operacionales, y su correspondiente relación.





## Avances 2022

La gestión de riesgos de Empresas SB aborda tanto los riesgos estratégicos de la compañía como sus riesgos operacionales. Algunos de los resultados de la gestión que desarrollamos durante 2022 en estos ámbitos fueron los siguientes:

- **Nueva definición de riesgos estratégicos:** en Empresas SB definimos todos los años los riesgos estratégicos de la compañía. Al cierre de 2021 este registro incluía 17 riesgos. En 2022, sin embargo, sacamos de este listado el riesgo de sostenibilidad, por considerarlo transversal a toda la gestión de la organización, y separamos del de “Brecha en seguridad de la información” los de “Indisponibilidad de sistemas tecnológicos” y “Amenazas de ciberseguridad”.



De este modo, al cierre de 2022 nuestros 18 riesgos estratégicos eran:

- |  |  |  |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>» Cambio en la conducta y hábitos de los clientes.</li> <li>» Cambio en el mercado y actuar de la industria.</li> <li>» Inestabilidad económica.</li> <li>» Inestabilidad política.</li> <li>» Daño de infraestructura.</li> <li>» Cambio en la normativa.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>» Dependencia de concentradores de salud.</li> <li>» Brechas de seguridad de la información.</li> <li>» Protección de datos personales.</li> <li>» Indisponibilidad de sistemas tecnológicos.</li> <li>» Amenazas de ciberseguridad.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>» Dependencia de personal clave.</li> <li>» Falta de liquidez.</li> <li>» Fraude.</li> <li>» Accidentes laborales.</li> <li>» Incumplimiento normativo.</li> <li>» Ley REP.</li> <li>» Huelgas y paralizaciones.</li> </ul> |
|--|--|--|

- **Lanzamos un plan de continuidad de negocio del Centro de Distribución de Salcobrand** que queremos replicar en el Centro de Distribución de Preunic, que son nuestras instalaciones críticas.
- **Gestión de riesgos operacionales:** a mediados de 2022 incorporamos un analista senior de riesgo operacional y hacia finales de año implementamos un software de gestión de riesgo. Ambos recursos nos van a permitir identificar y gestionar el riesgo operacional de manera más eficiente y rápida.

En 2022 terminamos 28 matrices de riesgo operacional, entre las que se distinguen:

- » 15 con riesgo residual definitivo; es decir, en donde estamos verificando que los controles definidos existan y se estén aplicando. En esta dimensión, contamos con:

- » 13 con riesgo inherente; es decir, en donde estamos en etapa de definición de los controles que se aplicarán para mitigar cada uno de los riesgos.

De acuerdo con nuestra metodología de gestión de riesgos, que en 2022 fue validada por el área de Auditoría Interna, en Empresas SB disponemos de tres tipos de controles:

- Directivos:** son las políticas, procedimientos y especificaciones técnicas, más todas las actas y capacitaciones;
- Preventivos:** se ejecutan antes de que un proceso opere, y pueden ser automáticos o manuales;
- Detectivos:** se generan durante o después del proceso, y también pueden ser automáticos o manuales.

Para la gestión de estas 28 matrices, al cierre de año contábamos con:

- » 1.374 controles preventivos definidos (208 automáticos y 1.166 manuales).
- » 194 controles detectivos (91 automáticos y 103 manuales).
- » 22 políticas y 126 procedimientos asociados a estas políticas.

La gestión de los riesgos operacionales seguirá siendo prioritaria durante 2023. Para avanzar en esta labor se identificarán los procesos críticos en Salcobrand y Preunic, y se levantarán los procesos de las áreas de Fiscalía, Contabilidad y Planificación de Control.



# GERENCIA DE CONTRALORÍA

El objetivo de Contraloría es entregar una opinión independiente y objetiva sobre la calidad y eficiencia de los principales sistemas de control interno y de información de la compañía, validando el cumplimiento de normas internas, políticas y procedimientos vigentes y de aquellas normas legales y reglamentarias aplicables.

Contraloría está definida como una actividad independiente de aseguramiento y consulta, concebida para agregar valor y mejorar las operaciones de la organización, a través de un enfoque sistemático, disciplinado de evaluación y mejora en la eficacia de los procesos de gestión de riesgos, control y gobierno, siempre en su rol de tercera línea de defensa.

Operativamente, Contraloría efectúa las revisiones trazadas en el plan anual sobre los procesos de la compañía. Las observaciones que surgen son informadas a la Administración, que adopta compromisos de resolución y planes de mitigación.

Contraloría reporta sus actividades y gestión al Comité de Auditoría, del que depende el direccionamiento estratégico de la función.

Los resultados de las revisiones y otras materias propias de auditoría interna son informados mensualmente por el Comité al Directorio.

La Gerencia de Contraloría está conformada por doce profesionales, que abordan las distintas materias incluidas en la planificación, generalmente referidas a procesos, sistemas, cumplimiento regulatorio y casos especiales, entre otros.





Durante el último año, Contraloría alcanzó un cumplimiento del 98% de las revisiones planificadas.

## Gestión 2022

En 2022, Contraloría tuvo un desempeño satisfactorio en el desarrollo del plan de trabajo, abordando las principales materias trazadas en el programa y presupuesto, alcanzando un cumplimiento del 98% de las revisiones planificadas y siendo sus principales materias las revisiones sobre:

» En el ámbito del cumplimiento, las principales revisiones fueron sobre el Modelo de Prevención del Delito, seguimiento de la auditoría en materias de libre competencia, manejo de medicamentos controlados y sustancias peligrosas y cumplimiento de normas sobre almacenamiento y ventas de medicamentos por medios electrónicos.

- » En los ámbitos de sistemas, se revisó la ciberseguridad, el diagnóstico de los procesos y proyectos para la transformación digital, el proceso de continuidad de negocios y el control del proceso de migración de sistemas y bases de datos, entre otros.
- » En procesos, se revisó la selección y reclutamiento de personal, el proceso de remuneraciones, la valorización de exigencias en Salcobrand y gestión de stock en Preunic, auditoría de locales y tiendas y la permanente participación en el monitoreo de los inventarios físicos de las unidades más relevantes de la compañía y otros procesos.
- » También se pueden mencionar trabajos de cumplimiento contractual con la empresa relacionada Matic Kard y Filiales, así como revisiones de proceso de la filial Empresas DBS, donde se destacan las auditorías sobre remuneraciones, vacaciones y ciberseguridad.

Las observaciones resultantes de las revisiones son monitoreadas mensualmente en el marco del proceso de Follow Up o seguimiento de situaciones pendientes de resolución.

Salud  
es belleza

Cuida  
tu salud

# NUESTRO NEGOCIO

Estrategia Corporativa • Transformación Digital • Salcobrand: Avances en Gestión •  
Preunic: Diferenciación en Belleza

# Estrategia Corporativa

En Empresas SB desarrollamos nuestra actividad en el marco de una estrategia cuyo principal objetivo es alcanzar la mejor reputación con rentabilidad de la industria y que abordamos a partir de tres prioridades permanentes del negocio, como son:

- » Poner al cliente al centro, junto con el colaborador.
- » Empujar los desarrollos tecnológicos.
- » Ser más eficientes y eficaces.

Esta estrategia la impulsamos a través de las propuestas de valor que hemos establecido para nuestras principales filiales, dos modelos con una identidad sólida y un reconocimiento creciente por parte del mercado.



En el marco de esta mirada estratégica, en 2022, a pesar de las variaciones que se registraron en el entorno económico, como resultado del impacto que la creciente inflación provocó en los costos operativos y el poder adquisitivo de las personas, nuestra compañía logró alcanzar sus metas generales de crecimiento y ventas.

En 2023, el objetivo es continuar marcando diferencias a partir de la mejor experiencia cliente, de los más avanzados modelos de atención omnicanal y del rol social que declaramos para Salcobrand y Preunic, en el marco de nuestra Estrategia de Negocio Sostenible.



### Contribuimos al bienestar de las personas.

Foco pacientes crónicos

Alianza con Isapres

Calidad en la atención a clientes



### En Preunic existimos para que la mujer encuentre y viva la belleza en cada detalle de su día a día.

Foco en la belleza

Foco en la mujer

Calidad en la atención a clientes





# Transformación Digital

Desde el año 2021, Empresas SB trabaja sobre una Estrategia Digital estructurada en torno a tres ejes de acción: continuidad y mejora de los sistemas que ya existen; transformación digital, y renovación de sistemas y tecnologías obsoletas.

Para avanzar en estas líneas, en 2022 pusimos en marcha un plan cuyos principales focos fueron el desarrollo de una mejor gestión tecnológica y el acercamiento de estos temas a los negocios de la compañía, para generar un entendimiento común en la organización respecto de la importancia y el potencial que tiene la tecnología en el funcionamiento y la actividad de Empresas SB.

En el marco de esta labor, dimos pasos relevantes en nuestro propósito de convertir a Empresas SB en una compañía digital. Entre ellos destacan:

1. Desarrollamos un proceso para la gestión de incidentes y solicitudes tecnológicas. La información que aportó este nuevo sistema nos permitió conformar equipos adecuados de soporte para responder a estas necesidades y establecer estándares y tiempos de atención frente a los requerimientos de los locales y tiendas.

Como resultado de la puesta en marcha de este proceso:

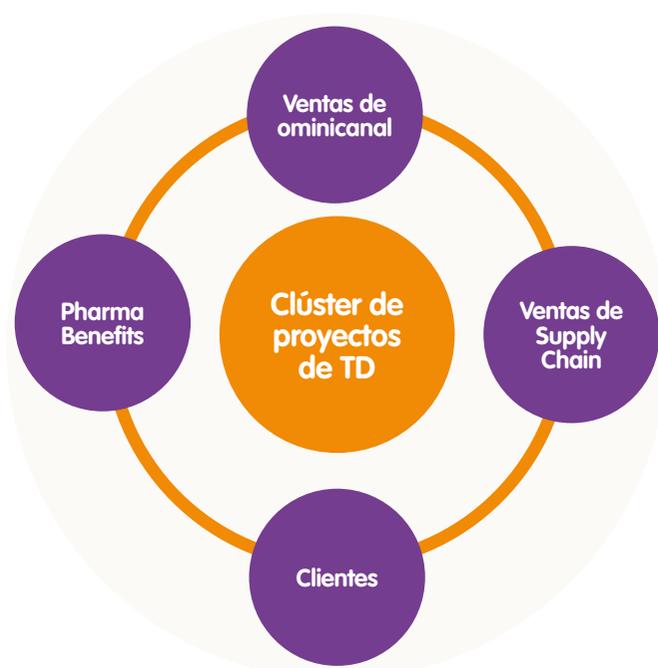
- » Respondimos más 60.000 tickets de solicitud de soporte para temas tecnológicos en seis meses.
- » Cumplimos en un 84% los tiempos de respuesta (SLA) que fijamos para resolver estos problemas.
- » Recibimos una nota de 4,5 (de entre 0 y 5) en las encuestas sobre la calidad de la atención y del soporte entregado que enviamos a quienes generaron estas solicitudes tecnológicas.

En 2022, pusimos foco en el desarrollo de una mejor gestión tecnológica y en generar un entendimiento común respecto de estos temas.

2. Con la solución de las brechas tecnológicas y sistemáticas más relevantes, logramos reducir en 45% los incidentes tecnológicos recurrentes más graves que afectan la continuidad operacional y comercial de Empresas SB. Como parte de este trabajo, también generamos soluciones de fondo que nos permitieron operar sin incidentes críticos durante Navidad.
3. Iniciamos el desarrollo de seis Proyectos Transformacionales Estratégicos e icónicos para Empresas SB, algunos de los cuales concluimos en 2022:
  - i. Nuevo POS Corporativo: con 59% de avance a diciembre.
  - ii. Código Único Salcobrand: con 90% de avance.
  - iii. Pharma Benefits en e-commerce de SB: Con 65% de avance.
  - iv. CRM Clientes (SalesForce): entregado en PU y con 80% de avance en SB.
  - v. App Móvil Preunic: entregada.
  - vi. Programa de Beneficios Mi Preunic: entregado.



Estos adelantos se suman a otros importantes desarrollos que impulsamos en los cuatro clúster en los que dividimos nuestros proyectos de Transformación Digital durante 2022:



Algunas de estas iniciativas fueron:

- » Armamos los equipos y células dedicados al Viaje de Retail dedicados a cada negocio, pero que entregan servicios a toda la compañía.
- » Realizamos procesos de priorización cada tres meses para definir lo que se debía hacer en el siguiente trimestre.
- » Creamos todo un sistema de control de gestión, que nos permitió dar visibilidad real de los costos de cada iniciativa.
- » Hicimos revisiones permanentes para determinar la dimensión adecuada de los equipos considerando las necesidades de los negocios.
- » Constituimos una Mesa de Ayuda y de Soporte para incidentes menores, una de las principales demandas del cliente interno.
- » Definimos compromisos de ciberseguridad en los que avanzamos en un 75%.
- » Implementamos un nuevo sistema de gestión para el Centro de Distribución de Preunic.

# Salcobrand: Avances en Gestión

En 2022, Salcobrand concentró sus esfuerzos en potenciar el mundo digital, mejorar la adherencia de los clientes, fortalecer las marcas propias y hacer más eficientes los procesos.

El foco prioritario de Salcobrand durante todo el año estuvo en la transformación digital, trabajando desde el interior de la organización en digitalizar procesos en todas sus áreas, con un alto uso de tecnología, priorizando en cada iniciativa las necesidades de sus clientes y sus colaboradores.

## Foco en la adherencia

En esta materia, nuestra prioridad estuvo en seguir potenciando Mi Salcobrand. Este es un programa orientado a los clientes crónicos, que premia a las personas con beneficios crecientes en la medida en que demuestren adherencia a sus tratamientos, un enfoque con alto impacto para la salud pública y el bolsillo de los usuarios.

Para promover esta iniciativa, durante el año se desarrolló un plan de difusión en canales masivos y digitales, y una estrategia de segmentación para conectar con los clientes no inscritos, así como para fidelizar a los registrados en Mi Salcobrand.

Esta labor nos permitió elevar a más de un millón la cantidad de clientes inscritos en Mi Salcobrand y terminar el año con un NPS para este programa 9,1 puntos superior al de los clientes que no usan el programa. (Ver más en página 80)

En 2022, además de los buenos resultados obtenidos por el programa Mi Salcobrand, destacó el desempeño de nuestro canal de e-commerce, que cerró el año con un NPS de 69%, 4,1 puntos porcentuales superior al de los locales tradicionales.

## Posicionamiento

Desde 2021, Salcobrand trabaja en una estrategia de marca basada en su propósito de **“Contribuir al Bienestar de las Personas”** con una promesa al cliente definida, plasmada en **“Tu bienestar nos inspira”**, potenciando sus atributos diferenciadores en todas las comunicaciones masivas, digitales y dirigidas.

Como guía del éxito para el avance de esta estrategia se estableció el Indicador NPS, herramienta con la que se mide el nivel de recomendación en siete ámbitos: Convenios, Puntos de Contacto, Medios de Pago, Segmentación de Clientes, Productos, Programas y Concentradores.

En estas mediciones, además de los buenos resultados obtenidos por Mi Salcobrand, destacó el desempeño de nuestro canal de e-commerce, que cerró el año con un NPS de 69%, 4,1 puntos porcentuales superior al de los locales tradicionales. Esta puntuación responde principalmente al cumplimiento de nuestras promesas de tiempo y forma, y del excelente desempeño del servicio de retiro en tienda, una modalidad que ya prefiere la mayoría de quienes compran en la web.

## Otros hitos de la gestión 2022

- » Realizamos talleres en los locales, la Casa Matriz y el Centro de Distribución para seguir potenciando la gestión de nuestro propósito de cara a los clientes.
- » Realizamos 643 campañas publicitarias a través de canales digitales y masivos, un 13% más que en 2021.
- » Logramos una venta histórica en Cyber Monday, que representó un crecimiento de 59% respecto del año anterior.
- » Desarrollamos la segunda versión del Open Salcobrand, en la que recibimos 103 postulaciones.
- » Comenzamos a operar con Cenabast como farmacia adherida inicialmente con la venta de tests de antígenos a bajo precio.

### Y en sostenibilidad:

- » Mantuvimos nuestra alianza con Coaniquem, en el marco de la cual aportamos a la colecta anual, hicimos un webinar en los locales para sensibilizar a los colaboradores con la misión de esta institución y cofinanciamos parte de la inversión que significó la reconstrucción del centro que esta tiene en San Pedro, Concepción.
- » Participamos en los operativos de salud de la Fundación Acrux con un equipo de voluntarios compuesto por jefes zonales, químicos farmacéuticos y dermoconsejeras.
- » Participamos por primer año en Effie College, iniciativa que tiene por objetivo trabajar con alumnos de todas las universidades en Chile en un desafío real de marketing para nuestra marca. En la edición 2022, se presentaron 21 equipos en el reto de cómo conectar nuestra marca y promesa "Tu bienestar nos inspira" con nuestros consumidores.



en  
bienestar



# Preunic: Diferenciación en Belleza

En 2022, Preunic potenció su oferta de marcas de maquillaje y duplicó el número de productos con sellos especiales, como el Cruelty Free.



Preunic siguió en 2022 profundizando su estrategia de diferenciación en belleza, con foco en la renovación del mix de productos y potenciando una nueva experiencia de compra. Asimismo, se trabajó con especial énfasis en la omnicanalidad y la eliminación de fricciones en cada uno de los puntos de contacto con los clientes, tanto en el mundo físico como en el digital.

Para avanzar en estas líneas, Preunic potenció su oferta de marcas de maquillaje, aumentó el mix en marcas de destino juvenil y duplicó el número de productos con sellos especiales, como el Cruelty Free, que acredita que en su elaboración no han sido testeados en animales. Esto le permitió cerrar el año con más de 1.000 SKU a la venta.

A esto hay que sumar el término del proceso de transformación de todos los locales del país hacia su nuevo modelo de tienda, con una experiencia de compra y navegación simple y atractiva, un hito para Preunic, que le permitirá seguir manteniendo y construyendo su liderazgo en el mundo de la belleza y atrayendo el segmento de clientes de menos de 40 años de edad, un objetivo estratégico de la filial.

## Omnicanalidad

En esta línea de acción, que representa uno de los cinco pilares de la gestión de la cadena (junto con Clientes, Belleza, Marcas Propias y Eficiencia), las principales novedades fueron el lanzamiento de la app de Preunic y, alojado también en esta plataforma, el desarrollo del programa de fidelización Mi Preunic. Esta iniciativa entrega beneficios a sus clientes en relación con su frecuencia, monto y preferencias de compra.

La app fue lanzada el 20 de octubre, y al cierre de año ya contaba con 12.000 descargas. Por su parte, el programa Mi Preunic registraba a diciembre 35 mil usuarios. La expectativa para 2023 es subir las descargas de la app a 50 mil y elevar la cantidad de usuarios del programa de fidelización a 100 mil.

A nivel de e-commerce, en tanto, consolidamos el sistema de retiro en tienda, modalidad por la que opta el 80% de quienes realizan sus compras por la web. Esta preferencia es el resultado del trabajo estratégico para unificar la experiencia de marca en todos los canales.

## Resultados

A partir de todos estos avances, la cadena experimentó un incremento del 11% en sus ventas anuales respecto de 2021, al tiempo que aumentó 4,3% su participación en maquillaje y alrededor de un 2% en otras categorías, como piel, capilar y cuidado personal, reafirmando su liderazgo en el canal de Farmacias y Perfumería.

## Rol social y sostenibilidad

En 2022, Preunic definió como su rol social **“Aportamos al fortalecimiento de la autoestima de la mujer”**. Este objetivo busca transmitir el legado que anhela la cadena y cruza de manera transversal los cuatro pilares de su trabajo en sostenibilidad, cuyos principales logros en 2022 fueron los siguientes:

1. **Instituto de Belleza:** elevamos a más de 70.000 el número total de mujeres que han tenido la posibilidad de mejorar su calidad de vida a través de los cursos gratuitos en belleza que entregamos en el Instituto desde el año 2009.
2. **Reciclaje:** porque estamos comprometidos con el planeta y buscamos posicionarnos en este ámbito, en 2022, diseñamos una iniciativa que nos permitirá retirar los principales residuos de las tiendas y gestionar su reciclaje, para lo cual partimos con un piloto en dos tiendas que nos ayudará a estructurar bien el proceso. Este proyecto será prioridad en 2023.
3. **Autoestima:** comenzamos a trabajar con la Fundación Soymás en la definición de pilares estratégicos que nos permitan generar una experiencia de compra, donde nuestros clientes se sientan escuchados y valorados cada vez que interactúan con la marca aportando al fortalecimiento de su autoestima.
4. **Tiendas conectadas:** continuamos mejorando la movilidad y navegación en las tiendas, y reforzamos la difusión de productos con procesos de elaboración distintos, como Vegan y Cruelty Free.

Durante el último año, comenzamos a diseñar un programa de reciclaje en nuestros puntos de venta. Este proyecto será prioridad en 2023.

## Otros logros

- **Capacitación:** desarrollamos webinars de capacitación en los que contamos con más de 40.000 asistencias (considerando la participación de los colaboradores en varios cursos) con contenido relevante y de vanguardia en la industria de la belleza. El objetivo fue actualizar de forma ágil el conocimiento de nuestros vendedores, generando aprendizaje para entregar la mejor asesoría a los clientes; sobre todo, a los de segmentos más jóvenes. En este mismo sentido, renovamos nuestra plataforma de capacitación Juntos Preunic, donde los colaboradores podrán encontrar contenido de cada una de nuestras categorías core, fichas de productos, videos y tips de venta.
- **Marketing:** destinamos más del 80% de nuestro presupuesto en marketing al canal digital. Nuestra estrategia en este ámbito sigue siendo omnicanal, por lo que también la estamos canalizando en redes sociales y en formatos cada vez más innovadores, buscando comunicarnos con nuestros nuevos consumidores.



Contribuimos  
a tu  
bienestar

Cree  
y crece

Bienestar es  
equilibrio

EMPRESAS 

# ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

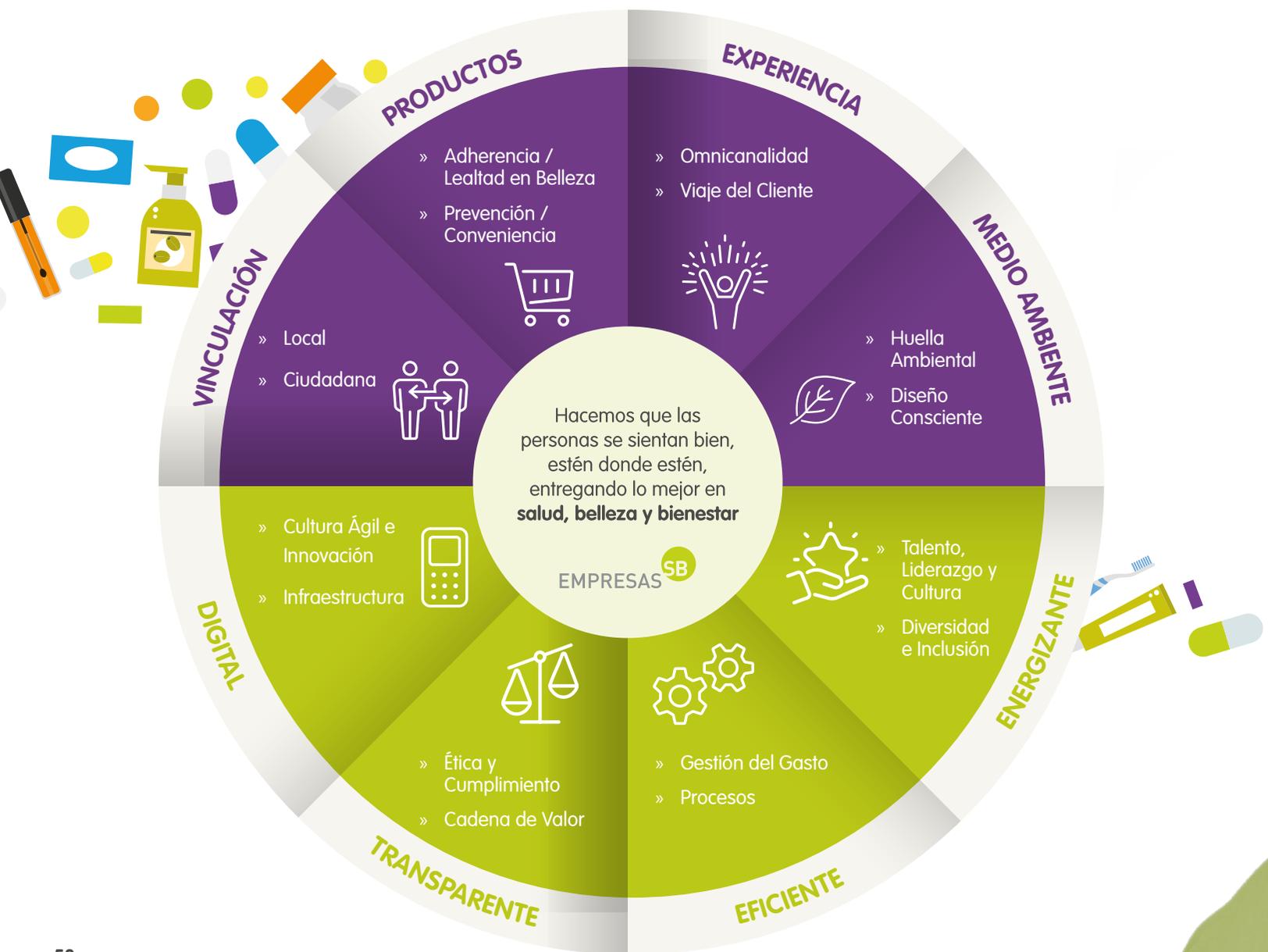
Estrategia de Negocio Sostenible • Aporte de Empresas SB a los Objetivos de Desarrollo Sostenible • Política de Derechos Humanos • Comunicación con los Grupos de Interés • Asociaciones y Membresías • Valor Económico Generado y Distribuido

# Estrategia de Negocio Sostenible

En 2022, nuestras dos filiales principales trabajaron en identificar el rol social de sus respectivos negocios.

Empresas SB cuenta desde el año 2022 con una Estrategia de Negocio Sostenible, a través de la cual busca integrar la gestión responsable a todas las actividades de la compañía y consolidar su modelo corporativo de desarrollo sostenible.

Elaborada para el período 2022-2025, en el marco de un proceso participativo que involucró a líderes y colaboradores de todos los estamentos internos, esta estrategia define tanto los focos prioritarios que abordará la compañía en materia de sostenibilidad como los pilares de esta gestión. De igual modo, incorpora una bajada específica para las dos principales filiales del grupo, Salcobrand y Preunic, basada en sus respectivos roles sociales, que explicitan la manera como cada negocio busca dejar huella en nuestra sociedad.



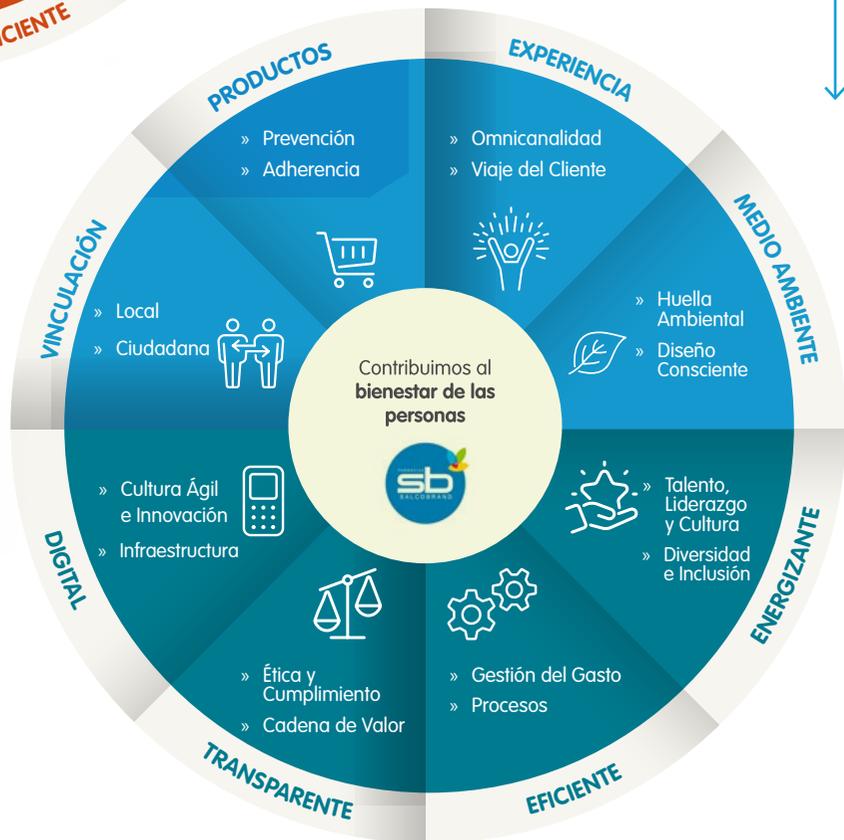


**Rol Social**

**“Aportamos al fortalecimiento de la autoestima de la mujer”**

**Rol Social**

**“Mejoramos la salud de la población a través de programas que favorecen la adherencia a los tratamientos”**



## Gobernanza de la Sostenibilidad

Con el fin de avanzar en la ejecución de esta estrategia y de sus programas y acciones asociados, durante el último año, la compañía estableció -además- una estructura organizacional para liderar, acompañar y monitorear este proceso. Esta orgánica está compuesta por un Comité de Sostenibilidad de carácter ejecutivo y por tres mesas de sostenibilidad:

- **Comité de Sostenibilidad:** Lo integran 8 participantes que se reúnen cada dos meses: 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 gerente de Sostenibilidad y Comunicaciones y la jefa de Sostenibilidad.

- **Mesas de Sostenibilidad:**

- a) Mesa de Sostenibilidad de Empresas SB: Con 10 participantes, efectuó 8 sesiones en 2022.
- b) Mesa de Sostenibilidad de Salcobrand: Con 12 participantes, sesionó 8 veces en 2022.
- c) Mesa de Sostenibilidad de Preunic: Con 4 participantes, realizó 8 sesiones en 2022.

## Plan de Acción 2022-2023

Con la coordinación de la Gerencia de Sostenibilidad y Comunicaciones, bajo esta nueva institucionalidad se elaboró durante el último año un Plan de Acción en Sostenibilidad a desarrollarse entre 2022 y 2023, que contempla 18 proyectos, con objetivos, responsables y metas definidos.

De este total de iniciativas, al cierre de año, siete se estaban ejecutando al alero de la Mesa de Sostenibilidad de Empresas SB, siete en la Mesa de Salcobrand y otras 4 en la Mesa de Preunic.

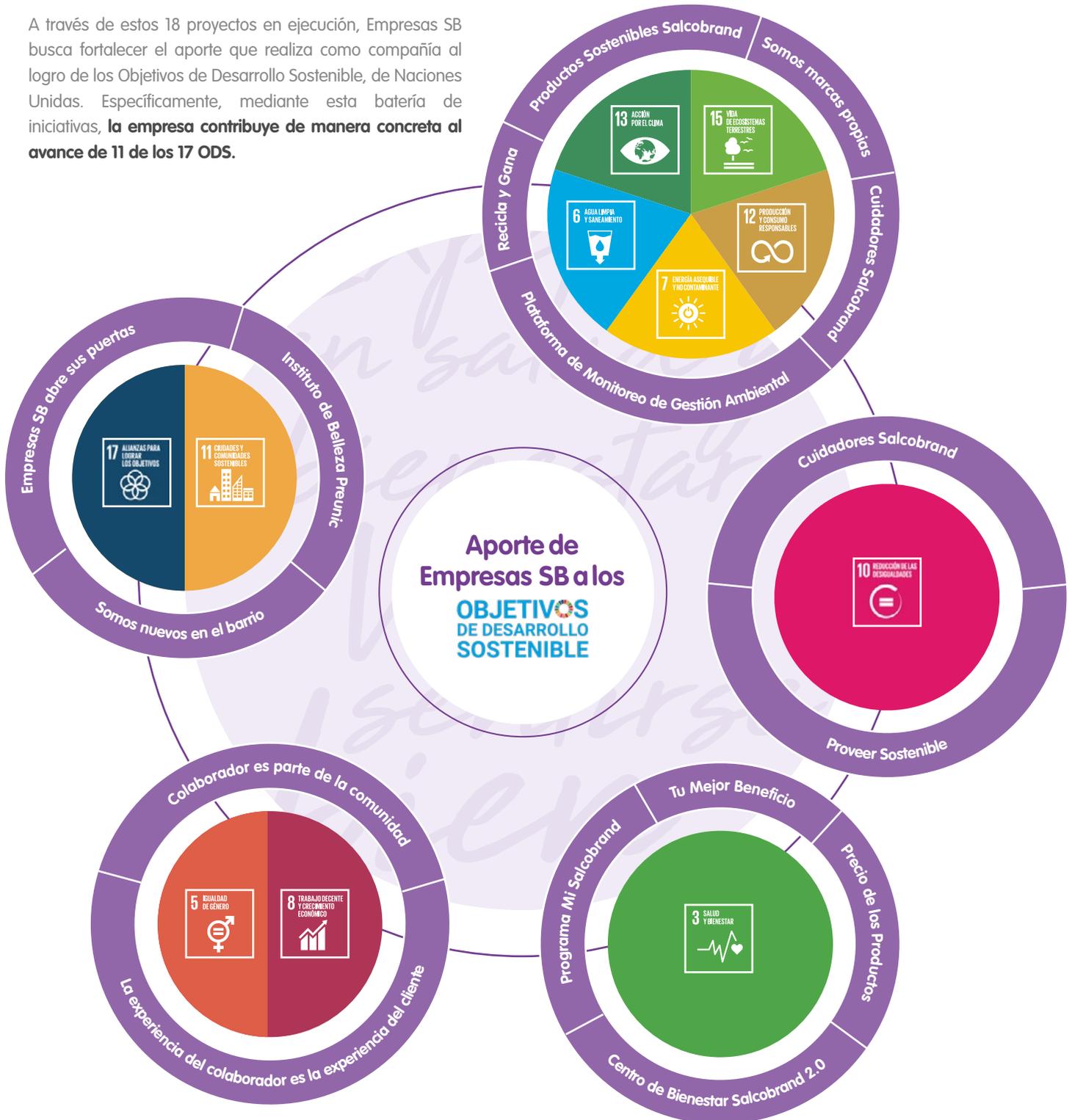
Estos proyectos -y sus respectivos estados de avance a diciembre- son los siguientes:

Estado de avance		
✓ Ejecutado	⋯ En desarrollo	» 2023
<b>Empresas SB</b>	<b>Salcobrand</b>	<b>Preunic</b>
Somos nuevos en el barrio (⋯)	Cuidadores Salcobrand (✓)	Experiencia Clientes Preunic (⋯)
Plataforma de Monitoreo de Gestión Ambiental (⋯)	Productos Sostenibles Salcobrand (⋯)	Productos Sostenibles Preunic (⋯)
La experiencia del colaborador es la experiencia del cliente (»)	Empresas SB abre sus puertas (⋯)	Recicla y Gana (»)
El gasto de la compañía en simple (»)	Programa Mi Salcobrand (⋯)	Instituto de Belleza Preunic (✓)
Proveer Sostenible (»)	Centro de Bienestar Salcobrand 2.0 (✓)	
Somos marcas propias (⋯)	Tu Mejor Beneficio (⋯)	
Colaborador es parte de la comunidad (✓)	Precio de los productos (⋯)	

En la segunda parte de este Reporte, en el contexto de los capítulos sobre gestión de impactos, entregaremos más detalles de algunas de estas iniciativas.

# Aporte de Empresas SB a los Objetivos de Desarrollo Sostenible

A través de estos 18 proyectos en ejecución, Empresas SB busca fortalecer el aporte que realiza como compañía al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, de Naciones Unidas. Específicamente, mediante esta batería de iniciativas, **la empresa contribuye de manera concreta al avance de 11 de los 17 ODS.**



# Política de Derechos Humanos



En 2022, el Directorio de Empresas SB aprobó la Política de Derechos Humanos de la compañía. Este documento tiene por objetivo el control directivo específico del compromiso de Empresas SB con el respeto de los Derechos Humanos, ya descrito en su Código de Ética y Cumplimiento.

Con su publicación, además, la empresa “asume razonablemente su responsabilidad de continuidad en el respeto de los derechos humanos laborales que, en su contexto de negocios, puedan verse afectados con mayor probabilidad en el desarrollo de sus actividades”.

Sin perjuicio de lo establecido tanto en su Código de Ética y Cumplimiento como en sus demás normas y políticas internas, a través de este marco, Empresas SB asume la obligación, de modo razonable, de respetar de manera especial los siguientes Derechos Humanos que considera prioritarios considerando la particularidad de sus operaciones y actividades:

## En la 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.

## En la 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 la 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.

# Comunicación con los Grupos de Interés

A través de distintos canales, Empresas SB mantiene con cada uno de sus grupos de interés estratégicos una relación permanente y centrada en los respectivos temas de interés común.

Este vínculo tiene un carácter horizontal, por cuanto no solo implica la entrega de información por parte de la compañía, sino también su disposición a recoger y atender las necesidades y expectativas de sus stakeholders.

En este marco, entre los focos que ha priorizado la empresa en los últimos años -más allá de la comunicación continua que desarrolla con los colaboradores- está el diálogo con sus clientes y el relacionamiento y colaboración con las instituciones que promueven la inclusión, la diversidad y el desarrollo sostenible.

Grupos de Interés	Canales de Comunicación
 <b>Accionistas</b>	Junta de Accionistas / Informes financieros y de desempeño elaborados por el Directorio / Reporte de Sostenibilidad.
 <b>Colaboradores</b>	Relación directa con jefaturas / News Contigo ESB / Comunidad ESB / Encuestas internas / Sindicatos / Canales de denuncias sobre ética y cumplimiento / Campañas de comunicación / Programas de capacitación / Evaluación de desempeño / Reporte de Sostenibilidad.
 <b>Clientes</b>	Encuestas de satisfacción de clientes / Servicio de Atención al Cliente (SAC) / Sitios web / Redes sociales / Chatbot del sitio web / Fonofarmacia / Relación con los vendedores en locales / Campañas informativas / Tutoriales en Youtube / Asesorías en belleza / Publicidad / Reporte de Sostenibilidad.
 <b>Proveedores</b>	Contactos para atención a proveedores / Área de Licitaciones / Relación con los clientes internos / Sitios web / Redes sociales / Reporte de Sostenibilidad.
 <b>Sociedad</b>	Sitios web / Redes sociales / Medios de comunicación / Instituto de Belleza / Centro de Bienestar / Participación en redes y organizaciones empresariales que promueven la sostenibilidad, la diversidad y la inclusión / Organismos públicos y fundaciones en alianza / Reporte de Sostenibilidad.

# Membresías



Pride Connection Chile  
<https://www.prideconnection.cl/>



Red de Empresas con Experiencia de Senior Lab UC  
<https://seniorlab.uc.cl/>



ReIN (Red de Empresas Inclusivas de Sofofa)  
<https://empresainclusiva.cl/rein/>



Red de Empresas Interculturales (REI) del Servicio Jesuita Migrante  
<https://www.migracionenchile.cl/red-d-empresas/>



Acción Empresas  
<https://accionempresas.cl>



Comité de Sostenibilidad de la Cámara de Comercio de Santiago  
<https://www.ccs.cl/comite-de-sostenibilidad/>



ONU Mujeres  
<https://www.unwomen.org>



ICARE  
[www.icare.cl](http://www.icare.cl)

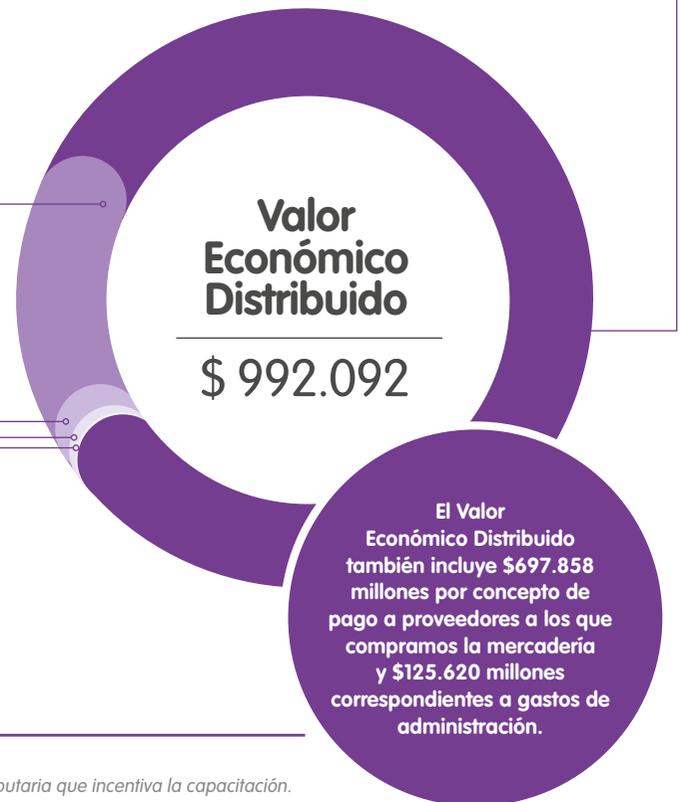


# Valor Económico Generado y Distribuido

(Valores en millones de pesos, según información contable)



	<b>Sueldos y Beneficios</b>	<b>\$ 150.097</b>	
	<b>Proveedores de capital</b>	Accionistas	Proveedores de recursos financieros
		<b>\$ 7.802</b>	<b>\$ 5.327</b>
	<b>Estado de Chile</b>	Impuestos	<b>\$ 5.322</b>
	<b>Aportes a la comunidad</b>	Programas en salud, belleza, campañas y donaciones	
			<b>\$ 65</b>



Los aportes recibidos del Estado fueron \$ 1.110.100.000 y corresponden a la franquicia tributaria que incentiva la capacitación.

Expertos  
en salud y  
bienestar  
Verse y  
sentirse  
bien

# CÓMO GESTIONAMOS NUESTROS IMPACTOS

Experiencia Cliente e Innovación • Acceso a Medicamentos y a Mejor Salud • Seguridad de los Productos y Cumplimiento Sanitario • Bienestar y Desarrollo de las Personas • Inclusión y Diversidad • Salud, Seguridad y Relaciones Laborales • Desarrollo de Proveedores • Vinculación con la Comunidad • Gestión Ambiental



# Experiencia Cliente e Innovación

En 2022, aumentamos de manera significativa los niveles de NPS de nuestros canales de e-commerce.

Hace más de una década, Empresas SB tomó la decisión de marcar diferencias en el mercado a partir de una sólida y reconocible cultura centrada en el cliente. Con focos como la eliminación de las fricciones y la reducción del gasto de bolsillo, la experiencia del cliente es en la actualidad el pilar del negocio de sus dos principales filiales y determina cada uno de los programas e iniciativas comerciales de la compañía.



# Experiencia Cliente en Salcobrand

En 2022, continuamos consolidando el Modelo de Gestión de Experiencia Clientes de Salcobrand y mejorando los indicadores de NPS, especialmente con el uso de la data que nos aportan estas mismas mediciones.

En esta línea, podemos destacar los siguientes hitos:

» Desarrollo de un modelo de Machine Learning a partir de la voz del cliente, junto con avanzar en el sistema Close The Loop para gestionar de manera ágil soluciones para el cliente.

En 2022, continuamos mejorando nuestros indicadores NPS, especialmente con el uso de la data que nos aportan estas mismas mediciones.

- » Para seguir potenciando la experiencia de los clientes, se modificó y reforzó el Protocolo de Atención en las farmacias.
- » Se potenció el foco de omnicanalidad para entregar la mejor experiencia en cada punto de contacto.
- » El servicio de venta online con “retiro en tienda” terminó 2022 con una mejora de más de 5 pp en NPS respecto del año anterior, llegando a 70,4%.
- » En “venta telefónica” realizamos cambios en el modelo de operación para entregar una mejor experiencia y cumplir la promesa de entrega de tres horas.
- » Con descuentos progresivos, los mejores beneficios vigentes y nuevas funcionalidades, nuestro programa Mi Salcobrand cerró el año con 9,1 pp más de NPS respecto de los clientes que no utilizan el programa.
- » Gracias a la buena valoración que tienen los clientes sobre Mi Salcobrand, este programa fue reconocido por la Asociación de Experiencia Clientes (DEC) con el premio a la Mejor Iniciativa de Experiencia Clientes.



## Evolución de NPS en los distintos canales

En las farmacias aumentamos el NPS de 64,6% a 64,9% durante el último año. Y en e-commerce, elevamos nuestro indicador de 64,5% a 69%.

Este último resultado responde a las mejoras que aplicamos tanto en el sitio web como en los procesos de entrega, particularmente en la modalidad de retiro en tienda.

En cuanto a la venta telefónica, mejoramos en experiencia, pasando de 64,3% a 68,2%.



### Evolución NPS por canal



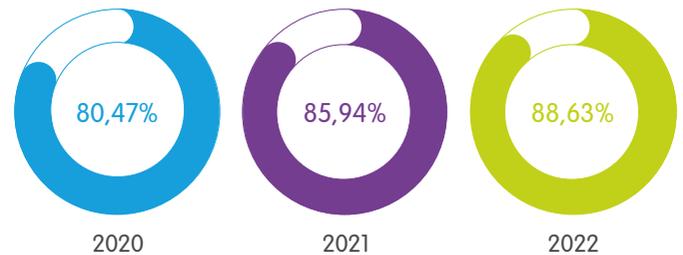
## Servicio al cliente

Nuestro servicio al cliente paulatinamente ha ido incorporando canales de atención para resolver las necesidades de nuestros clientes a través de una llamada o un contacto escrito por medio de chat, redes sociales o correo electrónico.

En materia de reclamos, consolidamos la tendencia a la baja con cambios en el modelo de gestión y operación, lo que incorporó, por ejemplo, automatización de flujos y trabajo colaborativo con las áreas involucradas en los principales motivos de contacto.

Durante el último año, bajamos en 38% el número de reclamos que recibimos a través de Sernac.

### Tasa de servicio





## Innovación para mejorar la experiencia

En 2022, recibimos 103 postulaciones en nuestra Tercera Convocatoria de Innovación Abierta.

Durante 2022, dimos continuidad a nuestro programa de innovación abierta Open Salcobrand, a través de la Tercera Convocatoria Anual que realizamos en conjunto con la UDD Ventures, aceleradora de negocios de la Universidad del Desarrollo.

Open Salcobrand busca abrir las puertas de Salcobrand para conectar con emprendedores que tengan soluciones o productos relacionados con el mundo de la salud y el bienestar.

En la convocatoria que realizamos en 2022, logramos atraer a un número importante de emprendedores y startups:

a) **Open Salcobrand Soluciones:** recibimos 46 postulaciones, de las cuales tres fueron seleccionadas. A todas ellas se les ofreció desarrollar un piloto en Salcobrand con cofinanciamiento. Estas son:

- » **Reite:** es un modelo de atención autónoma generado por Inteligencia Artificial, que funciona sin filas ni fricción.
- » **Ubiquity:** busca reducir los tiempos de espera, permitiendo al cliente solicitar turno de atención de forma remota.
- » **Arblu:** se propone aumentar la adherencia a los tratamientos farmacológicos de pacientes crónicos y personas mayores.

b) **Open Salcobrand Productos:** recibimos 57 postulaciones, de las cuales seleccionamos diez. Todas ellas recibieron como premio la opción de comercializar sus productos durante tres meses en [www.salcobrand.cl](http://www.salcobrand.cl).





## Principales indicadores de la gestión en innovación en 2022

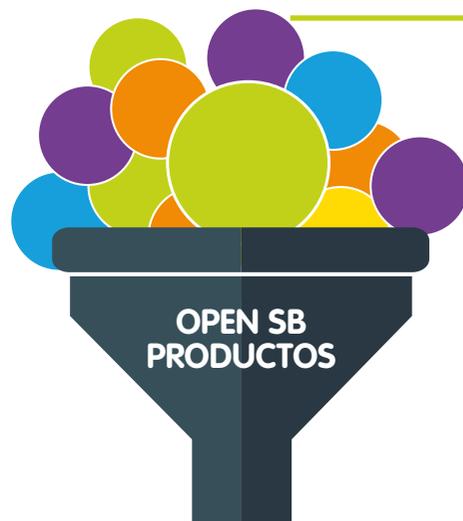
46

Número de emprendedores para convocatoria Open SB Soluciones



57

Número de postulaciones para Open SB Productos



3

Número de seleccionados para ejecución Open SB Soluciones



10

Número de seleccionados para ejecución Open SB Productos



# Experiencia Cliente en Preunic

Durante 2022, la prioridad de Preunic en materia de experiencia fue consolidar la compra online y simplificar el viaje del cliente en nuestras tiendas. En el mundo presencial, esto significó poner foco en la atención y el proceso de asesoría. Esta labor nos permitió cerrar el año con un aumento de 1,3 puntos porcentuales en la satisfacción neta de amabilidad.

A nivel de estrategia omnicanal, destaca también el aumento de 24 pp que experimentó el NPS de nuestros canales digitales, como consecuencia de múltiples mejoras de experiencia de usuario, apoyadas por desarrollos tecnológicos, mayor disponibilidad del mix de productos, integración de nuevos courier y la consolidación de las modalidades de retiro en tienda, nuevas estrategias de operación para despacho a domicilio y permeabilidad en los puntos de preparación de compra.

Otros avances de la gestión de experiencia en Preunic durante 2022 fueron:

- » Robustecimos nuestra propuesta de valor de productos Cruelty Free, veganos y orgánicos. Al cierre de año contábamos con más de 20 marcas reconocidas en estas líneas.
- » Renovamos el 100% de nuestras tiendas a lo largo del país, con la nueva imagen de marca y una navegación simple y fluida, buscando entregar belleza en cada detalle. Hoy, todas las tiendas ofrecen una experiencia de compra limpia, ordenada y moderna, con mayores elementos de experiencia sensorial, espacios definidos para cada categoría y góndolas más asequibles para todos nuestros clientes. Este cambio nos permitió acercarnos a nuevos consumidores y aumentar al 40% los clientes con menos de 35 años, uno de los principales propósitos de este cambio estratégico.
- » Trabajamos de manera focalizada con los jefes zonales para mejorar la experiencia en los puntos de venta. Con este fin creamos tips de buena atención con bajadas y feedback constantes a los equipos sobre la importancia de abordar al cliente, generando una atención consciente y empática, y dándole vida a nuestra propuesta de marca.



- » Como parte de nuestra estrategia omnicanal, desarrollamos la app de Preunic, porque queremos estar donde nuestros clientes estén, y al alcance de su mano. Desde su lanzamiento, en noviembre, hasta el cierre de año, la app sumó más de 12.000 descargas, el 50% de las cuales se concentró en clientes menores de 40 años.
- » Lanzamos el programa de fidelización Mi Preunic, con más de 700 productos con descuentos especiales y una parrilla de beneficios que refleja fuertemente uno de nuestros compromisos de marca: conveniencia ampliada. El programa Mi Preunic hoy cuenta con los siguientes niveles: Lovers, Fans y Friends, con beneficios que se determinan por el tipo de relación y cercanía con Preunic. En dos meses registramos más de 30.000 inscritos en Mi Preunic, una cifra muy por sobre las expectativas.



Renovamos el 100% de nuestras tiendas a lo largo del país, con la nueva imagen de marca y una navegación simple y fluida, buscando entregar belleza en cada detalle.

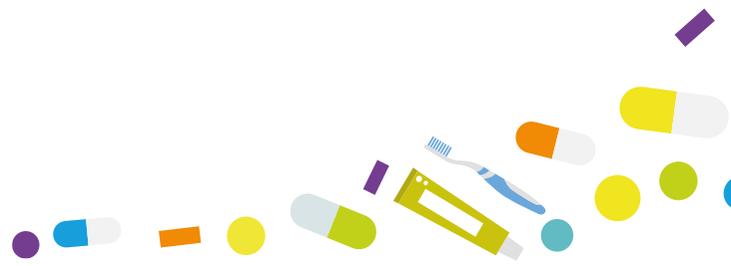
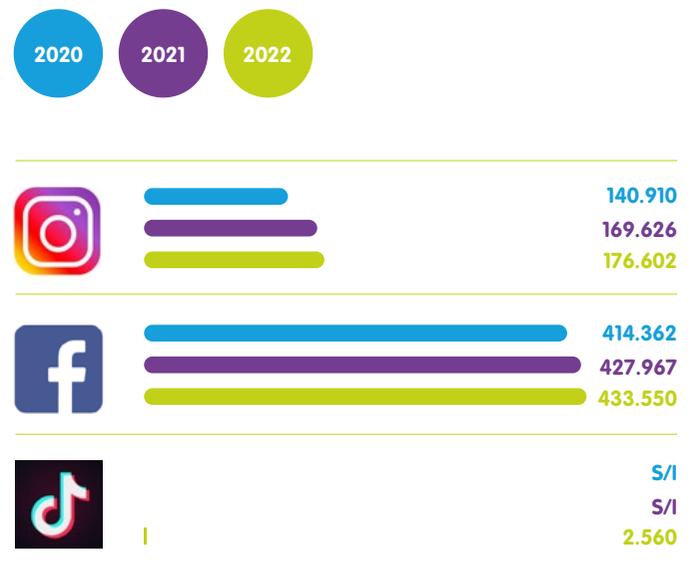
## Evolución de NPS

Respecto de los resultados de la recomendación del cliente tras su experiencia de compra, Preunic continúa siendo líder del canal, manteniendo una alta recomendación y duplicando la cantidad de respuestas respecto al año anterior. El principal logro en este ámbito fue haber cerrado el año 2022 con un aumento de 24 pp en el NPS del canal e-commerce.

Este resultado fue consecuencia de innovaciones como la geolocalización desde el sitio web para ofrecer el mejor mix de acuerdo con la ubicación del cliente, la incorporación de nuevos partners logísticos, promociones atractivas y un proceso de check-out en un clic.

A estas reformas se agrega la ampliación en el número de tiendas con la modalidad de retiro y una disminución importante en los tiempos de despacho.

### Usuarios en redes sociales (a diciembre de cada año)

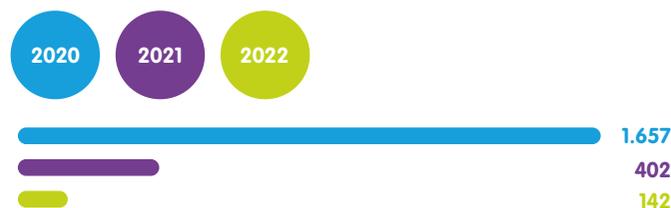


## Reclamos

En este ámbito, el mayor avance de la cadena fue la reducción significativa que registró en el número de reclamos Sernac y la disminución a la mitad de los reclamos generales. Esto obedeció al trabajo que impulsamos para atacar los problemas raíces y a la incorporación de nueva tecnología CRM Service Cloud de Salesforce.

Por ejemplo, considerando que el 60% de los llamados al Call Center tiene relación con los procesos de compra por Internet, profundizamos el cumplimiento de las promesas, nos anticipamos y mejoramos los sistemas de autoconsulta. En la misma línea, incorporamos el sistema Service Cloud, que nos permitió centralizar los canales y contar con mayor trazabilidad, permitiéndonos disminuir los SLA (tiempos de resolución), ser más consistentes en los tiempos de respuesta y adelantarnos en las resolución de consultas y requerimientos.

### Reclamos recibidos a través de Sernac



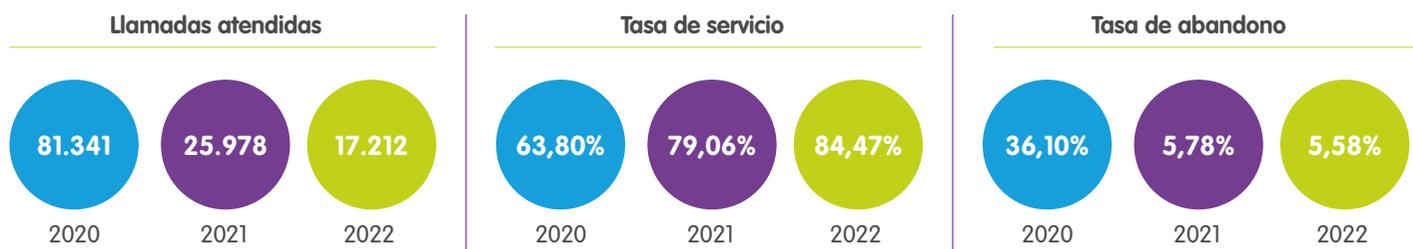
Para reducir los reclamos en Preunic, profundizamos el cumplimiento de las promesas y mejoramos los sistemas de autoconsulta.

### Clientes de Preunic atendidos por redes sociales (\*)



\* Medido por tickets generados

### Llamadas atendidas a través del Servicio de Atención a Clientes (SAC)



# Acceso a Medicamentos y a Mejor Salud

Salcobrand se ha propuesto como objetivos estratégicos bajar el gasto de bolsillo y promover la adherencia de las personas a sus tratamientos.

Uno de los debates más recurrentes de la agenda país de la última década es el del precio de los medicamentos. Frente a esta discusión, Salcobrand siempre ha manifestado su disposición a colaborar con la autoridad en toda iniciativa orientada a reducir el costo de los fármacos, sin dejar de plantear la posibilidad de que, como cadena, pueda adquirir productos al mismo precio que las instituciones públicas para ofrecerlos a los clientes a precios accesibles.

Con todo, y más allá de los avances que se han alcanzado en esta dirección, esta filial ha generado en estos años una serie de políticas, procedimientos e iniciativas que apuntan a ampliar las posibilidades de elección de las personas en los puntos de venta y a establecer límites en los reajustes de los remedios.



Como parte de la definición de sus nuevas estrategias comerciales y de la declaración de su rol social, desde 2021, además, Salcobrand ha incorporado como objetivos prioritarios trabajar en la reducción del gasto de bolsillo de las personas y aportar a su salud promoviendo su adherencia a los tratamientos.

En las siguientes páginas, detallamos algunos de los programas que la compañía ha venido impulsando para avanzar en estos propósitos.



## Programas para Reducir el Gasto de Bolsillo

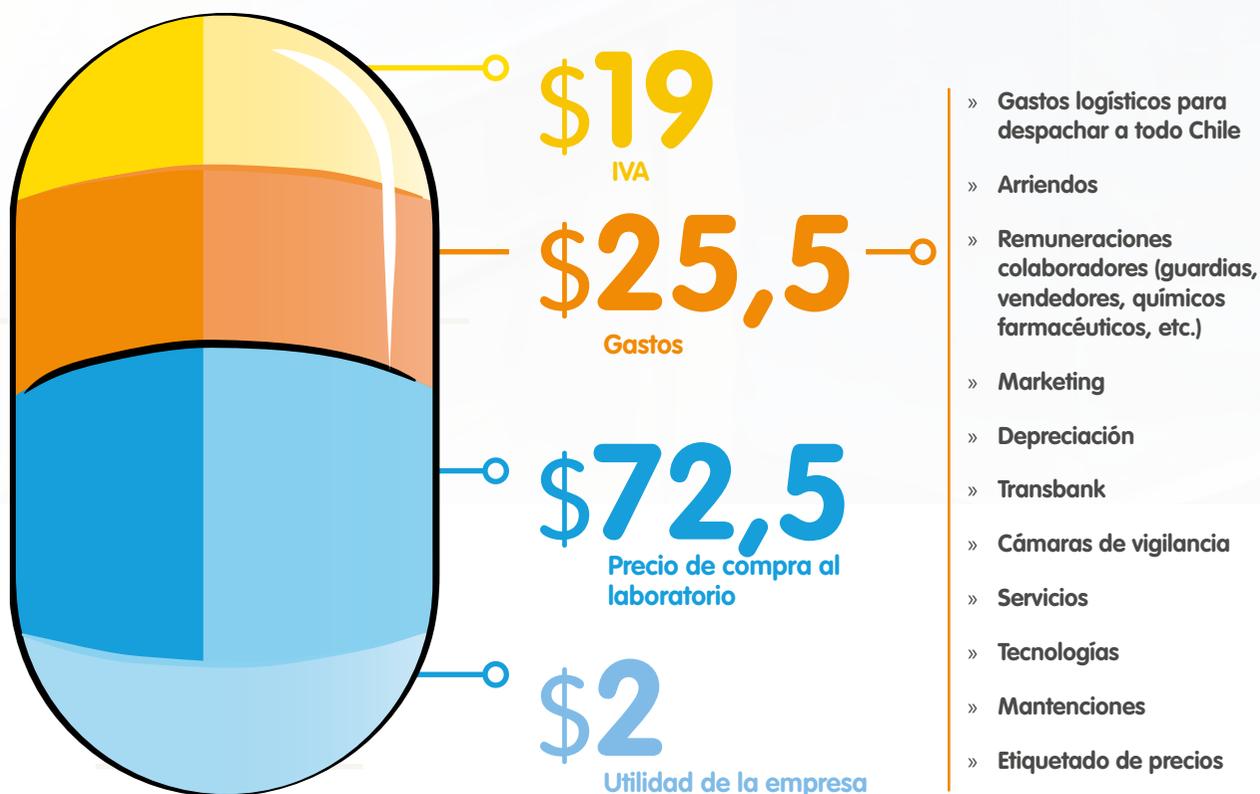
- **Prestador Fonasa:** en 2019, Salcobrand se adjudicó el convenio como prestador Fonasa en 11 regiones de Chile, y desde enero 2023 -al eliminarse la exclusividad geográfica- amplió el convenio a sus más de 400 locales distribuidos en todo el territorio nacional. De este modo, Salcobrand se convierte en la primera farmacia en suscribir el convenio Fonasa en todo el país. Esto permitirá que más de 15 millones de personas beneficiarias puedan acceder a precios preferenciales y descuentos en un listado que incluye cerca de 1.700 medicamentos, que cubren las principales patologías crónicas, como diabetes, hipertensión, salud mental, colesterol, tiroides, analgésicos, antiasmáticos, además de 600 productos de consumo de las categorías dermocosmética, belleza y cuidado personal, entre otras. En esta oportunidad, el convenio considera también 206 vitaminas y suplementos, y una mayor variedad de anticonceptivos sujetos a precios preferenciales.

- **Cenabast:** el 8 de enero de 2020 se publicó la Ley N° 21.198, que entrega a la Central de Abastecimiento (CENABAST) la facultad de abastecer de medicamentos a las farmacias privadas y organizaciones sin fines de lucro, estableciendo un precio máximo de venta al público para estos productos, de modo de asegurar que la población pague por ellos un precio justo. Salcobrand siempre se ha manifestado disponible para sumarse al convenio en el momento que Cenabast lo permita. En 2022 se concretó con dicho organismo la venta del test de antígenos a precio rebajado en todo el país.
- **Convenios con Isapres:** Salcobrand actualmente mantiene convenios con las isapres Banmédica, Colmena, Consalud, Cruz Blanca y Vida Tres, lo que permitió el acceso a descuentos exclusivos a 3.000.000 de personas en medicamentos y productos de consumo durante 2022.
- **Botiquín de Las Condes:** desde 2017 Salcobrand mantiene con la Municipalidad de Las Condes una iniciativa pionera en su tipo que considera una canasta de medicamentos, de primera necesidad, a precios más bajos, permitiendo el acceso de los vecinos. Para acceder a este beneficio, las personas deben presentar su receta, su tarjeta de vecino y carné de identidad en cualquier farmacia Salcobrand de esa comuna. En 2022, el Botiquín de Las Condes contempló un universo de 1.364 medicamentos con descuentos exclusivos desde un 4% a un 92%, cuyo acceso favoreció a un total de 43.523 clientes.



## Estructura de precios de los medicamentos en Salcobrand

Por cada \$119 que un cliente paga por un medicamento, los costos se distribuyen de la siguiente manera:



# Adherencia a Tratamientos

Mi Salcobrand es el programa de fidelización de Salcobrand. Su objetivo es fomentar la adherencia a tratamientos médicos a través de descuentos progresivos en más de 1.000 medicamentos y productos de uso recurrente.

Mi Salcobrand busca generar un impacto positivo en los clientes, facilitando el acceso a sus tratamientos médicos y disminuyendo el gasto de bolsillo, lo que contribuye a mejorar la salud de las personas impulsando la adherencia.

Los clientes pueden inscribirse en simples pasos a través de la app de Salcobrand, en Salcobrand.cl y en todos los locales de la cadena.

Y para obtener los beneficios, sólo deben generar el Código Mi Salcobrand en la app y comprar sus productos en cualquiera de los canales de Salcobrand.

Los beneficios que entrega el programa son los siguientes:

- » En la primera compra, opera el descuento normal del cliente en Salcobrand.
- » En la segunda unidad del producto Mi Salcobrand, el cliente obtiene 20% de descuento.
- » En la tercera unidad, 30% de descuento.
- » Desde la 4° a la 12° unidad, 40% de descuento.

Adicionalmente, si los clientes pagan con SBPay Visa, acceden a un descuento adicional en cada compra.

Durante 2022, Mi Salcobrand alcanzó más de 1.020.000 clientes inscritos y un NPS 9,1 puntos porcentuales superior al de los clientes que no usan el programa.

Entre los desafíos del programa está seguir creciendo mediante nuevas incorporaciones de medicamentos, mejorar aún más su NPS y seguir promoviendo sus ventajas a través de campañas comunicacionales en medios masivos, digitales y de marketing relacional.

Durante 2022, Mi Salcobrand alcanzó más de 1.020.000 clientes inscritos y un NPS 9,1 puntos porcentuales superior al de los clientes que no usan el programa.



## Premios obtenidos por Mi Salcobrand en 2022



### Effie de Plata

Categoría Programas de Fidelización



### Premio Customer Experience de Innovación,

otorgado por Brinca



### Premio DEC Bronce

Categoría Mejor Estrategia en Experiencia de Clientes

# Atención para Todos

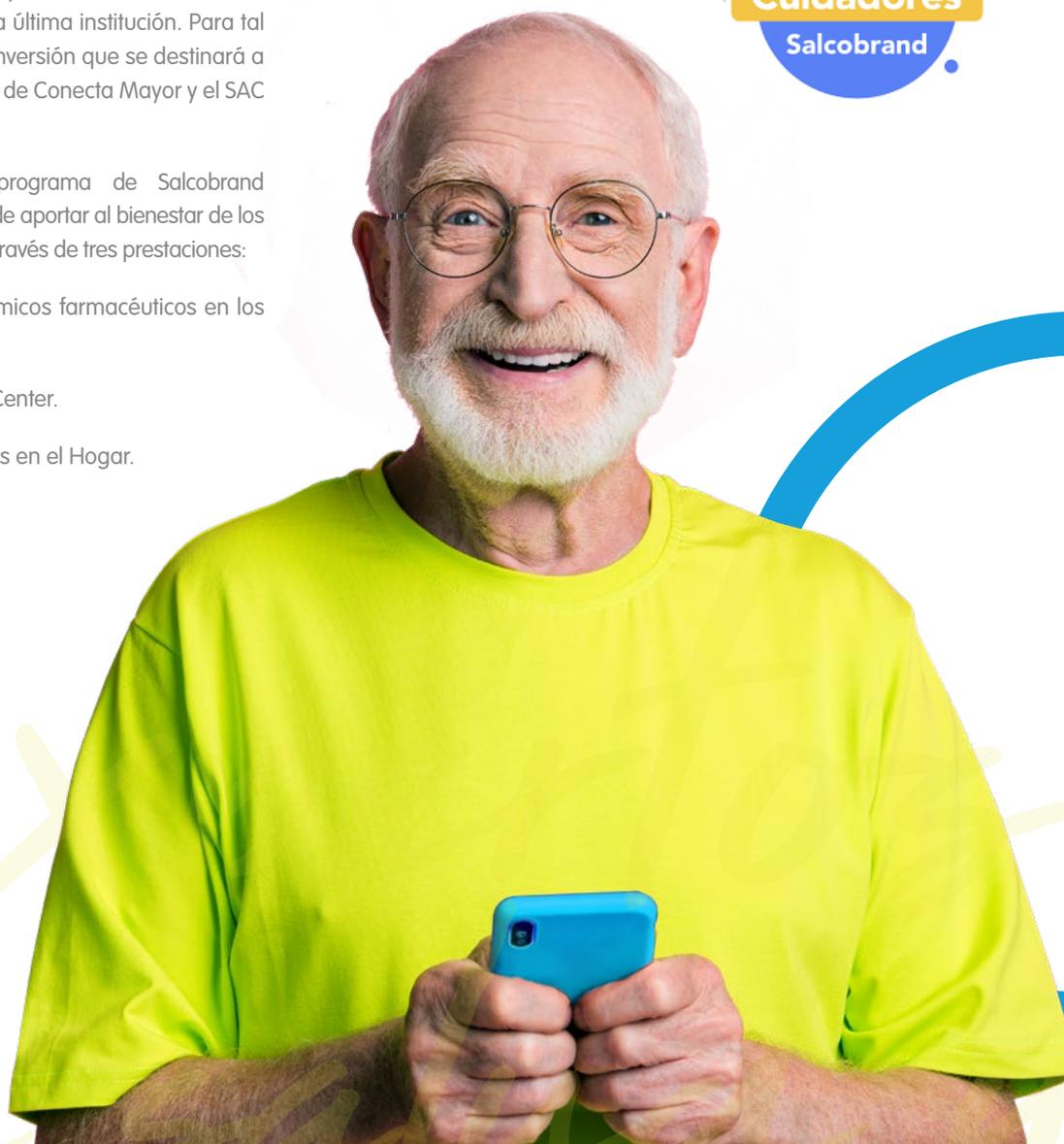
En sintonía con la mirada inclusiva de su gestión, y como una manera de facilitar el acceso de la población a medicamentos y servicios de apoyo en salud, la compañía también está ampliando el alcance de sus programas a través de acciones especialmente dirigidas a grupos vulnerables. Entre ellas destaca el proyecto “Cuidadores Salcobrand”, una de las 18 iniciativas que conforman el Plan de Sostenibilidad de Empresas SB.

Conecta Mayor, por su parte, es una fundación de la Pontificia Universidad Católica de Chile, orientada a la promoción de la integración social y el legado de las personas mayores en nuestro país, especialmente de aquellas de escasos recursos, a través de la planificación e implementación de programas de acción e intervención, así como de la realización de estudios, cursos de capacitación y esfuerzos de divulgación.

- **Cuidadores Salcobrand:** Este programa busca incorporar el canal telefónico 600 360 6000 (opción 6) de Cuidadores Salcobrand al servicio de atención de Conecta Mayor, para aportar al mejoramiento de la salud y el bienestar de las 80 mil personas mayores que atiende esta última institución. Para tal efecto, el proyecto contempla una inversión que se destinará a la integración tecnológica del portal de Conecta Mayor y el SAC de Salcobrand.

Cuidadores Salcobrand es un programa de Salcobrand desarrollado en 2021 con el objetivo de aportar al bienestar de los adultos mayores y sus cuidadores a través de tres prestaciones:

- a) Asesoría preferencial de los químicos farmacéuticos en los locales de venta.
- b) Prioridad de atención en el Call Center.
- c) Servicio de Alerta de Emergencias en el Hogar.



# Seguridad de los Productos



La labor de Cumplimiento Sanitario y la gestión técnica de nuestros establecimientos nos permitió en 2022 reducir de manera significativa nuestros riesgos.

Considerando el nivel de impacto que supone para la salud y la seguridad de las personas la venta de medicamentos, dispositivos médicos, alimentos y productos de belleza, Empresas SB asigna una importancia estratégica a la labor de Cumplimiento Sanitario y gestión técnica de sus establecimientos críticos.

Como resultado del trabajo que han desplegado durante los últimos años las áreas a cargo de estas funciones, en 2022 la compañía logró importantes avances en materias relacionadas con la gestión y el Cumplimiento Sanitario.

# Cumplimiento Sanitario

En Empresas SB, el Área de Cumplimiento Sanitario forma parte de la Segunda Línea de Defensa del Gobierno Corporativo y desarrolla su actividad de control en torno a cuatro pilares de acción: Dirigir, Prevenir, Detectar y Reportar.

Esta función de supervisión la realiza para velar por el cumplimiento de la normativa aplicable a cada uno de los tipos de establecimiento y canales de venta con que cuenta la compañía.

En 2022, la gestión anual de esta área estuvo especialmente enfocada al esfuerzo en el cumplimiento normativo de los locales de venta, droguerías (SB y Medcell), Recetario Magistral, bodegas de alimentos, bodegas de cosméticos importados, envasadora de alimentos y las plataformas de venta de comercio electrónico de medicamentos. Como resultado de esta labor, durante el período se supervisó el 85% de los locales de venta en el país y el 100% de los centros de distribución, con procesos de revisión y acompañamiento que involucraron la generación de informes técnicos para cada una de las visitas de supervisión realizadas.

En este contexto, algunos de los hitos anuales del área de Cumplimiento Sanitario fueron los siguientes:

- **Canales de venta para el comercio electrónico de medicamentos:** durante los últimos años, las ventas a través de Internet han experimentado grandes alzas a nivel global y local. Una de las categorías desarrolladas en este tipo de comercio es la venta de medicamentos a través de la página web y otros medios electrónicos. La autoridad sanitaria definió los requisitos normativos mediante el Decreto Supremo N° 466 Reglamento de Farmacias, Droguerías, Almacenes Farmacéuticos, Botiquines y Depósitos Autorizados y la Guía Técnica para el Expendio de Medicamentos por Medios Electrónicos, los cuales fueron supervisados de forma continua para la página web de Salcobrand y sus plataformas de venta asociadas, con el fin de contribuir a la detección de los incumplimientos normativos e informarlos a la Primera Línea de Defensa.

En este contexto y dada la importancia que tiene el canal de ventas, durante las visitas de supervisión a locales de SB también se abordó este tema con el fin de capacitar a los colaboradores e identificar las principales brechas que existen en este ámbito.



## Establecimientos y puntos de venta de Empresas SB que deben cumplir con normativa sanitaria

**Droguería**

**Farmacias**

**Bodegas de almacenamiento de cosméticos importados**

**Envasadoras de alimentos**

**Bodegas de alimentos**

**Locales comerciales que venden cosméticos, entre otros productos**

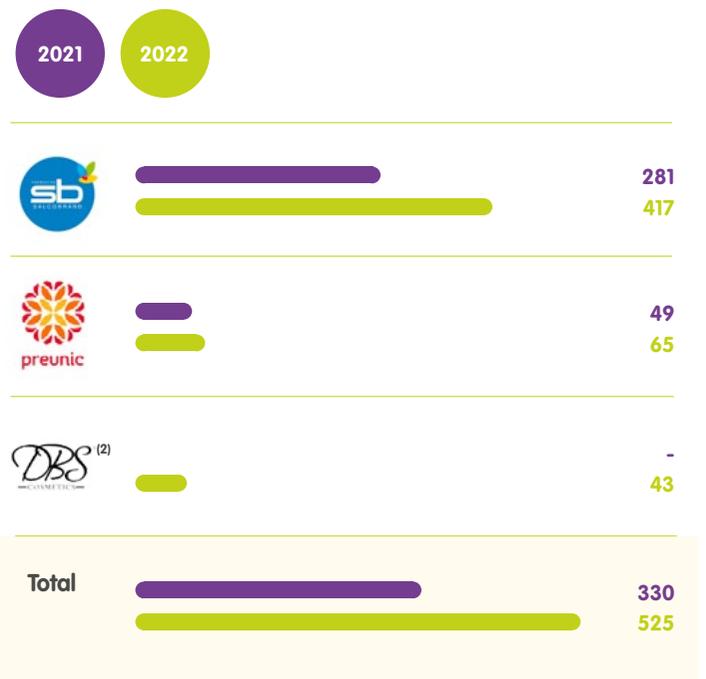
**Recetario Magistral**



- Visitas de supervisión:** en 2022 sumamos un total de 525 visitas de supervisión a locales de Empresas SB, entre los cuales incluimos por primera vez los locales de venta de DBS. Esta cifra representa 159 visitas más que el año anterior. En la supervisión a las droguerías, Recetario Magistral y los centros de distribución, se incluyeron en las pautas de chequeo los ítems relacionados con el Decreto Supremo N° 43 Reglamento de Almacenamiento de Sustancias Peligrosas y el Decreto Supremo N° 148 Reglamento Sanitario sobre Manejo de Residuos Peligrosos, lo que nos permitió detectar las principales brechas en estos requisitos y establecer un plan de trabajo para cada uno de ellos.
- Sumarios sanitarios:** un sumario sanitario es un procedimiento administrativo especial en virtud del cual la autoridad sanitaria, haciendo uso de su potestad fiscalizadora, investiga y constata hechos que puedan configurar infracción a la normativa sanitaria. En 2022, de las 169 fiscalizaciones realizadas por la autoridad, 54 derivaron en sumarios sanitarios. En el año 2021, por su parte, de las 255 fiscalizaciones efectuadas, 95 se tradujeron en sumarios sanitarios.

La disminución registrada durante 2022 en el número de sumarios sanitarios fue el resultado del incremento de las visitas de supervisión a los locales, que aumentaron de 330 en 2021 a 525 en el último período.

### Número de fiscalizaciones internas <sup>(1)</sup>



(1) Fuente: Área de Cumplimiento Sanitario.

(2) Incluye Make Up (MU) y Prismology.

**Cantidad de casos de incumplimiento de la normativa o códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad**

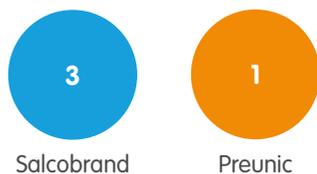
**Casos de incumplimiento de la normativa que den lugar a multas o sanciones<sup>1</sup>**



**Casos de incumplimiento de la normativa que den lugar a una advertencia<sup>2</sup>**



**Casos de incumplimiento de la normativa que den lugar a una amonestación<sup>3</sup>**



(1) Resoluciones de sumarios sanitarios derivados de fiscalizaciones de 2020, 2021 y 2022. Fuente: Portal Seremi en Línea.

(2) Fiscalizaciones en 2022 que derivan en observaciones. Fuente: Registros Fiscalía.

(3) Resoluciones de sumarios sanitarios derivados de fiscalizaciones de 2020, 2021 y 2022. Fuente: Registros de Fiscalía.

- **Capacitación:** durante el año, el área de Cumplimiento Sanitario y la Gerencia de Personas elaboraron y cargaron en la plataforma de formación de la compañía cursos específicos sobre cumplimiento sanitario. Considerando estos e-learning y los talleres especiales dictados en torno a estas materias, tanto en Salcobrand como Preunic, en 2022, las capacitaciones en este ámbito se elevaron a 1.192.

Capacitación	Grupo de interés	Cantidad
Aspectos regulatorios y clasificación de alimentos	Colaboradores de locales SB y PU	297
Buenas prácticas de dispensación	QF y auxiliares de farmacia	108
Comercio electrónico de medicamentos	QF SB, DT Droguería, Fiscalía, subgerente de Canales Digitales	159
Dispensación de receta electrónica Recemed	QF y auxiliares de farmacia	108
Dispensación de recetas electrónicas	QF y auxiliares de farmacia	128
Fraccionamiento de medicamentos	QF Salcobrand	73
Notificación en línea y habilitación de usuarios en plataformas del Minsal	QF Salcobrand	93
Cumplimiento normativo	Nuevos líderes sanitarios, subgerente de Canales Digitales	5
Cómo enfrentar una fiscalización COVID-19	Jefes de tienda PU	221
<b>Total</b>		<b>1.192</b>



## Otros avances en Cumplimiento Sanitario

- **Se elaboró un Procedimiento de Buenas Prácticas de Dispensación para todos los colaboradores de los locales:** tal como lo define la autoridad, el proceso de dispensar medicamentos es el conjunto de actividades que se llevan a cabo en el servicio de farmacia con el objetivo de contribuir a recuperar la salud de los pacientes, entregando los medicamentos indicados por el profesional. En Salcobrand, los colaboradores deben cursar una capacitación sobre buenas prácticas de dispensación. A pesar de ello, en 2022 se detectó la necesidad de reforzar estos conocimientos. Esta es la razón por la cual se generó la Estrategia de Prevención de Errores de Dispensación, que indica, entre otros aspectos, cómo se debe realizar este proceso, sus etapas y las responsabilidades involucradas. Este nuevo documento se está difundiendo en el marco de una campaña que tiene por finalidad destacar la relevancia de las farmacias como centros de salud y hacer conscientes a los colaboradores de la importancia de su rol. En 2023, el desafío es seguir profundizando en esta Estrategia de Prevención de Errores de Dispensación.
- **Apoyamos a la autoridad en su plan piloto para regular las recetas electrónicas:** a nivel interno, trabajamos en un proyecto que nos permitirá integrar nuestro e-commerce a la plataforma que desarrolló el Minsal, que actúa como repositorio de las recetas electrónicas, lo que permitirá verificar estos documentos de manera automática.
- **Convenio con Cenabast:** Salcobrand firma convenio con Cenabast, lo que le permite formar parte de las farmacias adheridas a este organismo. Este convenio hizo posible disponibilizar a los pacientes el Test de Antígenos en nuestras farmacias y contribuir con la trazabilidad de los casos positivos, debido a que cada uno de los test tiene un folio que se asocia al paciente a través de una plataforma del Minsal. Esta labor es realizada por los químicos farmacéuticos que se desempeñan en los locales de la cadena, contribuyendo así a la salud de las personas.



# Gestión Técnica de la Droguería

Esta labor está a cargo de la Dirección Técnica de Salcobrand, unidad que tiene como objetivo específico “ser garante de que todas las normas sanitarias dictadas por el Instituto de Salud Pública y el Ministerio de Salud se cumplan en el Centro de Distribución de esta filial, para así mantener siempre la condición de máxima calidad de los medicamentos”. Esta responsabilidad implica:

- » Asegurar que, mientras esté en la droguería, el producto farmacéutico mantenga la misma calidad con la que fue entregado desde los establecimientos autorizados con los cuales se vincula Empresas SB.
- » Garantizar que los productos sean distribuidos a los locales comerciales autorizados por el sistema de salud, lo que significa velar por la trazabilidad del medicamento en sus etapas de recepción, almacenamiento, preparación del pedido, despacho y distribución.

## En 2022, monitoreamos la temperatura de los trayectos de la flota de transporte para identificar espacios de mejora en este servicio.

Conformada por un equipo de cinco químicos farmacéuticos más un supervisor técnico, para todos estos procesos, la Dirección Técnica debe asegurar el cumplimiento de normativas como los Decretos Supremos 466, 147 y 208, además de regulaciones específicas para alimentos y productos veterinarios. A estos marcos se suman los Decretos Supremos 3, 404 y 405, relacionados con psicotrópicos y estupefacientes, y una normativa especial para etiquetas de sustancias peligrosas.

En el contexto de estas funciones, algunos de los hitos que marcaron la gestión 2022 de esta unidad fueron:

- » Actualizó el sistema de gestión de calidad, al incrementar en el año de 27 a 167 el número de documentos o procedimientos. Esto significó crear un nuevo registro documental.
- » La capacitación del personal en la Norma Técnica 147 llegó al 100%. Lo mismo ocurrió con los equipos cubiertos por la Norma Técnica 208, referida a productos refrigerados.
- » Se realizaron mapeos térmicos en invierno y verano con personal propio en todo el Centro de Distribución orientados a identificar los lugares en donde se concentran las mayores temperaturas dentro de esta instalación, para así establecer controles.
- » Se implementó un nuevo sistema que registra la temperatura durante el despacho de los productos refrigerados y que permitirá monitorear en línea todos los envíos. Cabe consignar que esta tarea se realizaba hasta ahora con un dispositivo que se instalaba dentro de cada caja, que el químico farmacéutico de la farmacia debía verificar a la llegada del despacho.

## Auditorías y no conformidades

En 2022, el Centro de Distribución de Salcobrand solo recibió una visita del ISP para controlar el cumplimiento de las normas en psicotrópicos y estupefacientes. Este control no levantó ninguna observación.

En la visita anual que realiza Contraloría Interna a estas instalaciones, por su parte, se levantaron 71 desviaciones, de las cuales al cierre de año solo se mantenían siete activas.

Como resultado de las autoinspecciones que efectúa anualmente la Dirección Técnica, en 2022 se detectaron 21 no conformidades, ninguna de ellas crítica.

- » Monitoreamos la temperatura de los trayectos de la flota de transporte para identificar espacios de mejora en este servicio entregado por empresas externas.
- » Se estandarizó el proceso de preparado del despacho en los contenedores para obtener los mismos resultados de temperatura. Además, se recalificaron las cámaras de frío, a partir del recambio de estos equipos.
- » Se elaboró una matriz de riesgo, que permitió identificar los riesgos normativos en el trabajo en la droguería. Esta información se utilizó como insumo para fortalecer o complementar los procedimientos.



## Cómo aborda la Dirección Técnica sus principales desafíos de cumplimiento

- **Involucramiento de los proveedores de transporte en los estándares de Empresas SB:** para asegurar el cumplimiento de los estándares corporativos y normativos por parte de los transportistas, en su proceso de ingreso como proveedor de Empresas SB, cada uno de ellos debe firmar un acuerdo de calidad, que contempla bases técnicas relacionadas con aspectos como el tipo de camión que deben usar y la preparación de su personal. Paralelamente, la compañía capacita a los supervisores de estas empresas, para que bajen estos contenidos a sus equipos. Posteriormente, les solicita los registros de estos cursos.
- **Seguimiento permanente de la capacitación de los nuevos ingresos:** la alta rotación de personal que se registra en el Centro de Distribución de Salcobrand obliga a la Dirección Técnica a hacer un seguimiento diario de la preparación que reciben los trabajadores que se incorporan a la compañía.
- **Impacto del cambio climático en el aseguramiento de las condiciones de temperatura de los productos:** el aumento progresivo de las temperaturas que se ha registrado en Santiago durante los últimos años está haciendo cada vez más compleja la tarea de mantener las condiciones de frío de los medicamentos. Para hacer frente a esta situación, la Dirección Técnica de Salcobrand realiza permanentemente pruebas y ajustes orientados a garantizar las condiciones de almacenamiento y distribución requeridas por la norma. En esa línea, durante 2022, se probaron coolers de distinta materialidad y un sistema para mover las masas de aire caliente que se generan en algunos puntos del Centro de Distribución, consistente en la apertura de andenes durante la noche que permiten el ingreso de aire frío y de esa manera mejoran las condiciones al inicio de la jornada.

# Bienestar y Desarrollo de las Personas

Queremos mejorar la experiencia de los colaboradores especialmente en aquellos puntos en que se cruza con el viaje de los clientes.

En 2022, la Gerencia de Personas de Empresas SB reagrupó sus áreas en las siguientes gerencias principales: la Gerencia de Sostenibilidad y Comunicaciones; la Gerencia de Gestión de Personas (responsable de procesos como Reclutamiento y Selección, Prevención de Riesgos y Relaciones Laborales); la Gerencia de Experiencia Colaborador, la Subgerencia de Procesos y la Subgerencia de Proyectos Estratégicos.

A cargo de la gestión en Formación, Desarrollo Organizacional y Oferta de Valor, la Gerencia de Experiencia nace con el objetivo de robustecer la experiencia de los colaboradores en todos los puntos de su "viaje" en la compañía, y siempre sobre la base de sus propios intereses y motivaciones.

El foco prioritario que se le otorga al bienestar de las personas bajo esta nueva estructura responde al interés de la organización por mejorar las condiciones y preparación de sus colaboradores para atraer y retener talento, mejorar el clima interno y potenciar indicadores claves del negocio, como la fidelización de los clientes y los resultados de ventas.



# Viaje del Colaborador

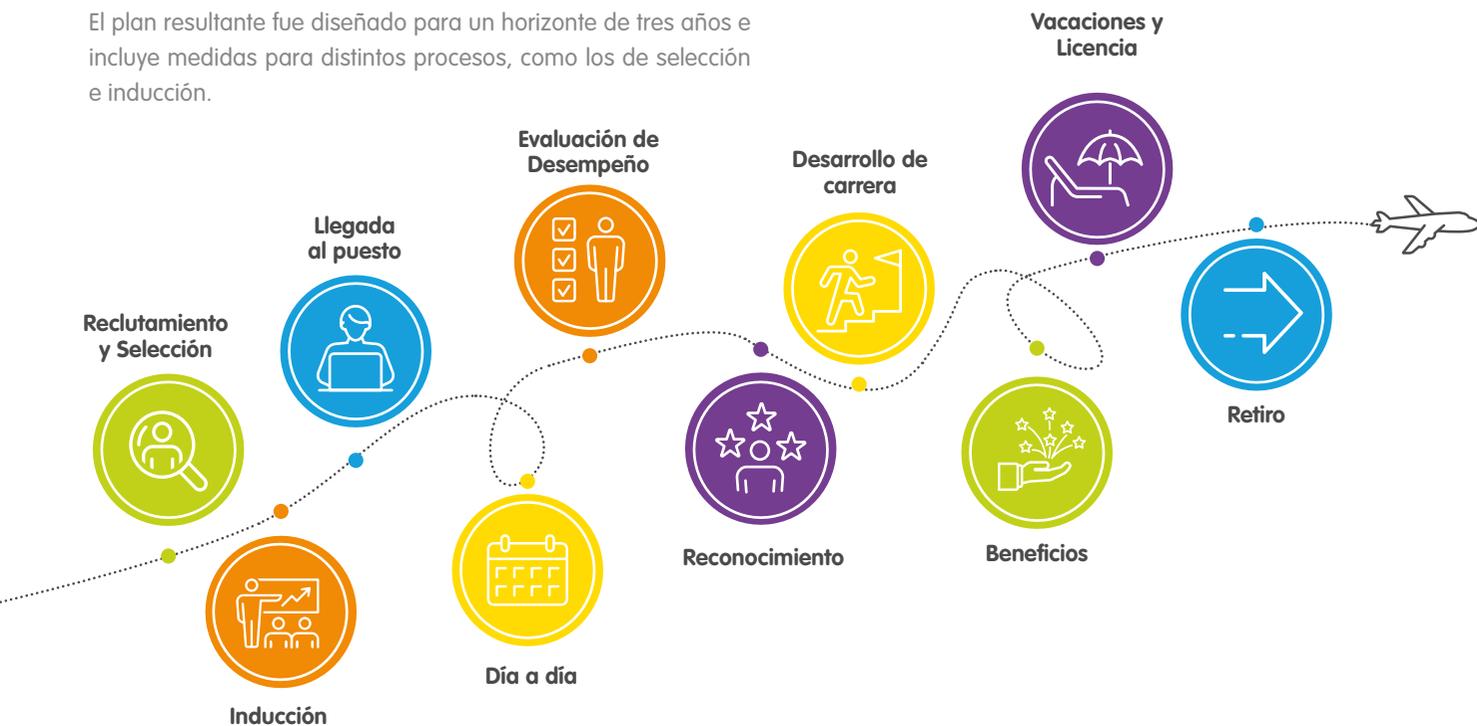
Luego de la elaboración en 2021 del Viaje del Colaborador, representación gráfica de los momentos más importantes que tiene un colaborador en su relación con su ciclo de vida laboral en Empresas SB, durante el último año, la Gerencia de Experiencia del Colaborador desarrolló un macroproyecto con cerca de 100 propuestas para abordar los “dolores” identificados en cada una de las 10 etapas de este ciclo.

Posteriormente, hizo confluír el Viaje del Colaborador con el Viaje del Cliente de los dos retailers: Salcobrand y Preunic, para identificar y hacer un “match” entre los “dolores” de ambos grupos, y priorizar, a partir de esta sintonía, las iniciativas a desarrollar.

El plan resultante fue diseñado para un horizonte de tres años e incluye medidas para distintos procesos, como los de selección e inducción.

Entre ellos, uno de los proyectos que se ejecutó antes del término de 2022 fue la actualización de los beneficios que reciben los equipos con su código único de descuento para Salcobrand, tomando como referencia los que se ofrecen a los clientes.

En la misma línea, y como parte del Plan de Sostenibilidad, también se está impulsando un proyecto que busca establecer un estándar mínimo para la infraestructura que utiliza el personal cada vez que se remodelen o se abran nuevos locales de Salcobrand y Preunic.



## ¿Qué hemos hecho hasta ahora?

 <p>Segmentamos a los colaboradores</p>	 <p>Construimos el viaje colaborador</p>	 <p>Trabajamos colaborativamente</p>	 <p>Contrastamos los viajes del Colaborador y del Cliente, y definimos puntos de encuentro</p>	 <p>Identificamos dolores y priorizamos acciones para cada etapa</p>
--	---	---	--	---

# Liderazgo

En 2022, además de la Academia de Líderes, desarrollamos un plan de capacitación especial para los jefes zonales de Salcobrand.

Como parte de la labor de Desarrollo Organizacional, durante 2022 continuamos reforzando nuestro modelo de liderazgo a través de la Academia de Líderes.

En total, a lo largo de todo el período, completaron el Foro 1 de este programa 172 líderes, 125 de los cuales fueron químicos farmacéuticos. Desde su creación, a través de esta instancia han sido capacitados 1.388 líderes.



## FORO 1 (desde 2014)



En materia de liderazgo, otra iniciativa destacada del año fue el plan de desarrollo para jefes zonales de Salcobrand "Liderar para transformar", un proyecto cuyo objetivo es volver al propósito, desarrollarlos como personas para ser mejores profesionales y alinearlos para lograr una sinergia que impacte en el clima y los resultados. Este plan involucró a 20 jefes zonales que tienen a cargo los locales de Salcobrand a lo largo de todo Chile y tuvo como finalidades específicas:

» Generar alineación estratégica de roles entre el jefe zonal comercial y operacional para el logro de resultados.

- » Establecer una sinergia clara en la toma de decisiones para generar un complemento en los roles.
- » Desarrollar competencias en los jefes zonales que les permitan establecer dinámicas de vínculo y gestión, impactando en el clima y los resultados.
- » La iniciativa contempló cuatro etapas de ejecución y se extenderá hasta 2023.

# Reconocimiento

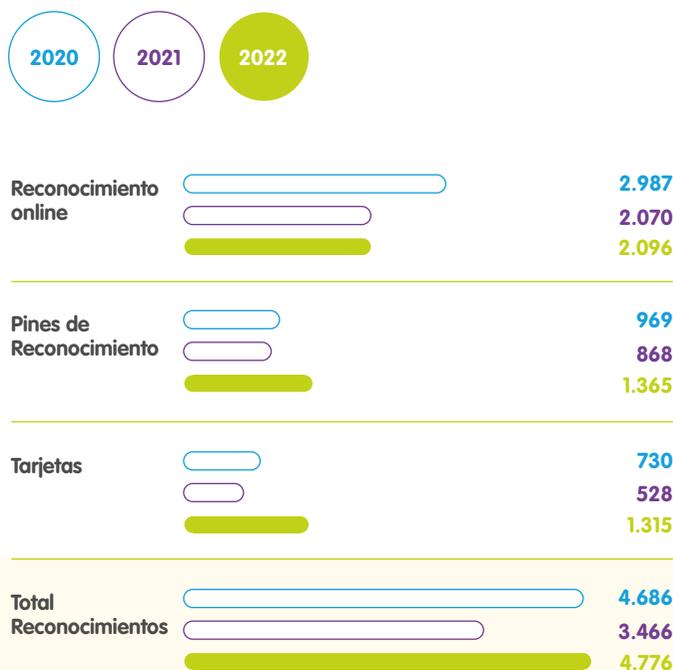
Durante el último año, aumentamos en 37,7% el número de reconocimientos entregados en comparación con 2021.

En 2022, además de continuar desarrollando nuestro Programa de Reconocimiento, comenzamos a trabajar en la actualización del Portal a través del cual las personas pueden reconocer a sus pares, un proyecto que estará operativo para mediados de 2023.

En el contexto de la gestión habitual en esta materia, un hecho destacado de 2022 fue la organización de la ceremonia anual de reconocimiento en formato presencial, después de dos versiones telemáticas, por la pandemia.

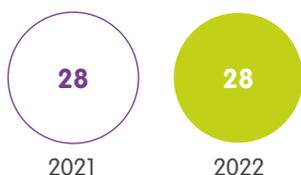
El evento contó con dos líderes como animadoras centrales, representantes de Salcobrand y Preunic, y tuvo entre sus aspectos más llamativos conexiones vía streaming con tiendas y farmacias de diversas regiones del país.

## Reconocimientos



## Otros datos en Reconocimiento

Número de ceremonias interáreas



## Premiados en ceremonia anual



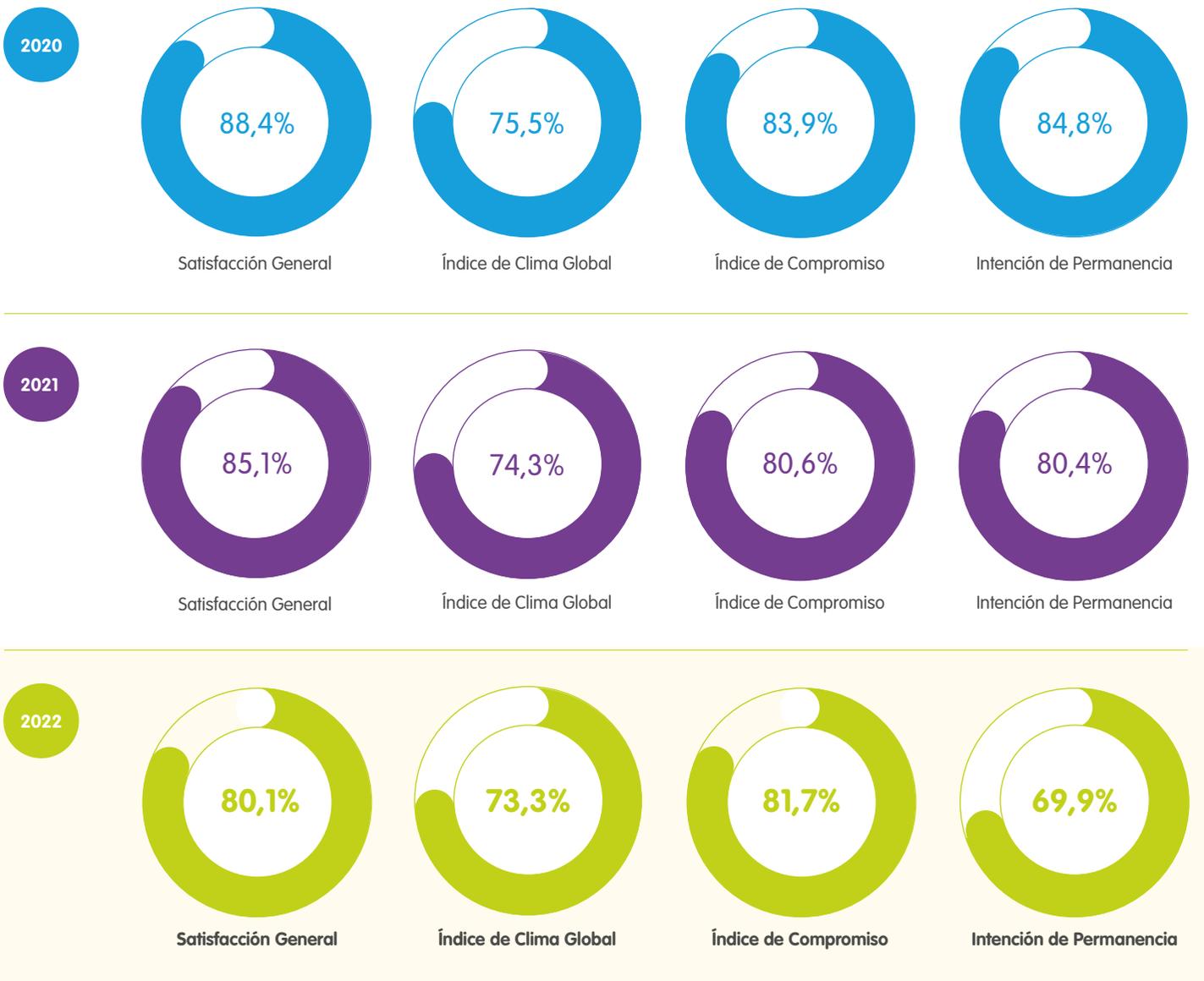
# Clima

El gran avance de este año en el ámbito de la gestión del clima interno fue la división de nuestra encuesta anual de clima en tres encuestas: una para Salcobrand, otra orientada a Preunic y una última a aplicar entre los equipos de Administración. Estas encuestas, a su vez, contienen tres pistas transversales, para los niveles de colaboradores, líderes y empresa.

Con esta segmentación nos proponemos identificar y gestionar de manera más precisa los ámbitos del negocio que mayor impacto generan en las personas.

La primera medición de esta nueva herramienta la efectuamos en noviembre de 2022. Algunos de sus resultados más destacados fueron los siguientes:

## Clima Laboral



# Capacitación

La gestión del área de Formación en 2022 se orientó principalmente al reforzamiento de los programas de capacitación estratégicos de la compañía, como Dermocoaching y Marcas Propias, y al abordaje de materias emergentes, de creciente relevancia para la compañía. En este marco, algunas de las novedades y avances significativos del año en este ámbito fueron los siguientes:

- **Reforzamos el programa Actualízate**, dirigido a químicos farmacéuticos, con la firma de una alianza con la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacéuticas de la Universidad de Chile. El objetivo de esta alianza es fortalecer la formación de los colaboradores de Salcobrand en temas que potencien el rol de centro de salud de la farmacia en ámbitos tan relevantes como normativa legal y sanitaria.
- **Ampliamos la cobertura de CERCA**: este programa prepara a los colaboradores de las farmacias Salcobrand para mejorar en términos de productividad su aporte tanto al negocio como a la experiencia cliente. En 2022, logramos elevar el alcance de esta iniciativa a unos 7.900 colaboradores (considerando que cada persona debe asistir a varias capacitaciones en el año).
- **Consolidamos el Programa de Formación de Auxiliar de Farmacia (FAF)**: en el último año, 205 colaboradores de locales Salcobrand ingresaron al programa para formarse como auxiliares de farmacia, de los cuales 159 fueron aprobados, cumpliendo los requisitos para ascender a cargos de vendedor de auxiliar de farmacia multifunción o vendedor farmacia integral, lo que les permite acceder a mejores rentas. Cabe señalar también que las dermoconsejeras que participan en el programa tienen como propósito adquirir herramientas que les permitan entregar una atención integral a nuestros clientes, contribuyendo a su bienestar.
- **Nueva Escuela de Belleza Digital**: paralelamente con el desarrollo de las capacitaciones comerciales que todos los años realizamos con el apoyo de proveedores, en Preunic pusimos en marcha un programa piloto de capacitación a colaboradoras para complementar el cambio de imagen y la nueva oferta de valor de la cadena. A pesar de sus buenos resultados, considerando su carácter presencial, la extensión de este programa a nivel nacional no resultó viable. Por lo mismo, a fines de año se decidió generar una Escuela de Belleza Digital, para llegar con estos contenidos a toda la dotación de Preunic. Este proyecto comenzó a diseñarse a fines de 2022 y se estima que estará en funcionamiento en 2023.



- **Medición de impacto de los procesos formativos**: el aprendizaje es un elemento común para el logro de los principales objetivos de la empresa. Por esta razón, evaluar las acciones de formación es clave. Esta evaluación se plantea desde la perspectiva del Modelo de Kirkpatrick, el cual distingue cuatro niveles: satisfacción, aprendizaje, transferencia e impacto, los que tienen como objetivo verificar la eficacia de los procesos de transferencia de los conocimientos adquiridos en la formación al puesto de trabajo. En 2022, medimos el impacto de los programas CERCA, FAF y Vive Seguro, este último enfocado en la seguridad laboral en los centros de distribución.
- **Agilismo**: de la mano de la nueva Gerencia de Tecnología y Digital (T&D), diseñamos un Plan de Aprendizaje en Agilismo dirigido a colaboradores integrantes de células ágiles y equipos transversales, así como también a stakeholders y focal points, con

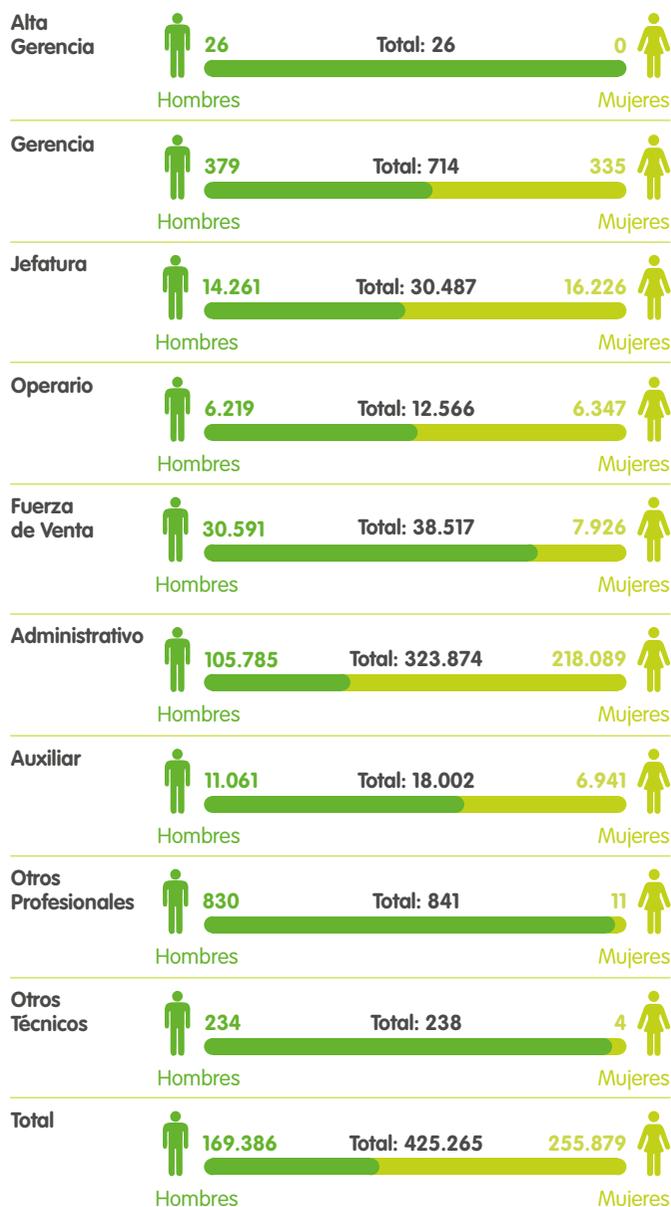
Para establecer un lenguaje común en la organización sobre temas de agilidad, en 2022 desarrollamos cursos online dirigidos a gerentes de negocio, tanto de primera como de segunda línea.



la finalidad de incorporar nuevas formas de trabajo que contribuyan a impulsar digitalmente los negocios y canales de Empresas SB. Para lograr este objetivo se ejecutaron talleres en modalidad online sincrónico que abordaron 3 temas: Fundamentos de la agilidad, Metodología SCRUM y Liderazgo ágil. Para complementar y reforzar el aprendizaje, también se diseñaron fichas, que de manera dinámica y resumida permiten fortalecer los conceptos más importantes de la agilidad.

- **Plataforma Full Aprendizaje:** teniendo como objetivo una mejora sustancial en la experiencia de nuestros usuarios, en septiembre pasado comenzamos a incorporar cambios en este espacio de aprendizaje. La innovación en esta plataforma contempla desde un cambio de imagen y accesibilidad a los cursos, pasando por disponibilización de mallas de estudio y acceso a los líderes para visualizar los avances de sus equipos, entre otros aspectos.

### Horas de formación al año por género y cargo en 2022





### Inversión en Capacitación

2021

**\$1.003.103.000**

Total de recursos monetarios destinados a educación y desarrollo profesional para las personas que trabajan en la organización.

**0,11%**

Porcentaje que estos recursos representan del ingreso anual total de actividades ordinarias de la empresa

2022

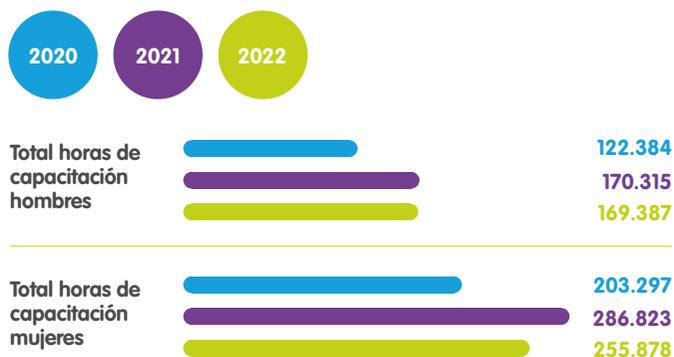
**\$840.000.000**

Total de recursos monetarios destinados a educación y desarrollo profesional para las personas que trabajan en la organización.

**0,09%**

Porcentaje que estos recursos representan del ingreso anual total de actividades ordinarias de la empresa

### Evolución horas de capacitación por género



### Evolución horas de capacitación por categoría de cargo



# Gestión de Proyectos con Impacto en los Colaboradores

Buscamos garantizar que las iniciativas transversales se ejecuten poniendo las necesidades de las personas siempre en el centro.

En el contexto de la división de la Gerencia de Personas en cuatro áreas principales, en 2022 nace la Subgerencia de Proyectos Estratégicos, para liderar y gestionar iniciativas transversales del negocio con potencial impacto masivo en las personas.

La idea de esta unidad surgió a partir de la exitosa implementación de la nueva Intranet de la compañía, Comunidad ESB, un trabajo que se abordó de manera colaborativa y cuya ejecución se diseñó poniendo siempre en el centro las necesidades de los colaboradores.

Bajo este mismo esquema, en 2022, la nueva área se abocó a la gestión con mirada estratégica de los siguientes proyectos:

**1. CERCA:** aunque fue creado con una orientación inicialmente formativa, con el tiempo este programa adquirió un enfoque de negocio, lo que significó generar procesos de acompañamiento para la toma de decisiones y seguimiento de los indicadores definidos para evaluar la contribución de las personas a las ventas y la experiencia de clientes en Salcobrand.

Para su ejecución se utilizó un amplio abanico de recursos, como el desarrollo de webinars educativos, la creación de un tablero web, asesoría a los colaboradores, desarrollo de manuales de autoinstrucción y diseño de cápsulas de e-learning, junto con



## Logros de CERCA

En términos de productividad (contribución más experiencial), entre los principales logros de este programa destacan:

**7 zonas** suben a "Cumple" o más.

**112 locales** suben a productividad superior, de "Cumple" o más.

**577 colaboradores** suben a productividad superior, de "Cumple" o más.

Rally contribuyó en más de **\$3.500 millones**.

tableros de productividad que entregan información en línea y la reactividad del Rally, con pruebas lúdicas desafiantes, que ponían a jugar a la fuerza de ventas (aprender haciendo) en pro del logro en términos de productividad y experiencia.

A su término, a mediados de año, el proyecto registraba un 57% de cobertura en la dotación de la filial. Además, contaba con nota 6,5 en satisfacción y 6,2 en aprendizaje. Entre sus logros, además, sumaba la consolidación de su modelo de gestión y un tablero de productividad online con indicadores de cumplimiento y metas de productividad y NPS.

A diciembre, CERCA dejó de ser abordado como proyecto estratégico y pasó a funcionar en régimen.

**2. Modelo comercial integral en Salcobrand:** en 2021, Salcobrand cambió el modelo operativo de los puntos de venta, lo que implicó una modificación importante tanto en la forma de calcular las rentas de las personas como en los procedimientos logísticos de los locales. Este es un cambio necesario para la sostenibilidad de la empresa en tiempos complejos, que busca una mayor estabilidad de los colaboradores, fomentar un trabajo colaborativo y entregarle a nuestros clientes la mejor experiencia, además de hacerlos sentir bien, estén donde estén.



El proyecto partió con buenos resultados, pero al masificarse rápidamente comenzó a presentar inconvenientes. Esto llevó a que se abordara como iniciativa estratégica en el marco de una mesa de trabajo transversal, que lo rediseñó, a partir de palancas como comunicación, capacitación, entrenamiento, alineamiento organizacional. En su segunda fase, el programa se hizo cargo también de aspectos más relacionados con el negocio, como la logística, el inventario y la relación con los sindicatos, que había que alinear al nuevo escenario y a los objetivos de la compañía.

Con esta nueva formulación, el modelo cerró 2022 con 70% de migración de locales y con la aspiración de alcanzar a mayo de 2023, fecha programada para su entrada en régimen, un nivel cercano al 100%.

## Principales resultados

- » **El 100% de los QF y el 98% de los vendedores obtuvo una renta superior para el mismo esfuerzo, en comparación con el modelo tradicional.**
- » **Se logró dar visibilidad de los avances en línea de la renta, tanto a los QF vía reportes como a los vendedores a través de la Comunidad ESB.**
- » **Se aplicó un nuevo modelo de renta de pozo, 100% colaborativo, que fue enseñado a todos los colaboradores bajo este sistema.**
- » **Se aplicaron nuevos procedimientos logísticos, como apoyo a la rebaja de asistentes de sala, entre los que destaca la Recepción de Bultos Integral, que logró disminuir a 15 minutos aproximadamente la recepción de bultos en cada local (exceptuando refrigerados y controlados), y con el que logramos impactar positivamente el NPS.**
- » **El clima de locales integrales es superior en 5 puntos porcentuales al de locales tradicionales.**

**3. Agilismo:** la estrategia de Transformación Digital que está liderando la Gerencia de Tecnología y Digital en la compañía ha implicado el uso de nuevos conceptos y metodologías de trabajo que hicieron necesario generar un plan de acompañamiento para las áreas involucradas. Este proyecto se inició en 2022 y tuvo como primer foco desarrollar un lenguaje técnico común entre los equipos desarrolladores de productos y sus stakeholders en el negocio. Este acompañamiento también contempló la instalación de una nueva forma de priorizar los proyectos a partir del valor que aportan al negocio, como una manera de hacer más eficientes las inversiones que se destinan en estas materias.

Como parte de esta iniciativa, logramos capacitar a 458 colaboradores, invirtiendo 2.321 horas de aprendizaje en distintos grupos objetivos, entre los que se cuentan los stakeholders (Negocio) y la Gerencia de Tecnología y Digital, con una satisfacción por parte de los participantes superior a la esperada.

El proyecto de agilismo continuará desarrollándose durante 2023 con acciones más concretas, a partir del aprendizaje acumulado durante el último año.

**4. Nueva POS corporativa:** este proyecto, que partió a fines de 2022 y se extenderá hasta 2026, contempla el cambio de todas las máquinas POS con que operan los vendedores tanto en las farmacias Salcobrand como en las tiendas Preunic. Su ejecución contempla tres ejes:

- » El desarrollo del hardware y el software de los equipos, tarea que se está realizando en células ágiles de la Gerencia de Tecnología y Digital.
- » La adquisición del nuevo sistema de punto de venta (POS), una vez que culmine el piloto de pruebas que se está haciendo con distintos modelos de máquinas.
- » Un proceso de gestión del cambio, que tendrá carácter estratégico por el impacto que puede tener este cambio en la experiencia de los clientes y los colaboradores.

# Inclusión y Diversidad

En este ámbito operamos sobre tres pilares: erradicar todas las formas de discriminación y acoso, construir equipos inclusivos y multiplicar nuestro impacto.

En 2022, en el marco de la actualización de su Política de Inclusión y Diversidad, Empresas SB lanzó su Estrategia de Inclusión y Diversidad. Este documento fue desarrollado para visibilizar los principios que mueven a la compañía en esta materia y alinear a la organización en los nuevos desafíos que se plantea Empresas SB en inclusión y diversidad, un conjunto de objetivos que se identificaron como resultado de un proceso de co-construcción en el que participaron colaboradores y líderes de las distintas filiales.



Nuestra Estrategia de Inclusión y Diversidad nace con el objetivo de “fomentar e impulsar 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, con el propósito de incorporar

una fuerza de trabajo diversa que pueda comprender las necesidades de nuestros clientes, también diversos”.

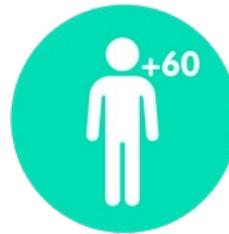
De acuerdo con esta estrategia, los grupos en los que trabajará la compañía en el corto y mediano plazo serán los siguientes:



Personas con Discapacidad



Personas de la Diversidad Sexual



Personas de 60 años y más



Personas de la Interculturalidad

## Pilares de nuestros programas e iniciativas

- **Erradicar todas las formas de discriminación y acoso:** nuestros esfuerzos están orientados a eliminar todas las formas de discriminación, incluyendo hostigamiento, acoso, intimidación, ofensas, insultos u otras que atenten contra la igualdad de derechos y dignidad de las personas.
- **Construir permanentemente equipos inclusivos:** en el centro de nuestra estrategia de I&D están las personas, con su diversidad y el sello propio que las distingue. Nuestro foco es plasmar con esta mirada los procesos de atracción, desarrollo y permanencia de nuestros colaboradores, porque son los equipos diversos los que nos permiten atraer el mejor talento y desarrollar competencias y perspectivas únicas. Como organización, generaremos herramientas que mitiguen y eliminen las barreras que experimentan grupos subrepresentados, de manera de potenciar la igualdad en su acceso, representación y participación.
- **Multiplicar nuestro impacto:** en nuestro rol de promotores de la inclusión y diversidad, buscamos multiplicar nuestro impacto en la comunidad, dejando huella en nuestros colaboradores, sus familias, las redes empresariales en las que participamos, en nuestros socios estratégicos como proveedores, los clientes y la sociedad en la que operamos.



## Acciones para promover la Inclusión y la Diversidad en 2022

- **Capacitación para actualizar el conocimiento interno en normativas y nuevas disposiciones relacionadas con Inclusión y Diversidad:** con este foco, durante el año se capacitó a los miembros del Comité de Diversidad y a quienes forman parte de la Mesa de Diversidad. En total, participaron en estos cursos 27 personas, entre los que se encontraban 2 ejecutivos de primer reporte que integran estos órganos. Estas actividades se efectuaron entre abril y mayo, y abordaron temas como el perfil de los grupos de diversidad, sesgos y prejuicios, y uso correcto de términos.

Estas charlas se complementaron con las realizadas a los supervisores y líderes del Centro de Distribución de Salcobrand, orientadas a prevenir situaciones de discriminación y eliminar sesgos, y con la difusión permanente del Decálogo de Inclusión y Diversidad.

- **Gestión y gobernanza:** luego de diseñar en 2021 el sistema a partir del cual la empresa gestionará y hará seguimiento de sus programas y acciones en Inclusión y Diversidad, durante el último año, Empresas SB levantó la data asociada a todos estos indicadores, como el número de denuncias de discriminación en el año.

El desafío que se ha propuesto la compañía para 2023 es establecer las metas en cada una de estas materias, para luego generar los planes de acción respectivos.

En el ámbito de la gobernanza, además, cabe destacar como principales hitos del año 2022 el lanzamiento de los siguientes marcos internos:

- » Actualizamos el Protocolo de Transición de Género, documento que incluye una guía de recomendaciones con responsabilidades y plazos para quienes intervienen y son parte de este procedimiento.
- » Lanzamos el Procedimiento de Transición y Salida para Colaboradores de 60 años y más, en donde se establecen los pasos que hay que seguir para acompañar a las personas en su proceso de jubilación.
- » Lanzamos los Manuales de Atención Inclusiva para Salcobrand y Preunic, con recomendaciones para los colaboradores asociadas a cada uno de los grupos de diversidad. Ambos documentos contienen sugerencias de uso de lenguaje inclusivo y protocolos para abordar a cada persona según su particularidad.

177

Número de personas capacitadas en Inclusión y Diversidad en 2022

64

Líderes capacitados en Inclusión y Diversidad en 2022



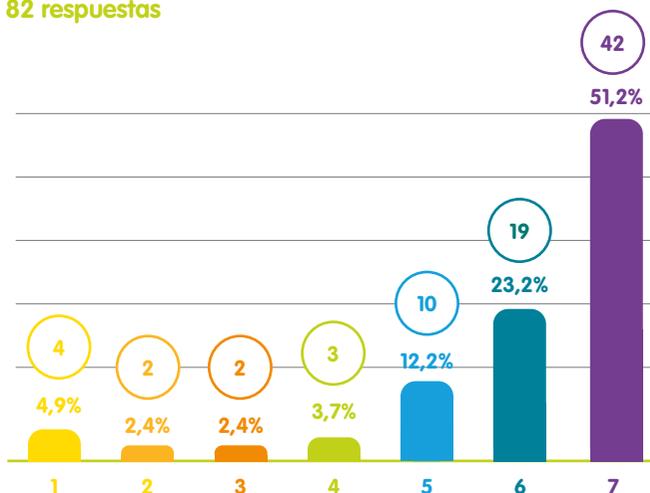


# Somos DIVERSIDAD

- Semana de la Diversidad:** en 2022, organizamos la 5ª versión de nuestra Semana de la Diversidad. En esta ocasión, tal como ya lo hicimos el año anterior, anclamos esta actividad en la Semana de la Diversidad Interempresa, cuyo foco estuvo en la interseccionalidad. Este es un concepto que se refiere a la interacción entre dos o más factores sociales que definen a una persona, como el género, la etnia o la edad, y que no la afectan de forma separada, sino integralmente. Como parte de estas discusiones, las empresas participantes entregaron testimonios y ejemplos de cómo abordan esta materia, lo que fue altamente valorado por nuestros colaboradores en la encuesta de satisfacción que hacemos al término de cada edición de la Semana de la Diversidad. De acuerdo con este sondeo, más del 73% de las personas calificó con nota 6 y 7 las acciones desarrolladas en el marco de este evento, entre las cuales destacaron videos testimoniales de colaboradores de Empresas SB, desafíos por grupos de diversidad y la entrega de un KIT de Diversidad en todos los locales y tiendas.

Evalúa con nota de 1 a 7 (siendo 1 muy malo y 7 excelente) las actividades desarrolladas en la Semana de la Diversidad

82 respuestas



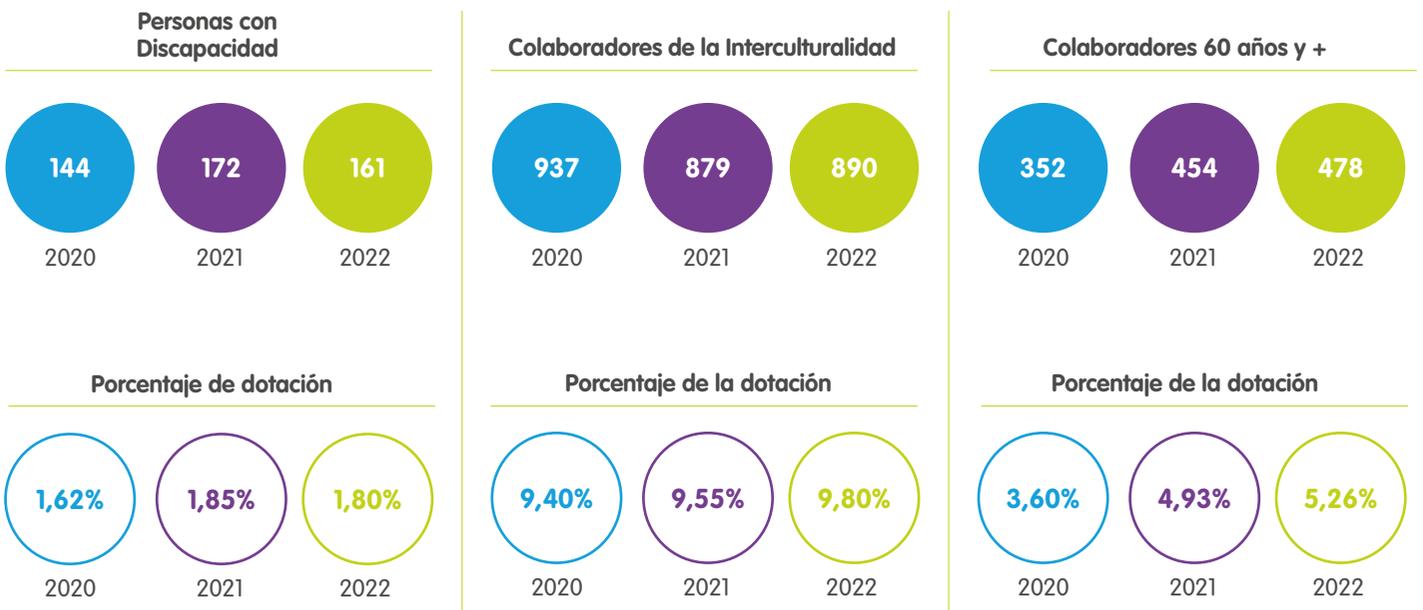
## Principales iniciativas por grupo objetivo

- Interculturalidad:** reemplazamos el nombre "Migrantes", que tenía originalmente este grupo objetivo, por el de "Personas de la Interculturalidad". El objetivo de esta nueva denominación fue incluir en esta categoría a las personas que se identifican como parte de los pueblos originarios. Con el fin de individualizar a estos colaboradores, aplicamos una Encuesta de Interculturalidad, según la cual en Empresas SB existen 55 personas pertenecientes a pueblos originarios: 49

mapuche, 3 diaguita, 1 aymara, 1 quechua y 1 yagán. Luego de este levantamiento, este grupo objetivo quedó conformado por el 10,6% de la dotación: 10% migrantes y 0,6% personas de los pueblos originarios. En este ámbito, también cabe destacar como un gran avance del año la adaptación a lengua creole de toda la señalética de seguridad en los centros de distribución de Salcobrand y Preunic.

- Personas de 60 años y más:** en octubre, por medio de un comunicado interno, conmemoramos el Día de las Personas Mayores, un segmento que al cierre de 2022 representaba el 5,2% de la dotación. En este contexto, también aplicamos una encuesta para conocer el perfil de las personas de este grupo, de manera de delinear con esa información nuevos programas de trabajo. En esta encuesta participaron 145 personas, 89 mujeres y 56 hombres. Considerando sus resultados, la empresa definió como los principales ejes de trabajo en este grupo los siguientes temas:
  - Inserción laboral para personas de 60 años y más.
  - Bienestar laboral e individual.
  - Seguimiento y acompañamiento a estos colaboradores.
  - Proceso de salida y jubilación.
- Personas con Discapacidad:** al cierre de 2022, contábamos en la compañía con 161 personas con discapacidad, cifra correspondiente al 1,8% de la dotación. En esta categoría una de las novedades que impulsamos en 2022 fue la actualización del Procedimiento para Evaluación e Implementación de Ajustes Necesarios en el Puesto de Trabajo, un documento que también revisamos para quienes forman parte del grupo de 60 años y más.
- Personas de la Diversidad Sexual:** en 2022, logramos la ampliación de la cobertura del Seguro Complementario de Salud por disforia de género; es decir, para personas que hayan cambiado de sexo. A esto se suma la actualización del Protocolo de Transición de Género, mencionado en la página anterior.

### Diversidad en la dotación



# Equidad de género

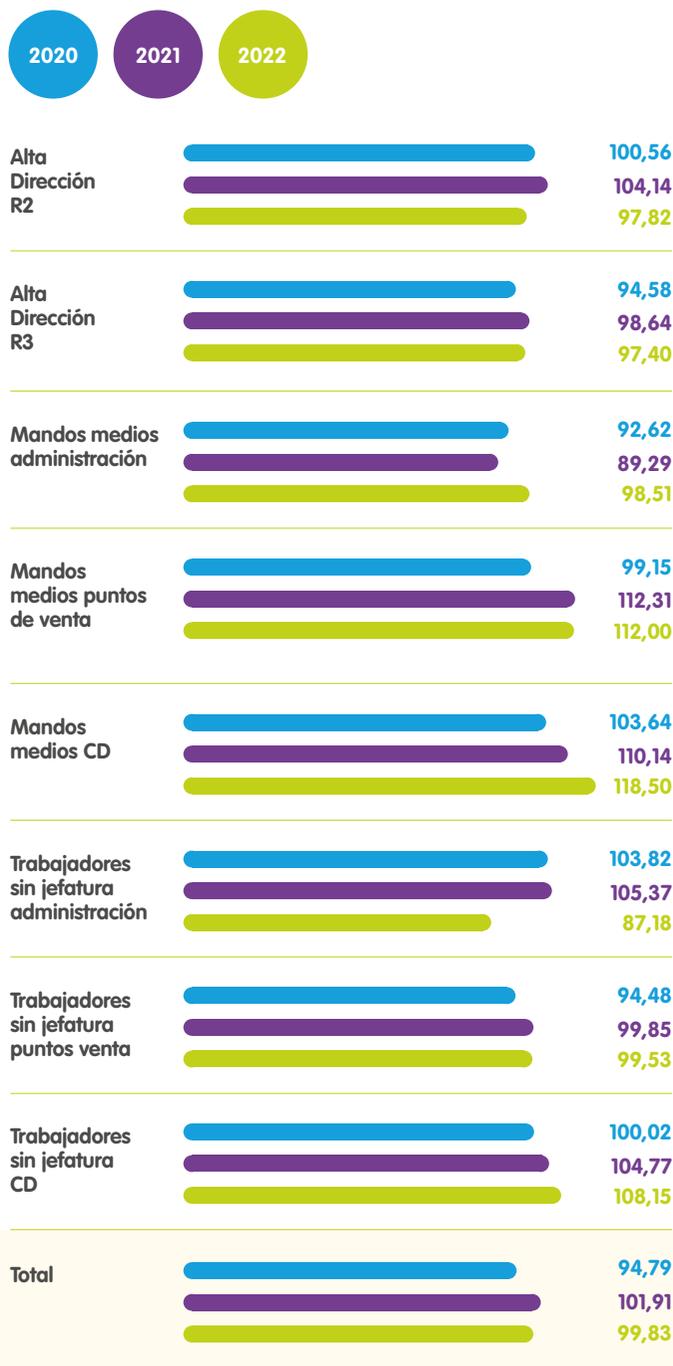


Luego del lanzamiento en 2021 de la Política de Equidad de Género de Empresas SB, durante 2022, la compañía se abocó al diseño de un plan de acción a ejecutarse en 2023 y a la definición de la empresa consultora con la que se trabajarán estos desafíos. Este programa contemplará el próximo año iniciativas y acciones como:

- » Un plan de sensibilización a la alta dirección en materia de equidad de género.
- » Un plan de sensibilización a ejecutivos de segunda línea.
- » La entrega de herramientas sobre equidad de género a los equipos de la Gerencia de Personas, para que puedan ejecutar con este enfoque los procesos clave de la compañía.
- » La definición de un listado de indicadores de gestión en materia de equidad de género.

## Brecha salarial por nivel jerárquico

Las cifras corresponden al porcentaje que representa el salario de las mujeres en relación al de los hombres en cada categoría de cargo. Es decir, si una cantidad es mayor al 100%, las remuneraciones de las colaboradoras en dicho nivel son más altas que las de los colaboradores, y viceversa.



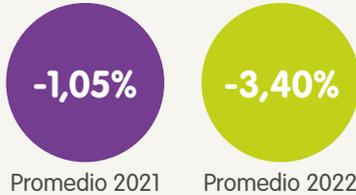
\* En el nivel Alta Dirección R1 no hay mujeres.

\* En 2021 se ocuparon los niveles HAY hasta R3 para el cálculo de la brecha.

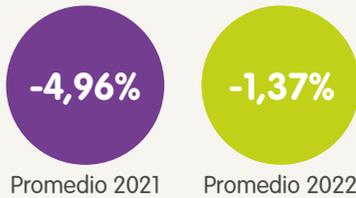
### Diferencia promedio entre el salario bruto de las mujeres y el de los hombres por categoría de cargo

En 2022, esta diferencia promedio se redujo en los niveles de Jefatura, Operario y Administrativo, y aumentó en las categorías de Gerencia, Fuerza de Venta y Otros Profesionales.

#### Gerencia



#### Jefatura



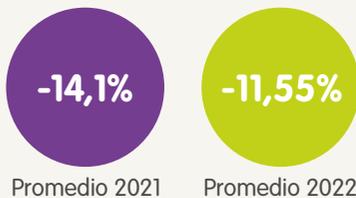
#### Operario



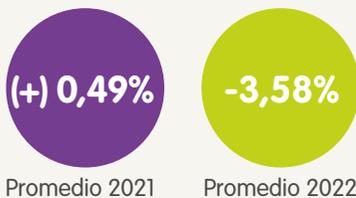
#### Fuerza de venta



#### Administrativo

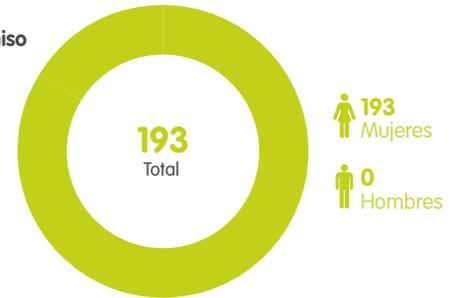


#### Otros Profesionales

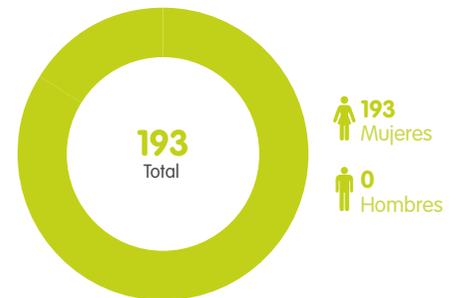


### Permiso parental en 2022

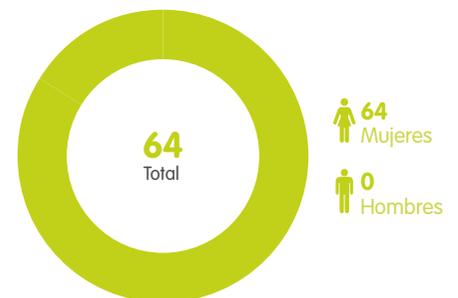
Empleados que han tenido derecho al permiso parental, por género.



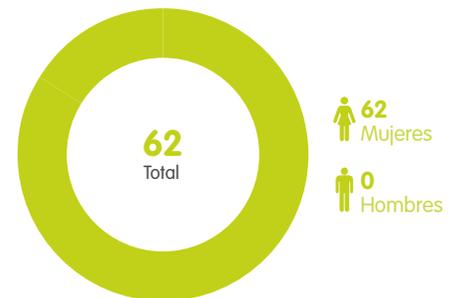
Empleados que se han acogido al permiso parental, por género.



Empleados que han regresado al trabajo en el período de este informe después de terminar el permiso parental, por género.



Empleados que han regresado al trabajo después de terminar el permiso parental y que seguían siendo empleados 12 meses después de regresar al trabajo, por género.



# Salud, Seguridad y Relaciones Laborales

En Empresas SB consideramos crucial garantizar a los colaboradores los conocimientos, condiciones laborales y el equipamiento que requieren para desempeñar sus funciones sin riesgos de accidentes y de exposición a enfermedades profesionales. Esta mirada está íntimamente relacionada con nuestro propósito de hacer que las personas se sientan bien, estén donde estén, y es consistente con nuestro interés de ofrecer a los equipos una experiencia laboral diferenciadora, que pone las necesidades de los colaboradores siempre en el centro de las decisiones.

En sintonía con este enfoque, durante 2022 logramos mantener nuestros principales indicadores corporativos en estas materias en niveles por debajo de los de la industria del retail y continuamos reforzando la capacitación en Prevención de Riesgos como herramienta clave para instalar en la organización una cultura preventiva y de autocuidado.

En esa línea, uno de nuestros principales logros del año fue haber retomado las visitas presenciales a los locales tanto por el Equipo de Prevención de Riesgos, la Red ACHS y el programa Vive Seguro. Estas visitas contemplan inspecciones en terreno para verificar el cumplimiento de los protocolos internos y acompañar a aquellas sucursales y establecimientos que lo requieren en el diseño y ejecución de sus planes de mejora. Durante el primer semestre del año, estas visitas se abordaron con un foco especial en Ley de Accidentes, Riesgos Psicosociales, Uso y Manejo de Extintores y Plan de Emergencia.

En total, durante el período se lograron cubrir, a lo largo de 9 regiones en el país, 188 de los 200 puntos de venta seleccionados, lo que elevó al 94% la tasa de cumplimiento del programa.

**325 locales Salcobrand y 76 tiendas Preunic** fueron visitados en 2022 por el Equipo SB, ACHS y Vive Seguro.

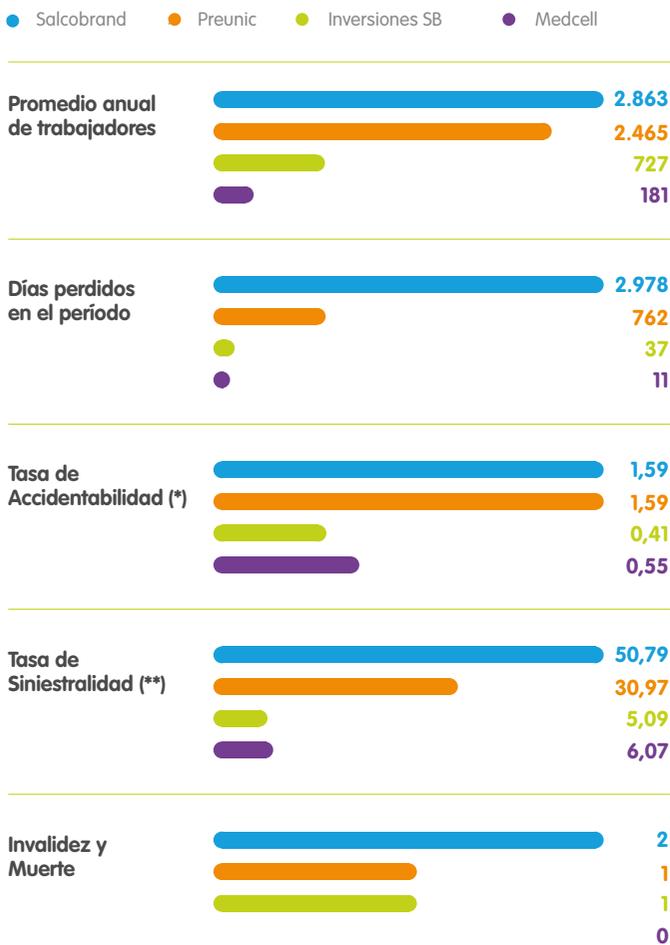
**2.921 colaboradores** fueron capacitados durante el último año a través de los diálogos de seguridad entre el Equipo SB, ACHS y Vive Seguro.

Otros avances de la gestión en salud y seguridad del año 2022 fueron el inicio del proceso de reconstitución y reformulación de los planos y las brigadas de emergencia de los establecimientos de la compañía, y el trabajo permanente de acompañamiento a los comités paritarios que operan en la organización.

A esto hay que agregar la elaboración de la nueva Política de Seguridad y Salud en el Trabajo para Salcobrand y Preunic en primera instancia, un documento que formalizará los lineamientos corporativos en este ámbito y que al cierre de 2022 se encontraba en revisión por parte de la compañía.

# Evolución de Indicadores de Seguridad

## Indicadores de Salud y Seguridad en 2022



En 2022, no se registraron trabajadores fallecidos en Empresas SB. Los cuatro casos informados corresponden a porcentajes de invalidez entregados por la ACHS.

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

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

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

## Encuesta Psicosocial

### Participación Empresas SB



### Comunas Riesgo Alto



### Comunas Riesgo Medio



### Comunas Riesgo Bajo



Lesiones por accidente laboral (trabajadores propios)	2020	2021	2022
Número y tasa de fallecimientos resultantes de una lesión por accidente laboral.	0	0	0
Número y tasa de lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias (sin incluir fallecimientos).	0	0	0
Número y tasa de lesiones por accidente laboral registrables.	148 accidentes Tasa: 1,67%	96 accidentes Tasa: 1,34%	217 accidentes Tasa: 0,93%

Número de horas trabajadas en 2022	1.299.433
------------------------------------	-----------

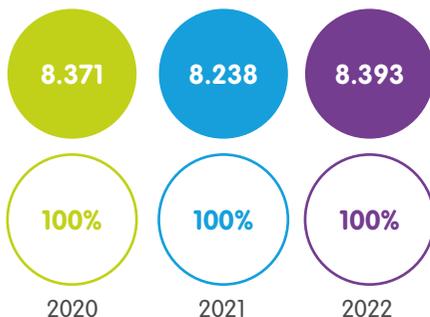
Lesiones por accidente laboral (trabajadores que no sean empleados, pero cuyos trabajos o lugares de trabajo estén controlados por la organización)	2020	2021	2022
Número y tasa de fallecimientos resultantes de una lesión por accidente laboral.	0	0	0
Número y tasa de lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias (sin incluir fallecimientos).	0	0	0

Dolencias y enfermedades laborales (trabajadores propios)	2020	2021	2022
Número de fallecimientos resultantes de una dolencia o enfermedad laboral	0	0	0
Número de casos de dolencias y enfermedades laborales registrables	7	17	30

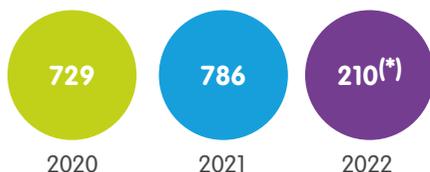
Dolencias y enfermedades laborales (trabajadores que no sean empleados, pero cuyos trabajos o lugares de trabajo estén controlados por la organización)	2020	2021	2022
Número de fallecimientos resultantes de una dolencia o enfermedad laboral.	0	0	0
Número de casos de dolencias y enfermedades laborales registrables.	7	17	S/I

### Alcance auditorías internas

Empleados propios cubiertos por el Sistema de Gestión y que están sujetos a una auditoría interna



Trabajadores que no son empleados propios y cuyo trabajo o lugar de trabajo están controlados por Empresas SB, sujetos a auditoría interna



(\*): Esta disminución se da porque ahora los servicios de los colaboradores de los centros de distribución de Salcobrand y Preunic son con servicios transitorios y no empresas contratistas.

### Cobertura Sistema de Gestión de Salud y Seguridad de empleados propios



### Capacitación en Salud y Seguridad

Como resultado de un trabajo conjunto entre las áreas de Prevención de Riesgos y Formación, todos los años, Empresas SB pone a disposición de sus equipos actividades formativas sobre la normativa legal y cursos de aprendizaje que forman parte del Plan de Capacitación en Prevención de Riesgos, enmarcado en el programa Vive Seguro.

Estas actividades son gratuitas, están a cargo tanto del organismo administrador de la Ley N° 16.744 (ACHS) como de nuestros equipos especializados y su eficacia se mide a través de una evaluación de conocimientos, cuya data es revisada por el área de Formación e informada luego a Prevención de Riesgos como antecedente para los procesos de mejora continua.

En 2022, logramos cubrir con estos cursos a 2.272 colaboradores (entre empleados propios y subcontratados), lo que nos permitió elevar a 27 el promedio de horas formativas por persona en el año.

Principales programas de capacitación en S&S desarrollados durante 2022	Horas	Participantes
Manejo Manual de Carga	347	347
Manejo Sustancias Peligrosas	501	501
Orden y Limpieza	166	83
Prevención y Manejo del Estrés	71	71
Previendo el Contagio del COVID-19	484	242
Procedimiento General COVID-19 y Ley N° 21.342	494	494
Protocolo en Caso de Fiscalización	113	113
Recomendaciones Psicosociales para un Teletrabajo Eficiente y Saludable	71	71
Riesgos en el Lugar de Trabajo	197	197
Teletrabajo en Empresas SB	186	93
Teletrabajo y Ergonomía	82	82
Trabajo en Altura	418	209
Trastorno Músculo-esquelético	73	73
Uso de Elementos de Protección Personal	610	305

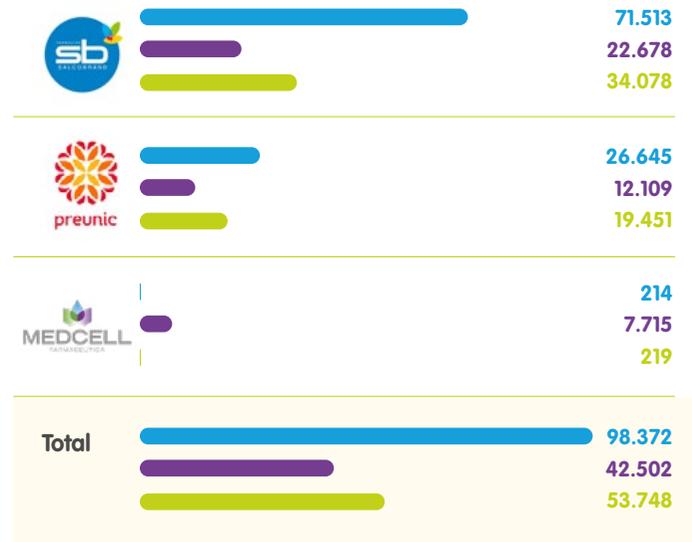
## CAPACITACIÓN EN PREVENCIÓN DE RIESGOS



### Colaboradores capacitados



### Horas de capacitación



## Seguridad en las instalaciones

En Empresas SB, la labor de seguridad en los establecimientos e instalaciones de la compañía está a cargo de la Gerencia de Seguridad, unidad que reporta a la Gerencia de Administración y Finanzas y que está conformada por cuatro áreas técnicas de trabajo:

- **Seguridad Física**, que contempla la gestión en la ejecución, fiscalización y control permanente de medidas de protección y seguridad de locales, tiendas, centros de distribución e instalaciones de la compañía, coordinando y dirigiendo el trabajo de los guardias de seguridad que están presentes en el 73% de las dependencias de la empresa y que forman parte de nueve empresas subcontratistas, además de la protección estructural de nuestras instalaciones en general.
- **Seguridad Electrónica**, que comprende el resguardo del 100% de nuestros locales e instalaciones por medio de dispositivos electrónicos que conforman los Sistemas de Alarmas y los Circuitos Cerrados de TV (Cámaras) integrados y monitoreados permanentemente por nuestra Central de SSEE.
- **Seguridad de Transporte**, que considera la ejecución y control continuo de medidas de seguridad y protección del proceso de logística y transporte de la empresa, incluyendo el acompañamiento, apertura, recepción y cierre de locales designados para la distribución nocturna en la zona central del país.
- **Análisis de información**, que se encarga de mantener actualizados los escenarios de factores de riesgos por medio de las respectivas fuentes abiertas y cerradas, para la necesaria obtención de información, su ordenamiento, valorización y manejo para obtener una adecuada anticipación de medidas y toma de decisiones.

En el ámbito general, los principales objetivos de esta gerencia son:

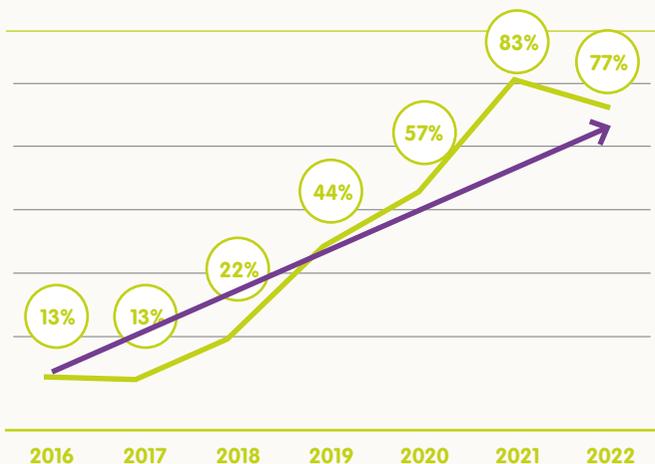
- » Controlar los Índices de Victimización.
- » Aumentar al máximo los Índices de Frustración de Delitos de Mayor Connotación Social.

En el marco de ambas líneas de acción y de las dimensiones que abarca la seguridad de las instalaciones, hemos desarrollado avances que nos han permitido en los últimos cinco años un aumento progresivo, sostenido y significativo del 592% en nuestro Índice de Frustración de Delitos.

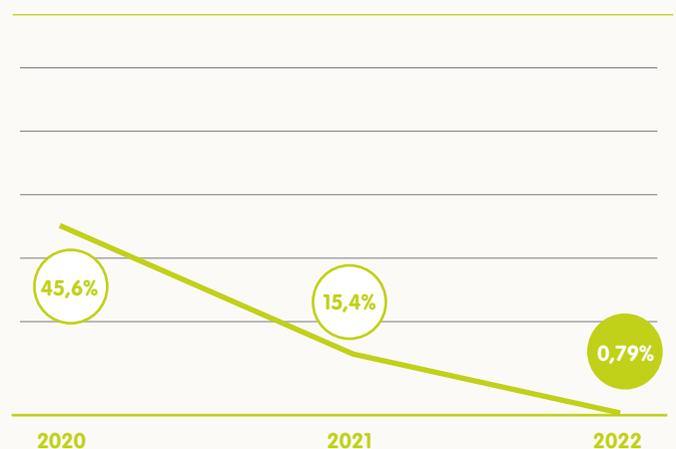
Asimismo, y como resultado del proyecto "Control de fallas de comunicación", puesto en marcha en 2020 con el fin de analizar las señales de seguridad electrónica de los sistemas de alarma y CCTV de los locales y -a partir de ello- detectar interrupciones que puedan originarse en una acción delictiva, al año 2022 logramos bajar la acción intencionada delictual en nuestros locales desde un 45,6% a un 0,79%, lo que significó una reducción del 51% en la victimización a nuestros locales.

A la luz del aumento en la peligrosidad y violencia de los delitos, se actualizaron, además, las exigencias a los guardias de seguridad en conformidad con los lineamientos emanados desde la Autoridad Fiscalizadora; se generaron protocolos de efectividad y de protección de instalaciones; se reforzó la inducción a colaboradores sobre prevención y reacción ante DMCS, y se incorporó tecnología inteligente en la seguridad electrónica, lo que involucró el desarrollo de un software especial de integración transversal monitoreado por nuestra Central de SSEE.

Porcentaje de frustración de delitos



Fallas de comunicación provocadas por acciones intencionadas



# Relaciones Laborales

En Empresas SB, mantenemos una relación transparente y continua con las organizaciones sindicales, a las que consideramos un actor clave en la construcción de un entorno laboral seguro y atractivo, que ofrezca a las personas buenas oportunidades para desarrollarse y un clima de respeto, equilibrio y libre de discriminación.

Bajo esa perspectiva, efectuamos con todos los sindicatos reuniones mensuales en donde abordamos los principales aspectos de la marcha del negocio y analizamos sus inquietudes y sugerencias de mejora. Esta es una práctica sistematizada, que contempla con posterioridad el envío a los asistentes de un resumen con los temas abordados en cada reunión, así como la

Sindicato	Colaboradores sindicalizados			
	2020	2021	2022	
			Número de afiliados	Porcentaje respecto del negocio
<b>Salcobrand</b>				
Sindicato N° 1	1.665	1.658	1.536	26%
Sindicato N° 2	2.074	2.163	2.352	40%
Sindicato Bodega	224	244	265	4%
<b>Sindicato interempresa de Químicos Farmacéuticos SB</b>	<b>471</b>	<b>439</b>	<b>468</b>	<b>8%</b>
<b>Preunic</b>				
Sindicato CD PU	26	30	43	2%
Sindicato Interempresa MTK, Preunic, Filiales		3	248	10%
Sindicato Tiendas PU	10	7	6	0,25%
<b>Sindicato de Administración Inversiones SB</b>	<b>257</b>	<b>268</b>	<b>234</b>	<b>32%</b>
<b>Medcell</b>				
Sindicato de Empresa N°1 Medcell	-	-	42	24%

asignación de responsables para todas las iniciativas acordadas en conjunto.

En el marco de estas relaciones, en 2022 desarrollamos y cerramos con acuerdo tres negociaciones colectivas. En un cuarto proceso, con el Sindicato Interempresa Matic Kard, Preunic, Filiales y Otros, sin embargo, no logramos llegar a acuerdo, lo que significó que esta organización se acogiera a una suspensión de huelga por 18 meses. Para 2023, se proyecta desarrollar una nueva negociación colectiva, esta vez con el Sindicato de Medcell.

**4.946**

colaboradores fueron cubiertos por los convenios de negociación colectiva en 2022

**3.750**

colaboradores fueron beneficiados con la extensión de los contratos colectivos



### Denuncias de acoso laboral

Como parte de nuestra labor en materia de Relaciones Laborales, otro de nuestros focos en 2022 fue la gestión de las denuncias de acoso laboral, que durante el año experimentaron un aumento producto de la campaña de difusión que la empresa desarrolló por diferentes medios, con la que se buscó informar a los colaboradores respecto de la normativa relacionada y los procedimientos internos que realiza la organización cuando existen denuncias referidas a posibles conductas de acoso laboral, acoso sexual o discriminación.

Cabe consignar que, cuando se acreditan estas situaciones, como compañía ponemos en marcha acciones de mitigación y capacitación, en conjunto con una consultora especializada, que se desarrollan en el marco de intervenciones en locales, orientadas a tres focos principales:

- Liderazgo, Trabajo en equipo y
- Derechos fundamentales.

# Desarrollo de Proveedores



Bajo el programa "Proveer Sostenible", la empresa diseñará un proceso de evaluación que le permitirá conocer el nivel de madurez de sus proveedores en materias ASG.

En los últimos años, Empresas SB ha dado importantes pasos para avanzar en la creación de un modelo de gestión de su cadena de suministro alineado con las declaraciones y compromisos de la compañía en materia de sostenibilidad. Entre estos hitos destaca su política de pagar de manera adelantada las facturas de las pymes, para así entregar certeza financiera a un segmento especialmente sensible a los problemas de liquidez, como el de los proveedores de menor tamaño.

En esa misma dirección, en 2021, Empresas SB formalizó su nueva Política de Gestión de Proveedores, un documento a través del cual la compañía busca promover entre sus empresas externas no solo el cumplimiento de los más altos niveles de calidad, sino también la adopción de estándares éticos, sociales, laborales, ambientales, de buena salud financiera y de seguridad de la información.

En 2022, para consolidar estos logros, la compañía dio inicio al proyecto "Proveer Sostenible". Creada en el marco del Plan de Sostenibilidad 2022-2025, esta iniciativa fue desarrollada con el fin de instalar un procedimiento de evaluación que permita identificar el actual nivel de madurez de los proveedores en materias ASG y generar planes de desarrollo para aquellos que requieran acompañamiento.

# Avances de “Proveer Sostenible”

Para echar a andar este proyecto, a mediados de 2022 se establecieron los criterios sobre los cuales se medirán las empresas externas. Luego, se inició un plan de trabajo, cuyo primer hito será el lanzamiento en 2023 de un piloto destinado a probar con un grupo reducido proveedores la nueva ficha de evaluación, separando empresas grandes y pequeñas, a la luz de la diferencia con que cada uno de estos segmentos gestiona estos temas.

Con los resultados de esta primera experiencia, durante el primer semestre de 2023 tendremos la radiografía de nuestros proveedores, con foco en los más críticos para la operación.

Sobre este “estado de situación” estableceremos -de manera colaborativa y en ritmos razonables- cómo vamos a acompañar a las empresas que requieran apoyo y de qué manera actuaremos ante incumplimientos recurrentes.

Toda esta etapa de ejecución está programada para 2024.



## ¿Cómo es la ficha de evaluación?

Se trata de un check list con indicadores por cada ámbito ASG (ambiental, social y de gobernanza), cuyas preguntas inicialmente serán sólo declarativas.

En una segunda fase, para validar este cumplimiento, se complementará con datos más concretos.

Se aplicará tanto a los nuevos como a los actuales proveedores, con especial foco en los de carácter crítico. En el caso de las empresas grandes, la herramienta contendrá indicadores más profundos.

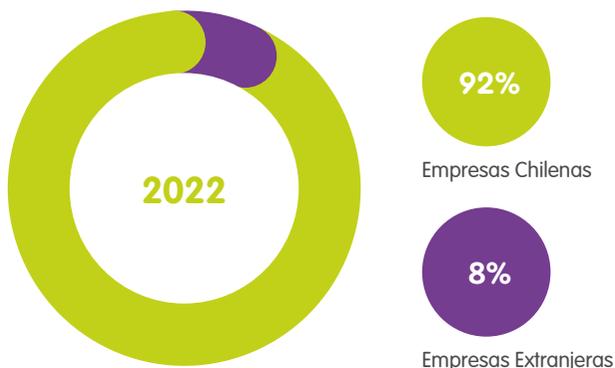
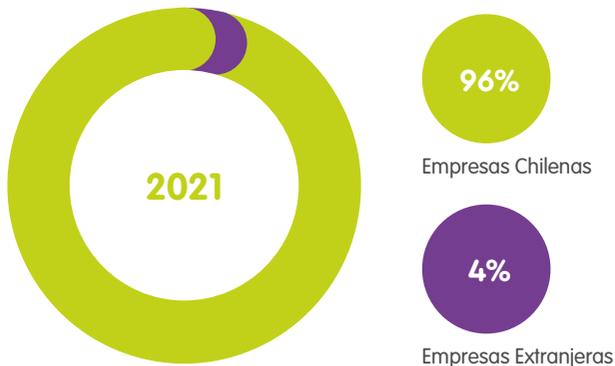
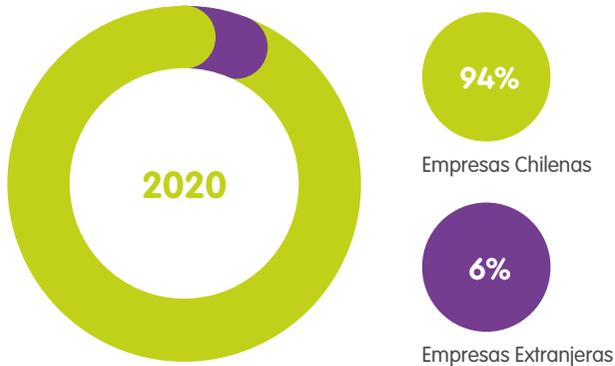
## ¿Qué pasará con las empresas que registren bajo estándares o incumplimientos recurrentes?

Las acciones correctivas dependerán del tipo de proveedor. Si se trata de un proveedor crítico, la forma de abordarlo será con acompañamiento. Lo mismo pasará con proveedores que prestan servicios esenciales y no tienen reemplazo, o que tienen reemplazos, pero difíciles de implementar. Aquí la orientación deberá ser más robusta para que el proveedor pueda cambiar. A los proveedores que prestan servicios más simples, que no son especialistas, se les dará un plazo para implementar cambios y el correspondiente acompañamiento.

## ¿Se capacitará a los proveedores?

Luego de un 2022 más orientado a la planificación, el próximo año se realizarán como parte de este proyecto actividades informativas dirigidas especialmente a los proveedores de menor tamaño, en el entendido que son quienes más necesitan asesoría y orientación en su gestión social, ambiental y de gobernanza. Además de transmitir contenidos generales sobre el objetivo y sentido de este proyecto, dichas acciones buscarán transmitir a las empresas la tranquilidad de que este proceso será gradual y no tendrá un carácter punitivo.

Proveedores por origen



Indicadores referidos al pago de facturas



Hasta 30 días



Entre 31 y 60 días



Más de 60 días



Pago a pequeñas empresas	2020	2021	2022
Promedio de días de plazo para el pago a proveedores PYME	7 a 30 días	7 a 30 días	7 a 30 días
Pagos mensuales a proveedores pequeños (promedio)	\$2.170 MM	\$2.925 MM	\$6.063 MM
Número de proveedores beneficiados con pagos adelantados	1.100	1.300	1.730
Monto de pagos adelantados a PYMES en el año	\$26.040 MM	\$35.100 MM	\$72.764 MM
Pago a proveedores PYMES vía transferencia electrónica	98,0%	99,0%	99,0%

## Otros adelantos en gestión de proveedores

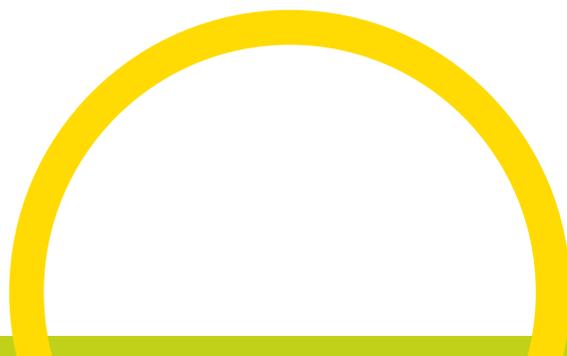
- **Factoring para pequeñas empresas:** a pesar de la política de Empresas SB de adelantar el pago de las facturas de los pequeños proveedores, la compañía ha detectado que en este segmento sigue existiendo un alto nivel de factorización. Ante esta situación, a fines de año se comenzó a negociar con una empresa de factoring con alta presencia en el mercado para que pueda ofrecer a los proveedores de Empresas SB una atención en mejores condiciones.

Cabe señalar al respecto que en este segmento Empresas SB solo registra atrasos de pago con aquellos proveedores que:

- no están autorizados a cobrar sus facturas por incumplimiento del Formulario 30 (Certificado de Empleo y Antecedentes Laborales y Previsionales).
- tienen sus facturas retenidas por Tesorería.
- aún no han entregado el servicio o producto comprometido.

## Continuamos formalizando los plazos excepcionales de pago que mantenemos con grandes y medianas empresas.

- **Convenios para pagos excepcionales fuera de plazo:** en línea con las disposiciones establecidas en la Ley 21.131, durante 2022, Empresas SB continuó normalizando con convenios formales los plazos excepcionales de pago que mantiene con algunas grandes y medianas compañías para registrarlos posteriormente en la plataforma dispuesta por el Ministerio de Economía para estos fines. Al cierre de año, había regularizado acuerdos con el 85% de estos cerca de 300 proveedores, un importante avance si se considera que al cierre de 2021 el alcance de estos convenios llegaba al 60%.



# Vinculación con la Comunidad



Como parte del Plan de Acción en Sostenibilidad reforzamos los programas del Instituto de Belleza y el Centro de Bienestar, y diseñamos nuevas iniciativas de vinculación comunitaria.

Considerando las oportunidades de relacionamiento que se desprenden de la amplia cobertura nacional de Salcobrand y Preunic, el foco de estas empresas en temas de salud y belleza, de alto interés para la población, y el propósito de ambas filiales de marcar diferencias en el mercado a partir de su rol social, le hemos asignado a la vinculación con la comunidad una creciente relevancia.

Esta es la razón por la cual la compañía se ha propuesto reforzar los programas que desarrolla con las comunidades y está generando nuevas líneas de trabajo en el marco del Plan de Acción en Sostenibilidad.

# Instituto de Belleza



Este Instituto fue creado en 2009 con el objetivo de brindar capacitaciones gratuitas y de calidad en temas de belleza, contribuyendo así al desarrollo de la autoestima y mejora en la calidad de vida tanto de las clientas de Preunic como de la comunidad en general. Con más de 75.000 alumnas en sus 13 años de funcionamiento, durante 2022, el Instituto desarrolló talleres en especialidades como cuidado y masaje capilar, colorimetría, maquillaje, manicure, pedicure, emprendimiento y asesoría de imagen.

# 223

Total de cursos en 2022

# 1.000

Horas de capacitación en el año

# 12.012

Asistentes

En 2022, con el fin de tener una mayor certeza sobre los impactos que generan sus talleres, el Instituto complementó las encuestas de cierre que realizaba a las estudiantes para conocer el nivel de satisfacción generado por la actividad, con encuestas de entrada, con el fin de conocer la información previa de las personas y de esa manera establecer de qué forma las beneficiaron los cursos, en términos de posibilidades de emprender o de aumento en los ingresos. Los resultados que arrojaron estos sondeos fueron los siguientes:

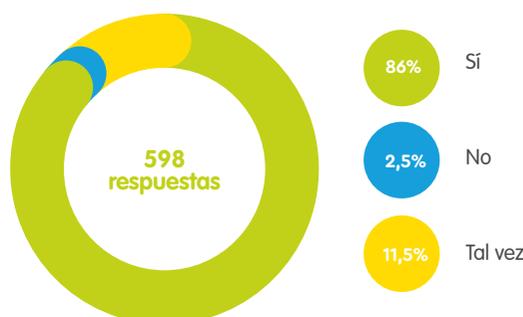
¿Notaste alguna mejora en tu sueldo después de las clases del Instituto de Belleza?

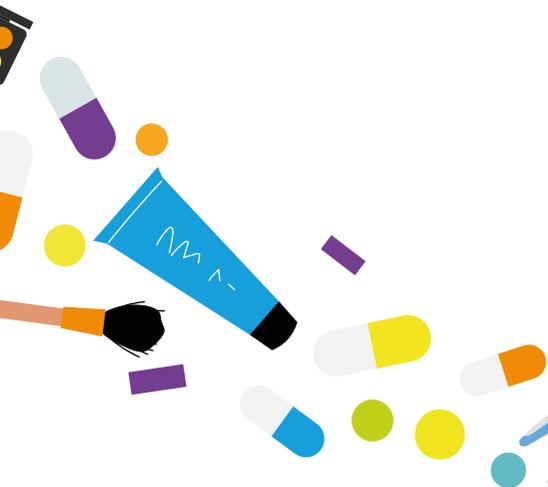


¿Actualmente mantienes algún emprendimiento relacionado con la belleza?



¿Consideras que los talleres del IB ayudaron a mejorar tu autoestima?





Nuestra aspiración es generar una comunidad con todos los stakeholders que participan en el Instituto de Belleza.

## Nueva propuesta de valor

Dado que el Instituto de Belleza Preunic es un espacio para transmitir la experiencia de belleza a las mujeres en Chile y promover rutinas en este ámbito que contribuyan a su autoestima, estamos impulsando ampliar nuestro impacto por medio del desarrollo de una propuesta de valor atractiva para nuestras alumnas, y así con esto crear comunidad entre quienes participan en nuestros talleres.

Por medio del Instituto de Belleza buscamos fortalecer el vínculo que tiene Preunic con su entorno, haciendo vivo su propósito de “democratizar la belleza”, y lograr, además, aportar al emprendimiento, objetivo que nos hemos planteado para 2023.

Otros desafíos que tiene el Instituto de Belleza son:

- » Posicionar a esta filial como empresa cercana, comprometida con la belleza integral de la mujer.
- » Capitalizar el aprendizaje de las alumnas, a partir de un vínculo más estrecho con cada una de ellas.

Entre las acciones que considera esta iniciativa destacan:

- » En 2022 realizamos un focus group con 12 alumnas para conocer sus expectativas respecto de los talleres y el impacto que generó en cada una de ellas haber ingresado al Instituto. Respecto de este último punto, las respuestas más recurrentes apuntaron a la mejora en la autoestima, el empoderamiento personal y la entrega de herramientas para emprender. Continuaremos levantando expectativas a través de nuestras encuestas de satisfacción que se envían a todas las alumnas.
- » Incorporamos a las alumnas al Club Mi Preunic.
- » Generamos nuevas alianzas con proveedores para crear una oferta de valor distintiva.
- » Se desarrollará una plataforma digital que permita conectar a las exalumnas y subir material de apoyo.



# Centro de Bienestar

El Centro de Bienestar Salcobrand es un espacio para transmitir a la comunidad prácticas y conocimientos que promuevan rutinas que impacten en la salud y bienestar de las personas, logrando así mejorar su calidad de vida con foco en prevención y autocuidado. En 2022, este programa realizó talleres sobre cuidado de la piel, primeros auxilios, emergencias médicas y cuidado de enfermos con enfoque COVID-19.

Durante el último año, con el objetivo de posicionar el Centro de Bienestar como un espacio de apoyo a la salud de los chilenos, comenzamos a desarrollar, entre otras acciones:

- » La incorporación del Centro a la sección de beneficios de la app de Mi Salcobrand.
- » El desarrollo de una campaña de comunicaciones en redes sociales.
- » Alianzas con nuevas organizaciones y centros de atención primaria.

Como parte de este plan, en 2022 también se reorientaron sus talleres hacia temas más vinculados con los focos de Salcobrand, como prevención, adherencia a tratamientos y personas mayores. Además, se establecieron convenios con Centros de Salud Familiares (Cesfam) y otras organizaciones que permitieron ampliar el alcance de esta iniciativa.

Como resultado de este trabajo, desde octubre se duplicó el número de participantes y se logró una mayor visibilidad pública del programa.

## 169

Total de cursos en 2022

## 464

Horas de capacitación en el año

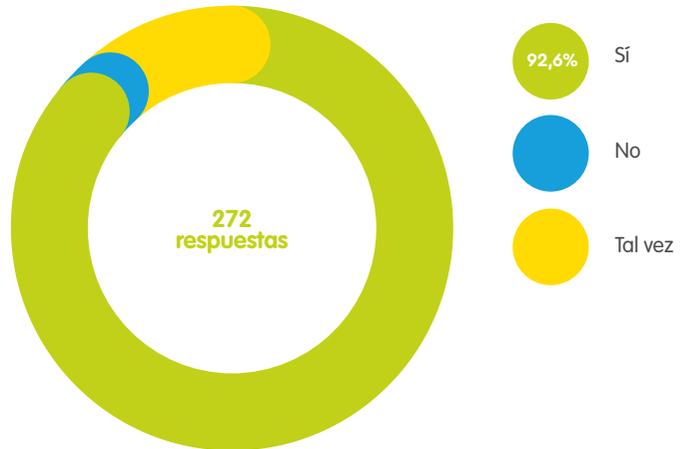
## 2.553

Asistentes

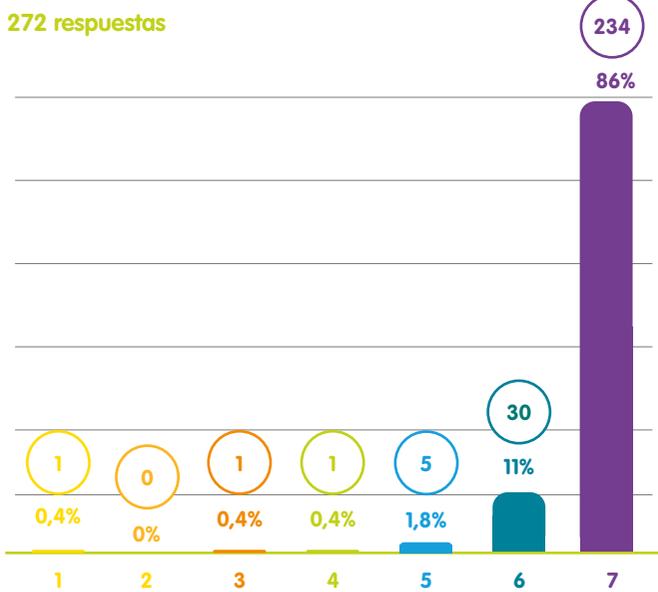




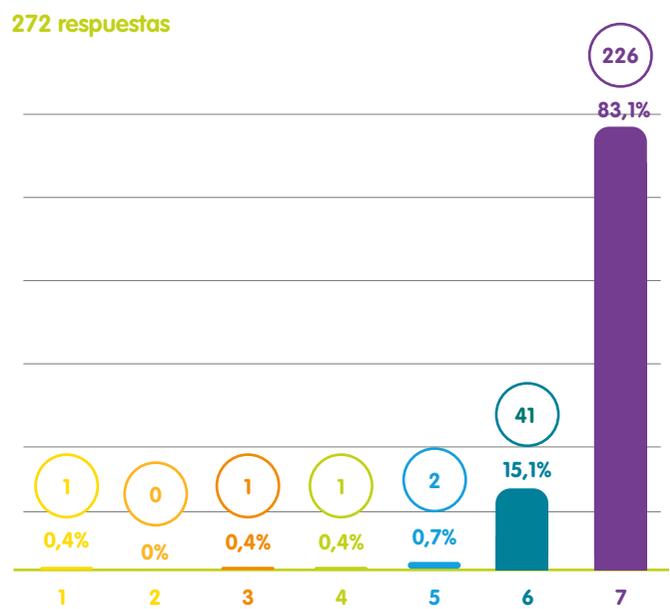
¿Consideras que los talleres impartidos por el Centro de Bienestar con foco en salud y bienestar tienen un real impacto en la calidad de vida de sus alumnos?



Con nota de 1 a 7, ¿qué tanto recomendarías participar en los talleres del Centro de Bienestar Salcobrand a un amigo/a o familiar?



Con nota de 1 a 7, ¿cómo evalúas el contenido tratado en los talleres que imparte el Centro de Bienestar?



# Nuevas iniciativas de vinculación comunitaria

Buscamos posicionar a nuestras dos principales filiales como empresas que aportan a la comunidad.

En el marco de nuestro plan de acción considerado en la Estrategia de Sostenibilidad, desde 2022, estamos trabajando en nuevas líneas de trabajo orientadas a seguir fortaleciendo nuestra vinculación con las comunidades. Estas iniciativas comprenden desde la creación de un programa de voluntariado hasta la definición de protocolos para la apertura de locales.

- **“Somos nuevos en el Barrio”:** a través de este proyecto se busca fortalecer el rol de Salcobrand y Preunic en las comunidades, generando valor compartido para la comunidad y nuestras filiales. Como parte de esta iniciativa, se generará:
  - » Un conjunto de acciones a seguir por cada local.
  - » Un canal bidireccional con las comunidades aledañas de regiones especialmente.
  - » Una oferta de valor sobre la cual generar sinergias con los municipios.

En diciembre de 2022 se dio inicio a un piloto de este proyecto, el que se extenderá hasta el primer semestre de 2023.

- **Colaborador es parte de la Comunidad:** este proyecto contempla la creación de un Programa de Voluntariado en Empresas SB, que permita empoderar a los colaboradores y materializar nuestros compromisos sociales como compañía. La iniciativa parte del principio de que “el aporte que la empresa hace a la comunidad es responsabilidad de todos quienes forman parte de nuestra organización”.



A través de este proyecto, buscamos:

- » Involucrar a la empresa y su equipo humano en la sociedad, buscando participar activamente en la solución de problemáticas sociales para generar un impacto positivo.
- » Incrementar el compromiso social de nuestros colaboradores y el orgullo de pertenencia.
- » Generar lazos que mejoren la cohesión interna y contribuyan a ampliar el impacto de la compañía en la sociedad.
- » Desarrollar capacidades y habilidades como la colaboración, el trabajo en equipo, el liderazgo y la creatividad.

El proyecto comenzó a desarrollarse en agosto de 2022 con la elección de las iniciativas y la convocatoria a los voluntarios. La primera experiencia se ejecutó en diciembre de 2022 en el colegio Casa Azul de La Granja, donde los voluntarios despejaron un terreno que posteriormente el establecimiento usará para la construcción de un espacio de juegos para los niños de prebásica y primer nivel.

- **Empresas SB abre sus puertas:** programado para 2023, este proyecto busca acercar a la comunidad educativa de los liceos técnicos a nuestra operación, de modo que puedan conocer cómo funciona la compañía, el estándar que requiere en los futuros operarios y la importancia que tienen nuestros procesos logísticos para la salud de la población. La iniciativa contempla la organización de visitas guiadas tanto al Centro de Distribución de Salcobrand como a las instalaciones en donde se desarrollan las labores de abastecimiento, en las que se entregará a los asistentes información sobre la empresa, la sostenibilidad, la salud y el cuidado del medio ambiente.



## Campañas con ONG

Para encarar las problemáticas de un mundo globalizado y avanzar hacia un cambio que refuerce a la sociedad, Empresas SB ha robustecido sus alianzas con fundaciones sobre la base de un trabajo colaborativo que permita poner las fortalezas del negocio a disposición de la búsqueda de soluciones sociales.

- **Aportes a Coaniquem:** durante el último año, entregamos a la Corporación de Ayuda al Niño Quemado \$12.557.571 provenientes de la campaña de "donación" que se hace en los puntos de ventas y otros \$32.750.069 generados por la venta de pañuelos desechables y bolsas de papel. Adicionalmente, Salcobrand quiso aportar \$50 millones para la construcción del Centro de Rehabilitación de Concepción que Coaniquem inaugurará en la comuna de San Pedro de La Paz. En el mes de mayo, además, efectuamos un conversatorio vía online, para todas las farmacias de la cadena en el país, con el Dr. Jorge Rojas, fundador de la Corporación, cuyo objetivo fue sensibilizar e involucrar a los colaboradores en el programa de donaciones.
- **Aportes a María Ayuda:** a esta organización, que atiende a niños, niñas y adolescentes vulnerados en su dignidad y derechos, aportamos en 2022 un total de \$12.937.169, por concepto de donación de vueltos.

- **Fundación Acrux:** nos sumamos a los operativos médicos que realiza esta fundación, que cuenta con el apoyo de la Armada, en zonas lejanas en donde no existen o tienen déficit de especialistas. Con la finalidad de explorar sinergias y nuevas oportunidades de trabajo conjunto, a lo largo del año incorporamos a estas actividades a representantes de Salcobrand, como jefes zonales, químicos farmacéuticos, dermoespecialistas y gerentes. En ciertos operativos, además, colaboramos con donaciones específicas de insumos necesarios para fortalecer el apoyo que se entrega en las zonas atendidas. Es el caso del operativo realizado en Calama, en el cual donamos 120 dispositivos PALPA para la detección de cáncer de mama como complemento al énfasis de atenciones ginecológicas que se hicieron en la comuna.



# Gestión y Cumplimiento Ambiental

Liderados por las áreas de Gestión y Cumplimiento Ambiental, de la Gerencia de Asuntos Legales y Gobierno Corporativo, nuestro objetivo es seguir avanzando en un Modelo de Gestión Integrado que dé cuenta de los temas materiales de riesgo corporativo ambiental para la compañía y sus filiales, considerando los estándares aplicables, las expectativas y los requerimientos de la ley o normativa en Chile.

Empresas SB cuenta con una Política de Gestión Medioambiental y un Programa de Cumplimiento Ambiental para la gestión de sus riesgos. En este sentido, hemos avanzado en el entendimiento del contexto, identificación de riesgos e impactos, evaluación de la importancia de los impactos, priorización, monitoreo, gestión y reportería.

Además, durante los últimos tres años, el principal foco de la compañía en este ámbito ha estado en la adaptación de sus procesos y marcos internos para cumplir con la normativa aplicable a la actividad de sus filiales. Desde 2022, esta labor se ha complementado con iniciativas que apuntan a generar una cultura ambiental en la compañía y avanzar en un plan estratégico que permita trabajar en estas materias de manera transversal y con un enfoque integral.



# Hitos en Cumplimiento Ambiental

- En el año 2022 se crea el área independiente de Cumplimiento Ambiental, que reporta a la Gerencia de Asuntos Legales y Gobierno Corporativo, cuyo propósito es asegurar el cumplimiento de las normas legales referentes al pilar ambiental de la sostenibilidad en toda la compañía.
- **Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (REP):** esta ley tiene por finalidad “disminuir la generación de residuos y fomentar su reutilización, reciclaje y otro tipo de valorización, a través de la instauración de la responsabilidad extendida del productor y de otros instrumentos de gestión de residuos, con el fin de proteger la salud de las personas y el medio ambiente”. Con metas para las empresas ya definidas en el D.S. 12/2020 del Ministerio de Medio Ambiente, que “establece metas de recolección y valorización, y otras obligaciones asociadas de envases y embalajes”, la Ley determina que los productores deberán gestionar sus residuos mediante Sistemas de Gestión Individuales o Colectivos. En este contexto, las empresas del Grupo ESB (Medcell, Preunic, Salcobrand e Inversiones DJ) confirmaron su adhesión al Gran Sistema de Gestión Colectivo (GRANSIC) “ReSimple”, organización financiada por sus empresas afiliadas, que deberá implementar un Plan de Gestión autorizado por el Ministerio del Medio Ambiente para gestionar las obligaciones establecidas respecto de la gestión de residuos domiciliarios y no domiciliarios, e iniciar sus operaciones en septiembre de 2023.

En 2022, para el cumplimiento de la Ley REP, las empresas del Grupo ESB (Medcell, Preunic, Salcobrand e Inversiones DJ) confirmaron su adhesión al Gran Sistema de Gestión Colectivo (GRANSIC) “ReSimple”.

Cabe señalar que durante el segundo semestre de 2022, como parte de nuestro convenio, ReSimple realizó charlas a los principales ejecutivos de la compañía sobre la Ley REP, economía circular y gestión de residuos como consumidores industriales, entre otros temas. Estas capacitaciones se realizaron en el contexto de la asesoría y acompañamiento de ReSimple a todas sus empresas afiliadas o prontas a afiliarse para el cumplimiento de la Ley REP.





- **Eficiencia Energética:** en 2021, se promulgó en nuestro país la primera Ley de Eficiencia Energética, cuyo objetivo es promover un uso racional y eficiente de los recursos y que abarca prácticamente todos los consumos energéticos del país; entre ellos, el del sector comercial. También en 2021 se publicó el Decreto 163 Exento del Ministerio de Energía que establece los criterios para determinar las empresas que deben reportar anualmente su información energética, conforme lo dispuesto en el Artículo 2° de la Ley N° 21.305. Finalmente, en septiembre de 2022 fue formalizado el Reglamento Sobre Gestión Energética de los Consumidores con Capacidad de Gestión de Energía. Este documento establece, entre otras disposiciones, el procedimiento para informar los consumos de energía y las acciones

de eficiencia energética realizadas y proyectadas; los mecanismos y requisitos para la implementación de los sistemas de gestión de energía; la forma de efectuar las auditorías de los sistemas de gestión de energía; el procedimiento de aprobación de las empresas auditoras, y la forma de comprobar la vigencia y operación de las normas chilenas o su equivalente internacional.

Considerando que el Reglamento de Eficiencia Energética obliga a reportar a las compañías que cumplen con los criterios del Decreto 163 Exento; es decir, con ventas de más de un millón de UF, sobre 200 trabajadores o con consumos superiores a 50 teracalorías, en diciembre de 2022, Empresas SB declaró al Ministerio de Energía su informe sobre 2021, tanto para Salcobrand como para Preunic.





Con el fin de dar cumplimiento a estos marcos legales, en 2022, Empresas SB trabajó en las siguientes líneas prioritarias:

- » Kick off del proyecto “Panel de Monitoreo y Consolidación de Variables Ambientales”. El objetivo de esta plataforma es consolidar y sistematizar una base de datos de parámetros ambientales como energía eléctrica, agua, gas, residuos no peligrosos y peligrosos, entre otros, para dar cabal cumplimiento a la normativa. Además, servirá de insumo para gestionar nuestros aspectos ambientales, optimizar los recursos y postular a nuevas certificaciones, entre otros propósitos.
- » De manera paralela al diseño de este “Panel de Monitoreo”, la Gerencia de Finanzas impulsó el proyecto Clickie. Liderada por la Subgerencia de Administración, esta iniciativa respondió a la necesidad de controlar y optimizar los recursos asociados a energía eléctrica en Salcobrand. Como parte de las evaluaciones que se desarrollaron en el marco de este proyecto, se detectaron fugas y gastos excesivos asociados al consumo energético. Para corregir estas situaciones, con el apoyo de una consultora, la compañía hizo un mapeo del consumo energético en 400 locales, lo que permitió identificar situaciones anómalas.
- **Procedimiento Declaraciones Ventanilla Única del Registro de Emisiones y Transferencias de Contaminantes (RETC), que norma la entrega de información a la autoridad y establece controles por parte del área de Cumplimiento Ambiental.** Como mejora para el cumplimiento de estas exigencias, se generó un procedimiento que norma la entrega de la información a la autoridad. Orientado a evitar inconsistencias en los datos o declaraciones dobles, este procedimiento establece responsabilidades para: los encargados de establecimiento (actualmente, los directores técnicos de los centros de distribución y de Recetario Magistral Salcobrand), delegados y representantes legales.

## Diseñamos un Panel de Monitoreo y Consolidación de Variables Ambientales, que nos permitirá hacer seguimiento de la gestión y el consumo energético.

- **Normas sobre fuentes fijas, grupos electrógenos y plan de descontaminación:** en este ámbito, a los requerimientos existentes al año 2021 se sumó una nueva exigencia del Sistema de Seguimiento Atmosférico (SISAT), que obliga a catastrar todas las fuentes fijas con que cuentan los establecimientos de Empresas SB. Esta labor se efectuó en Preunic, Medcell y Salcobrand.
- **De acuerdo al Programa de Cumplimiento Ambiental, durante el último año se realizaron visitas de diagnóstico** a Recetario Magistral y a centros de distribución de Salcobrand, Inversiones DJ y Medcell para verificar las brechas de cumplimiento de normativas ambientales-sanitarias. Entre ellas se pueden mencionar: almacenamiento de sustancias peligrosas, manejo de residuos peligrosos y no peligrosos, Ley REP, Declaraciones del Registro de Emisiones y Transferencia de Contaminantes (RETC), emisiones de grupos electrógenos y caldera, Plan de Prevención y Descontaminación Atmosférica para la Región Metropolitana y norma de RILES. Posteriormente, se efectuaron seguimientos de los planes de acción hasta la subsanación de las brechas.

# Gestión de residuos peligrosos y no peligrosos

Empresas SB, a través de sus filiales, genera dos tipos de residuos: peligrosos y no peligrosos. La descripción de cada uno de los materiales que contemplan estas categorías es la siguiente:

## Residuos no peligrosos



### 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.



### Residuo de 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 peligrosos	Descripción
<b>Residuos inflamables</b>	Envases y/o productos mermados de características de peligrosidad inflamable.
<b>Residuos reactivos</b>	Envases y/o productos mermados de características de peligrosidad reactiva.
<b>Residuos tóxicos</b>	Medicamentos, envases y/o productos mermados de características de peligrosidad tóxica aguda, crónica o extrínseca.
<b>Residuos corrosivos</b>	Envases y/o productos mermados de características de peligrosidad corrosiva.
<b>Mezcla de residuos peligrosos</b>	Mezcla de envases y/o productos mermados de cualquier tipo de peligrosidad que hayan sido eliminados de manera conjunta.

Los residuos peligrosos se gestionan con empresas autorizadas que los eliminan por medio del coprocesamiento, técnica que utiliza la mezcla de materiales para producir combustible alterno.

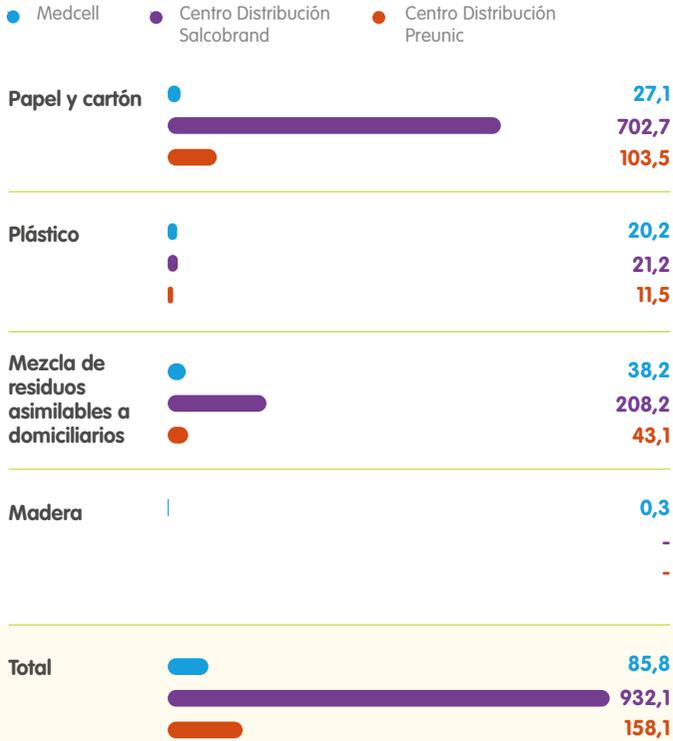
Los residuos no peligrosos, por su parte, se tratan a través de los siguientes procesos:

Tipo de tratamiento	Descripción del tratamiento
<b>Eliminación</b>	
<b>Disposición final</b>	Vertedero Monorrelleno Basural Depósito de seguridad
<b>Pretratamiento (Centros de acopio)</b>	Residuos voluminosos Residuos municipales
<b>Valoración</b>	
<b>Pretratamiento (Centros de acopio)</b>	Pretratamiento de papel, cartón y productos de papel Pretratamiento de aceites y grasas comestibles Pretratamiento de plásticos Pretratamiento de neumáticos fuera de uso Pretratamiento de residuos voluminosos Aparatos eléctricos y electrónicos Materiales electrónicos Pretratamiento y equipos de refrigeración
<b>Reciclaje</b>	Reciclaje de papel, cartón y productos de papel Reciclaje de plásticos Reciclaje de voluminosos Reciclaje de aparatos eléctricos y electrónicos



## Peso total de residuos generados en 2022 (toneladas métricas)

### Residuos no peligrosos



### Residuos peligrosos



Tipos de residuos	Ámbito de generación	Operación y Tratamiento (en ton)	Medcell	CD Salcobrand	CD Preunic
Residuos no peligrosos	Dentro de las instalaciones	Valorización/Reciclaje	0	0	0
		Eliminación	0	0	0
	Fuera de las instalaciones	Valorización/Reciclaje	47,6	723,9	115
		Eliminación	38,2	208,2	43,1
Residuos peligrosos	Dentro de las instalaciones	Valorización/Reciclaje	0	0	0
		Eliminación	0	0	0
	Fuera de las instalaciones	Valorización/Reciclaje	0	48,35	3,8
		Eliminación	0	0	0

Toneladas de residuos de Salcobrand eliminados (por categoría)



\* Prácticamente la totalidad de los residuos de consumo masivo no peligrosos que se generaron en 2022 se enviaron a liquidadores. La proporción restante -una cantidad menor- se destruyó junto con los medicamentos en general con empresas autorizadas.

\*\* Inflamables destruidos corresponden a productos de consumo masivo.

Toneladas de residuos de Preunic eliminados (por categoría)



Paneles solares instalados en el techo del CD de Salcobrand



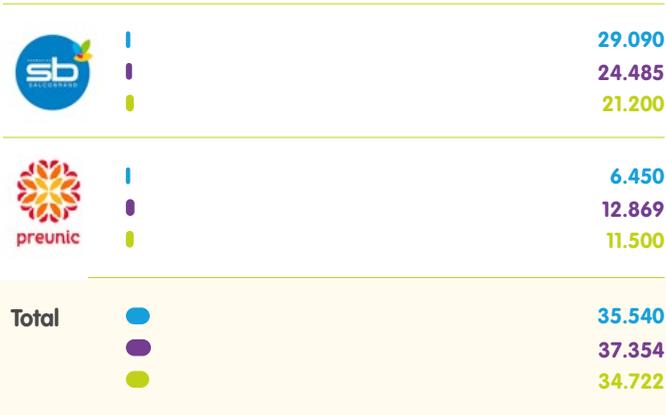
Reciclaje en Salcobrand y Preunic por tipo de material (en kilos)



Cartón



Plástico



# Proyectos del Plan de Sostenibilidad con impacto ambiental

La Mesa de Sostenibilidad ha avanzado en los siguientes ámbitos de la Estrategia de Sostenibilidad con impacto ambiental:

- **“Somos Marcas Propias”**: busca desarrollar una línea amigable con el medio ambiente en términos de formulación y/o packaging. La certificación de estas nuevas líneas se estima que estará en abril de 2023.
- **“Productos Sostenibles en Preunic”**: tiene por finalidad identificar aquellos productos del mix del negocio que, por su formulación,

empaque, desarrollo u origen de materias primas, cuentan con características distintivas relacionadas con el medio ambiente, para así guiar a los clientes durante el proceso de decisión de compra. Esta iniciativa está en sintonía con el proyecto **“Productos Sostenibles en Salcobrand”**, cuya finalidad es potenciar la promoción en sala y online del mix de productos con identificación sostenible validada por un ente externo.



Crece  
en ti

La belleza es  
diversa

# ANEXOS

Sobre este Reporte • Materialidad • Índice de Contenidos GRI • Información Adicional

# Sobre este Reporte



Este Reporte de Sostenibilidad es el noveno que Empresas SB publica de manera consecutiva desde el año 2015. A través de sus contenidos, la compañía rinde cuentas a sus públicos de interés respecto de la forma en que gestionó sus impactos positivos y negativos durante el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2022.

Este Reporte de Sostenibilidad fue elaborado conforme a los Estándares GRI. Además:

- » Equivale a la comunicación de los progresos de Empresas SB para el cumplimiento de los compromisos del Pacto Global.
- » Recoge voluntariamente algunas de las exigencias de divulgación sobre temas ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) establecidas en la Norma de Carácter General 461, de la Comisión para el Mercado Financiero (CMF).

La información contenida en este documento comprende las 10 filiales del Grupo. Asimismo, fue elaborada por las respectivas áreas responsables y luego validada por la Alta Administración. Tomando en cuenta este proceso de revisión interno, en esta ocasión no se consideró necesario someter esta memoria a la verificación de una entidad externa.

Los datos aportados en este Reporte de Sostenibilidad sobre el desempeño 2022 de la compañía se complementan en algunas secciones con métricas e información referida a años anteriores, con el fin de ilustrar los avances de la organización en sus distintos ámbitos de gestión.

Más información sobre la estrategia de sostenibilidad de Empresas SB y de sus programas asociados se puede encontrar en el sitio web [www.empresassb.cl](http://www.empresassb.cl).

Las consultas y comentarios sobre los contenidos de este Reporte deben dirigirse a los correos [mjfuntealba@sb.cl](mailto:mjfuntealba@sb.cl) y [cyanezm@sb.cl](mailto:cyanezm@sb.cl).

# Materialidad

Este Reporte de Sostenibilidad fue elaborado teniendo en consideración los principios generales y de contenido que plantean los Estándares GRI. Estos son:

Principios Generales
Precisión
Equilibrio
Claridad
Comparabilidad
Fiabilidad
Puntualidad

Principios de Contenido
Contexto de sostenibilidad
Exhaustividad
Inclusión de los grupos de interés
Materialidad

Sobre esta base, y para alinear los contenidos del documento a las expectativas de información de los grupos de interés y el entorno, la empresa desarrolló un proceso de materialidad que contempló las siguientes etapas y acciones asociadas:

- **Etapas 1: Comprensión del contexto y la actividad de la organización**

Con el objetivo de entender las características propias del negocio y la organización, se revisaron políticas, estrategias y procedimientos internos, resultados económicos, encuestas a grupos de interés, contexto de sostenibilidad y reportes de entidades similares, entre otras fuentes secundarias. Como parte de esta fase, también se analizaron con especial atención los resultados de la consulta externa que la compañía efectuó en el marco de la elaboración de su Política de Derechos Humanos. Este proceso involucró un ciclo de 45 entrevistas personales y grupales a representantes de todos los grupos de interés estratégicos de Empresas SB y permitió identificar los temas materiales que la organización debía priorizar en su relación con los colaboradores, clientes, proveedores, la comunidad y el medio ambiente.

- **Etapas 2: Identificación de impactos**

A partir de este análisis, se elaboró un listado inicial de 44 impactos potenciales y reales que la organización, por las particularidades de su actividad, puede provocar.

- **Etapas 3: Evaluación de impactos**

Con posterioridad, este listado inicial fue evaluado sobre la base de los criterios definidos por GRI para cada tipo de impacto. Esto permitió establecer un umbral de publicación y definir, a partir de este indicador, una lista más acotada de impactos.

- **Etapas 4: Priorización de impactos más significativos**

Esta nueva lista se priorizó en conjunto con la Gerencia de Sostenibilidad y Comunicaciones y luego se cruzó con los indicadores temáticos GRI, lo que derivó en la definición de los 10 temas materiales a reportar. Para finalizar, este listado de temas materiales fue validado por el gerente de Personas de Empresas SB, área que lidera el proyecto.



# Índice de Contenido GRI

<b>Declaración de uso</b>	Empresas SB ha elaborado el informe conforme a los Estándares GRI para el período comprendido entre el 1 de enero de 2022 y el 31 de diciembre del mismo año.
<b>GRI 1 usado</b>	GRI 1: Fundamentos 2021
<b>Estándares Sectoriales GRI aplicables</b>	No existen Estándares Sectoriales Aplicables

ESTÁNDAR GRI / OTRA FUENTE	CONTENIDO	UBICACIÓN	OMISIÓN	Nº REF. DEL ESTÁNDAR SECTORIAL GRI
----------------------------	-----------	-----------	---------	------------------------------------

## CONTENIDOS GENERALES

ESTÁNDAR GRI / OTRA FUENTE	CONTENIDO	UBICACIÓN	OMISIÓN	Nº REF. DEL ESTÁNDAR SECTORIAL GRI
<b>GRI 2: Contenidos generales 2021</b>	<b>2-1</b> Detalles organizacionales	16-17		
	<b>2-2</b> Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	16-17, 136		
	<b>2-3</b> Período objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	136		
	<b>2-4</b> Actualización de la información	136		
	<b>2-5</b> Verificación externa	136		
	<b>2-6</b> Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	16-17, 52, 54, 69, 114		
	<b>2-7</b> Empleados	89, 90		
	<b>2-8</b> Trabajadores que no son empleados	Anexos (Información Adicional)		
	<b>2-9</b> Estructura de gobernanza y composición	27, 35		
	<b>2-10</b> Designación y selección del máximo órgano de gobierno	28		
	<b>2-11</b> Presidente del máximo órgano de gobierno	27		
	<b>2-12</b> Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	30		
	<b>2-13</b> Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos	30, 60		
	<b>2-14</b> Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	30, 137		
	<b>2-15</b> Conflictos de interés	29		

ESTÁNDAR GRI / OTRA FUENTE	CONTENIDO	UBICACIÓN	OMISIÓN	Nº REF. DEL ESTÁNDAR SECTORIAL GRI
<b>CONTENIDOS GENERALES</b>				
<b>GRI 2: Contenidos generales 2021</b>	<b>2-16</b> Comunicación de inquietudes críticas	30		
	<b>2-17</b> Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	30		
	<b>2-18</b> Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno		Información no disponible	
	<b>2-19</b> Políticas de remuneración	29		
	<b>2-20</b> Proceso para determinar la remuneración	29		
	<b>2-21</b> Ratio de compensación total anual		Información no disponible (En ESB, esta información no es pública)	
	<b>2-22</b> Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	58		
	<b>2-23</b> Compromisos y políticas	38-40, 58-63		
	<b>2-24</b> Incorporación de los compromisos y políticas	69, 77, 82, 89, 99, 106, 114, 118, 125		
	<b>2-25</b> Procesos para remediar los impactos negativos	69, 77, 82, 89, 99, 106, 114, 118, 125		
	<b>2-26</b> Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	29, 70-71, 75, 93, 113, 119, 122		
	<b>2-27</b> Cumplimiento de la legislación y las normativas	38, 83, 87, 103, 125		
	<b>2-28</b> Afiliación a asociaciones	64		
	<b>2-29</b> Enfoque para la participación de los grupos de interés	63		
<b>2-30</b> Convenios de negociación colectiva	112			

**TEMAS MATERIALES**

<b>GRI 3: Temas Materiales 2021</b>	<b>3-1</b> Proceso de determinación de los temas materiales	137		
	<b>3-2</b> Lista de los temas materiales	138		

## TEMAS MATERIALES

ESTÁNDAR GRI / OTRA FUENTE	CONTENIDO	UBICACIÓN	GESTIÓN
<b>DESEMPEÑO ECONÓMICO</b>			
<b>GRI 3: Temas Materiales 2021</b>	<b>3-3 Gestión de los temas materiales</b>		
<b>GRI 201: Desempeño Económico</b>	<b>201-1</b> Valor Económico Directo Generado y Distribuido	65	
	<b>201-2</b> Implicaciones Financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del Cambio Climático	88, 128, 132	
	<b>201-4</b> Asistencia financiera recibida del Gobierno	65	
<b>PRESENCIA EN EL MERCADO</b>			
<b>GRI 3: Temas Materiales 2021</b>	<b>3-3 Gestión de los temas materiales</b>		
<b>GRI 202: Presencia en el Mercado</b>	<b>202-1</b> Ratios entre el salario de categoría inicial estándar por género y el salario mínimo legal	Anexos (Información Adicional)	
	<b>202-2</b> Proporción de altos ejecutivos contratados en la comunidad local	Anexos (Información Adicional)	
<b>IMPACTOS ECONÓMICOS</b>			
<b>GRI 3: Temas Materiales 2021</b>	<b>3-3 Gestión de los temas materiales</b>		
<b>GRI 203: Impactos Económicos Indirectos</b>	<b>203-2</b> Impactos económicos indirectos significativos	78, 115, 119	
<b>SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES</b>			
<b>GRI 3: Temas Materiales 2021</b>	<b>3-3 Gestión de los temas materiales</b>		
<b>GRI 416: Salud y Seguridad de los Clientes</b>	<b>416-1</b> Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad	82-88	
	<b>416-2</b> Casos de incumplimiento relativos a los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad	82-88	

TEMAS MATERIALES

ESTÁNDAR GRI / OTRA FUENTE	CONTENIDO	UBICACIÓN	GESTIÓN
<b>ANTICORRUPCIÓN</b>			
<b>GRI 3: Temas Materiales 2021</b>	<b>3-3 Gestión de los temas materiales</b>		
<b>GRI 205: Anticorrupción</b>	<b>205-1</b> Operaciones evaluadas en función de los riesgos relacionados con la corrupción	38-40	
	<b>205-2</b> Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	39	
	<b>205-3</b> Incidentes de corrupción confirmados y medidas tomadas	38-40	
<b>COMPETENCIA DESLEAL</b>			
<b>GRI 3: Temas Materiales 2021</b>	<b>3-3 Gestión de los temas materiales</b>		
<b>GRI 206: Competencia Desleal</b>	<b>206-1</b> Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopolísticas y contra la libre competencia		En 2022, Empresas SB no registró ninguna denuncia por prácticas contra la libre competencia.
<b>EMPLEO</b>			
<b>GRI 3: Temas Materiales 2021</b>	<b>3-3 Gestión de los temas materiales</b>		
<b>GRI 406: Empleo</b>	<b>406-1</b> Contrataciones de nuevos empleados y rotación del personal	Anexos (Información Adicional)	
	<b>406-2</b> Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial	92, 100, Anexos (Información Adicional)	
	<b>406-3</b> Permiso parental	105	
<b>RELACIÓN TRABAJADOR EMPRESA</b>			
<b>GRI 3: Temas Materiales 2021</b>	<b>3-3 Gestión de los temas materiales</b>		
<b>GRI 402: Relaciones Trabajador-Empresa</b>	<b>402-1</b> Plazos de aviso mínimo sobre cambios operacionales	112	

## TEMAS MATERIALES

ESTÁNDAR GRI / OTRA FUENTE	CONTENIDO	UBICACIÓN	GESTIÓN
<b>FORMACIÓN Y EDUCACIÓN</b>			
<b>GRI 3: Temas Materiales 2021</b>	<b>3-3 Gestión de los temas materiales</b>		
<b>GRI 404: Formación y Educación</b>	<b>404-1</b> Promedio de horas de formación al año por empleado	95-96, Anexos (Información Adicional)	
	<b>404-2</b> Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición	91, 94-95, 97-98	
	<b>404-3</b> Porcentaje de empleados que reciben evaluación periódica de su desempeño y del desarrollo de su carrera	Anexos (Información Adicional)	
<b>DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES</b>			
<b>GRI 3: Temas Materiales 2021</b>	<b>3-3 Gestión de los temas materiales</b>		
<b>GRI 405: Diversidad e Igualdad de Oportunidades</b>	<b>405-1</b> Diversidad de órganos de gobierno y empleados	27, 35, Anexos (Información Adicional)	
	<b>405-2</b> Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y hombres	Anexos (Información Adicional)	
<b>RESIDUOS</b>			
<b>GRI 3: Temas Materiales 2021</b>	<b>3-3 Gestión de los temas materiales</b>		
<b>GRI 306: Residuos</b>	<b>306-1</b> Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	126, 129-132	
	<b>306-2</b> Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	126, 129-132	
	<b>306-3</b> Residuos generados	129-132	
	<b>306-4</b> Residuos no destinados a eliminación	129-132	
	<b>306-5</b> Residuos destinados a eliminación	129-132	

TEMAS MATERIALES

ESTÁNDAR GRI / OTRA FUENTE	CONTENIDO	UBICACIÓN	GESTIÓN
<b>SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO</b>			
<b>GRI 3: Temas Materiales 2021</b>	<b>3-3 Gestión de los temas materiales</b>		
<b>GRI 403: Salud y Seguridad en el Trabajo</b>	<b>403-8</b> Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	108	
	<b>403-9</b> Lesiones por accidente laboral	108	
	<b>403-10</b> Las dolencias y enfermedades laborales	108	
<b>INNOVACIÓN</b>			
<b>GRI 3: Temas Materiales 2021</b>	<b>3-3 Gestión de los temas materiales</b>		
<b>Innovación</b>	Proyectos de innovación recibidos por Empresas SB a través de Open Salcobrand	72-73	

# Información Adicional

## GRI 202-2 Proporción de altos ejecutivos contratados en la comunidad local

Total jefes zonales en Empresas SB	Porcentaje de jefes zonales que son contratados en la comunidad local
25	84%

## Porcentaje de colaboradores con evaluación periódica de desempeño en 2022

Categorías de cargo	Hombres	Mujeres	Total
Alta Gerencia	100,00%	-	100,00%
Gerencia	94,34%	94,44%	94,38%
Jefatura	89,11%	86,72%	87,75%
Operario	88,64%	86,30%	88,13%
Fuerza de venta	86,08%	77,60%	79,92%
Administrativo	83,09%	85,29%	84,31%
Auxiliar	100,00%	100,00%	100,00%
Otros profesionales	83,20%	85,29%	84,35%
Otros técnicos	85,71%	100,00%	86,67%
<b>Total</b>	<b>86,84%</b>	<b>79,89%</b>	<b>82,27%</b>

GRI 2-7 Empleados

Región	Empleados fijos		Empleados temporales (I)		Empleados por horas no garantizadas		Empleados a tiempo completo		Empleados a tiempo parcial		Total colaboradores por región	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Región de Arica y Parinacota	21	53	4	1	0	0	21	53	1	5	22	58
	<b>74</b>		<b>5</b>		<b>0</b>		<b>74</b>		<b>6</b>		<b>80</b>	
Región de Tarapacá	31	89	4	2	0	0	32	92	2	7	34	99
	<b>120</b>		<b>6</b>		<b>0</b>		<b>124</b>		<b>9</b>		<b>133</b>	
Región de Antofagasta	55	237	15	17	0	0	61	246	1	19	62	265
	<b>292</b>		<b>32</b>		<b>0</b>		<b>307</b>		<b>20</b>		<b>327</b>	
Región de Atacama	27	82	5	6	0	0	28	77	1	9	29	86
	<b>109</b>		<b>11</b>		<b>0</b>		<b>105</b>		<b>10</b>		<b>115</b>	
Región de Coquimbo	86	150	12	5	0	0	86	158	6	11	92	169
	<b>236</b>		<b>17</b>		<b>0</b>		<b>244</b>		<b>17</b>		<b>261</b>	
Región de Valparaíso	253	472	22	27	0	0	255	476	16	52	271	528
	<b>725</b>		<b>49</b>		<b>0</b>		<b>731</b>		<b>68</b>		<b>799</b>	
Región Metropolitana	1.756	3.103	64	110	0	0	1.788	3.032	90	274	1.878	3.306
	<b>4.859</b>		<b>174</b>		<b>0</b>		<b>4.820</b>		<b>364</b>		<b>5.184</b>	
Región de O'Higgins	83	217	9	11	0	0	86	210	2	18	88	228
	<b>300</b>		<b>20</b>		<b>0</b>		<b>296</b>		<b>20</b>		<b>316</b>	
Región del Maule	118	189	8	10	0	0	118	179	5	18	123	197
	<b>307</b>		<b>18</b>		<b>0</b>		<b>297</b>		<b>23</b>		<b>320</b>	
Región del Biobío	215	469	21	13	0	0	210	441	20	41	230	482
	<b>684</b>		<b>34</b>		<b>0</b>		<b>651</b>		<b>61</b>		<b>712</b>	
Región de Ñuble	45	76	6	7	0	0	44	72	3	9	47	81
	<b>121</b>		<b>13</b>		<b>0</b>		<b>116</b>		<b>12</b>		<b>128</b>	
Región de La Araucanía	122	236	6	11	0	0	122	230	8	21	130	251
	<b>358</b>		<b>17</b>		<b>0</b>		<b>352</b>		<b>29</b>		<b>381</b>	
Región de Los Ríos	50	83	5	0	0	0	51	73	2	17	53	90
	<b>133</b>		<b>5</b>		<b>0</b>		<b>124</b>		<b>19</b>		<b>143</b>	
Región de Los Lagos	86	169	2	4	0	0	83	171	5	9	88	180
	<b>255</b>		<b>6</b>		<b>0</b>		<b>254</b>		<b>14</b>		<b>268</b>	
Región de Aysén	9	23	1	1	0	0	11	26	0	0	11	26
	<b>32</b>		<b>2</b>		<b>0</b>		<b>37</b>		<b>0</b>		<b>37</b>	
Región de Magallanes	18	58	2	1	0	0	19	61	0	4	19	65
	<b>76</b>		<b>3</b>		<b>0</b>		<b>80</b>		<b>4</b>		<b>84</b>	
Total	2.975	5.706	186	226	0	0	3.015	5.597	162	514	3.177	6.111
	<b>8.681</b>		<b>412</b>		<b>0</b>		<b>8.612</b>		<b>676</b>		<b>9.288</b>	

## Diversidad en la Alta Administración

Ejecutivos por género	Nacionalidad		Rango de edad			Número de personas con discapacidad
	Chilenos	Extranjeros	Menores de 30 años	Entre 30 y 50 años	Mayores de 50 años	
Hombres	9	1	0	3	7	0
Mujeres	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>0</b>

Colaboradores por edad	2021	2022
Menos de 30 años	1.955	1.868
Entre 30 y 40 años	2.895	2.879
Entre 41 y 50 años	2.283	2.559
Entre 51 y 60 años	1.573	1.566
Entre 61 y 70 años	427	383
Más de 70 años	32	33

Colaboradores por antigüedad laboral	Hombres 2021	Mujeres 2021	Hombres 2022	Mujeres 2022
Menos de 3 años	1.194	1.942	1.148	2.010
Entre 3 y 6 años	694	1.378	727	1.321
Más de 6 y menos de 9 años	417	979	385	919
Entre 9 y 12 años	255	612	287	678
Más de 12 años	592	1.102	630	1.183

GRI 2-8 Trabajadores que no son empleados

Tipos de empresas en las que se desempeñan los trabajadores externos en Empresas SB	Número de trabajadores habituales durante el año
Servicio de Seguridad	202
Servicio de Seguridad Privada	170
Casinos	40
Servicio de Contact Center	80
Servicio de Aseo	96
Servicio de Vigilancia	143
Otros (etiquetado, bandeos, estuchados y otros)	47
Servicios Logísticos	5

GRI 401-1 Nuevas contrataciones

Región	Nuevos empleados por género		Nuevos empleados por rangos de edad			Total nuevas contrataciones en 2022
	Hombres	Mujeres	Menores de 30 años	Entre 30 y 50 años	Mayores de 50 años	
Región de Arica y Parinacota	17	16	20	12	1	33
Región de Tarapacá	22	48	46	18	6	70
Región de Antofagasta	67	134	130	60	11	201
Región de Atacama	14	24	29	6	3	38
Región de Coquimbo	32	48	44	31	5	80
Región de Valparaíso	99	208	170	114	23	307
Región Metropolitana	689	1.137	993	691	142	1.826
Región de O'Higgins	41	61	60	38	4	102
Región del Maule	38	59	64	24	9	97
Región del Biobío	76	116	106	59	27	192
Región de Ñuble	25	33	34	21	3	58
Región de La Araucanía	34	87	81	36	4	121
Región de Los Ríos	14	22	19	13	4	36
Región de Los Lagos	22	52	42	25	7	74
Región de Aysén	4	16	14	3	3	20
Región de Magallanes	7	25	19	13	0	32
<b>Total</b>	<b>1.201</b>	<b>2.086</b>	<b>1.871</b>	<b>1.164</b>	<b>252</b>	<b>3.287</b>

## Tasa de Rotación (por región, género y rango de edad)

Región	Rotación por género		Rotación por rangos de edad			Total Tasa de Rotación en 2022
	Hombres	Mujeres	Menores de 30 años	Entre 30 y 50 años	Mayores de 50 años	
Región de Arica y Parinacota	13,50%	23,30%	17,20%	17,20%	2,50%	36,80%
Región de Tarapacá	13,20%	24,10%	24,10%	10,10%	3,10%	37,40%
Región de Antofagasta	16,60%	34,70%	27,10%	18,10%	6,10%	51,30%
Región de Atacama	9,50%	16,40%	13,80%	8,60%	3,50%	25,90%
Región de Coquimbo	6,30%	17,20%	10,20%	11,40%	2,00%	23,50%
Región de Valparaíso	10,60%	20,00%	12,40%	14,20%	4,10%	30,60%
Región Metropolitana	11,10%	19,20%	14,70%	12,50%	3,20%	30,30%
Región de O'Higgins	9,20%	15,30%	12,10%	9,90%	2,60%	24,50%
Región del Maule	9,20%	12,00%	10,70%	7,90%	2,50%	21,20%
Región del Biobío	8,30%	13,60%	11,10%	7,10%	3,60%	21,80%
Región de Ñuble	12,80%	23,40%	15,10%	14,30%	6,80%	36,20%
Región de La Araucanía	6,70%	14,90%	10,40%	10,10%	1,10%	21,60%
Región de Los Ríos	6,40%	13,40%	6,40%	10,60%	2,80%	19,80%
Región de Los Lagos	6,50%	15,30%	12,60%	7,30%	1,90%	21,80%
Región de Aysén	11,10%	36,10%	22,20%	16,70%	8,30%	47,20%
Región de Magallanes	3,70%	29,70%	19,80%	12,40%	1,20%	33,40%
<b>Total</b>	<b>10,40%</b>	<b>18,90%</b>	<b>14,10%</b>	<b>11,90%</b>	<b>3,20%</b>	<b>29,20%</b>

## Rotación por Categoría de Cargo

Categoría de cargo	Rotación 2020	Rotación 2021	Rotación 2022
Administrativos /asistentes	19,9%	21,2%	29,9%
Asesores	35,7%	49,7%	63,5%
Cajeros	11,9%	17,9%	29,2%
Jefes y Profesionales	17,2%	23,8%	20,4%
Supervisores	12,9%	19,1%	15,5%
Vendedores	16,8%	14,5%	18,1%
Operarios	18,7%	27,3%	31,1%
Auxiliares/Mensajeros	9,3%	31,0%	0,0%
Técnicos	16,6%	0,0%	32,3%
Ejecutivos	3,5%	5,3%	8,4%
TOTAL	21,3%	25,1%	29,3%

## GRI 401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo

Prestaciones que son habituales para los empleados a tiempo completo de la organización, pero que no se dan a los empleados temporales o a tiempo parcial.

1. Seguro complementario de Salud - Voluntario
2. Préstamo empresa sin interés para emergencias
3. Fondo Donación de Salud - ayuda económica para enfermedades catastróficas del colaborador y grupo familiar directo
4. Mundo ACHS
5. Subsidio Pre y Posnatal Femenino
6. Tarjeta de Beneficios - Descuentos
7. Bono Matrimonio - Bono Nacimiento o Adopción de Hijo (a) - Bono Defunción - Bono Vacaciones - Bono Fiestas Patrias - Bono Navidad
8. Préstamo Vacaciones
9. Seguro Obligatorio de Accidentes Personales (SOAP) 2023
10. Fondo de Financiamiento de Ayudas Técnicas a Colaboradores/as con Discapacidad

## Contenido 405-1 Diversidad en los empleados

Categoría de cargo	Colaboradores por género		Rangos de edad			Nacionalidad		Número de personas con discapacidad
			Menores de 30 años	Entre 30 y 50 años	Mayores de 50 años	Chilena	Extranjera	
Alta Gerencia	Hombres	10	0	3	7	9	1	0
	Mujeres	0	0	0	0	0	0	
Gerencia	Hombres	53	1	36	16	52	1	1
	Mujeres	36	1	27	8	34	2	
Jefatura	Hombres	744	116	471	157	666	78	11
	Mujeres	979	103	650	226	833	146	
Operario	Hombres	264	62	136	66	240	24	10
	Mujeres	73	16	45	12	59	14	
Fuerza Venta	Hombres	1.703	426	914	363	1.540	163	128
	Mujeres	4.541	895	2.408	1.238	4.118	423	
Administrativo	Hombres	136	46	70	20	115	21	7
	Mujeres	170	42	103	25	152	18	
Auxiliar	Hombres	3	0	2	1	2	1	0
	Mujeres	5	0	2	3	3	2	
Otros Profesionales	Hombres	250	71	162	17	233	17	6
	Mujeres	306	88	189	29	288	18	
Otros Técnicos	Hombres	14	1	11	2	11	3	1
	Mujeres	1	0	1	0	1	0	
Totales	<b>Hombres</b>	<b>3.177</b>	<b>723</b>	<b>1.805</b>	<b>649</b>	<b>2.868</b>	<b>309</b>	<b>164</b>
	<b>Mujeres</b>	<b>6.111</b>	<b>1.145</b>	<b>3.425</b>	<b>1.541</b>	<b>5.488</b>	<b>623</b>	

Personas en situación de discapacidad en Empresas SB por cargo

Categorías de cargo	Hombres 2021	Mujeres 2021	Hombres 2022	Mujeres 2022
Alta Gerencia	0	0	0	0
Gerencia	0	0	1	0
Jefatura	7	1	8	3
Operario	1	11	0	11
Fuerza de Venta	58	51	72	60
Administrativo	2	2	2	3
Auxiliar	0	1	0	0
Otros Profesionales	3	5	3	4
Otros Técnicos	0	2	0	2

Brecha salarial por categoría de cargo (NCG 461)

Categorías de cargo	Promedio 2021	Promedio 2022
Alta Gerencia	S/I	S/I
Gerencia	98,95%	96,60%
Jefatura	95,04%	98,63%
Operario	98,00%	99,75%
Fuerza de Venta	99,50%	98,96%
Administrativo	85,90%	88,45%
Auxiliar	S/I	S/I
Otros Profesionales	100,49%	96,42%
Otros Técnicos	S/I	S/I

### GRI 405-2 Ratio entre el salario básico en la empresa y las remuneraciones de hombres y mujeres

Categoría de cargo	Ratio entre el salario básico en la empresa y la remuneración de mujeres y de hombres para cada categoría laboral	
Alta Gerencia	Hombres	S/I
	Mujeres	S/I
Gerencia	Hombres	S/I
	Mujeres	S/I
Jefatura	Hombres	6,33
	Mujeres	6,25
Operario	Hombres	1,03
	Mujeres	1,03
Fuerza Venta	Hombres	1,11
	Mujeres	1,10
Administrativo	Hombres	3,67
	Mujeres	3,25
Auxiliar	Hombres	S/I
	Mujeres	1,02
Otros Profesionales	Hombres	4,62
	Mujeres	4,45
Otros Técnicos	Hombres	S/I
	Mujeres	S/I
Totales	Hombres	3,35
	Mujeres	3,21

**GRI 202-1 Ratios entre salario inicial estándar por género y salario mínimo local**

**Empleados propios**

Salario inicial estándar		Salario mínimo vigente al cierre de 2022	Ratio	
Hombres	Mujeres		Hombres	Mujeres
\$400.000	\$400.000	\$400.000	1	1

**Trabajadores externos**

Salario inicial estándar		Salario mínimo vigente al cierre de 2022	Ratio	
Hombres	Mujeres		Hombres	Mujeres
\$400.000	\$400.000	\$400.000	1	1

**Comparación entre el salario mínimo de Empresas SB y el salario mínimo legal (veces)**

2020	2021	2022
1	1	1



Se tu  
mejor  
versión  
Libera  
tu belleza  
interior

**Producción de este Reporte de Sostenibilidad:**

Gerencia de Sostenibilidad y Comunicaciones de Empresas SB

**Redacción, asesoría en pautas GRI y diseño gráfico:**

Plus Comunica

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







