



Índice

- 1** Mirada Corporativa
 - 1.1 Carta del Presidente del Directorio
 - 1.2 Mensaje del Gerente General
- 2** Empresas SB
 - 2.1 Perfil de la Compañía
 - 2.2 Propiedad y Gobierno Corporativo
 - 2.3 Nuestro Negocio en 2020
- 3** Visión de Sostenibilidad
 - 3.1 Gestión Sostenible
 - 3.2 Comunicación con los Grupos de Interés
 - 3.3 Avances y Desafíos en Sostenibilidad
 - 3.4 Valor Económico Generado y Distribuido
 - 3.5 Premios y Reconocimientos
- 4** Temas Relevantes
 - 4.1 Gestión del COVID-19 con foco en las personas
 - 4.2 Ética y Cumplimiento
 - 4.3 Clientes e Innovación
 - 4.4 Cultura y Desarrollo de las Personas
 - 4.5 Inclusión, Diversidad y No Discriminación
 - 4.6 Salud y Seguridad en el Trabajo
 - 4.7 Aporte al Entorno
 - 4.8 Gestión Ambiental
- 5** Metodología y Contenidos GRI
 - 5.1 Alcance y Materialidad
 - 5.2 Índice de Contenidos GRI
 - 5.3 Tablas Anexas



Mirada Corporativa

“En un mundo que requerirá más que nunca que la salud esté al alcance de todos los ciudadanos, reiteramos nuestro compromiso con la labor esencial que desarrollamos en la sociedad y con la búsqueda de nuevas soluciones tecnológicas para seguir ampliando nuestro alcance y mejorando los servicios”.



/ 01.1

Carta del Presidente del Directorio

“En 2020, consolidamos las bases de un innovador modelo de atención omnicanal que en los próximos años articularemos a partir de nuestra mayor ventaja competitiva: la extensa red de locales con que contamos en todo el país”.

2020 ha sido un año desafiante tanto para las personas como para las organizaciones del mundo entero. En un contexto desconocido y complejo, me quedo con lo que aprendimos. La pandemia nos invitó a ser proactivos, elásticos al máximo, a cambiar nuestras miradas y sacar lo mejor de nosotros. A quienes como nosotros, que tenemos por misión contribuir a la salud de las personas, la realidad nos exigió más que a otros. Y nuestros colaboradores, en particular los de locales y tiendas, respondieron a la altura. Ante un escenario sin precedentes, actuaron con ejemplar conciencia del rol social y esencial que tienen en la vida y salud de los chilenos, cuando más lo han necesitado.

Les agradezco a los miles de colaboradores de nuestra empresa su compromiso diario, el hacer frente a todas las complejidades de la operación durante la contingencia, permitiéndonos garantizar a la población el acceso a los medicamentos, productos de cuidado personal e insumos de seguridad que fueron vitales para su autocuidado. Los índices de lealtad y satisfacción que tuvimos este año reflejan la alta valoración que esta labor tuvo para nuestros millones de clientes.

También quiero extender este agradecimiento a todas las personas de las áreas administrativas y de gestión que, en contextos de alta complejidad social, familiar y emocional, siguieron ejerciendo sus labores con normalidad y se adaptaron rápidamente al formato virtual.

Su trabajo resultó fundamental para que la organización, lejos de paralizarse, terminara el período con importantes avances en ámbitos que son claves para la mejora de procesos y la sostenibilidad de largo plazo de nuestro negocio.

Entre estos logros destaco los relacionados con la adaptación de nuestras prácticas comerciales a los desafíos que nos impone el e-commerce y una industria cada vez más digitalizada.

En esa línea, podemos decir que en 2020 consolidamos las bases de un innovador modelo de atención omnicanal que en los próximos años articularemos a partir de nuestra mayor ventaja competitiva: la extensa red de locales con que contamos en todo el país.

A nivel interno, también es necesario resaltar algunos de los hitos que logramos en el marco de nuestro objetivo estratégico de alcanzar la mejor reputación con rentabilidad de la industria.

En esta dimensión podemos mencionar la formalización de nuestro nuevo Código de Ética y el lanzamiento de la Política de Gestión Medioambiental y de la Política Antifraude.

A esto hay que sumar la elaboración de un plan de acción para corregir nuestras brechas en equidad de género y todo lo que seguimos desarrollando para garantizar que esta empresa siga siendo diversa, inclusiva y sin prácticas de discriminación.

Una vez que superemos las urgencias derivadas de la pandemia, nos tendremos que enfrentar como compañía a un entorno muy distinto, marcado por las consecuencias económicas y los cambios culturales que nos deja la crisis.

A partir de lo que hemos avanzado en los últimos años y de la experiencia de este especial año 2020, en Empresas SB estamos completamente preparados para afrontar este nuevo contexto de negocios con fuerza innovadora y compromiso social.

Este reporte da cuenta de estas fortalezas y del camino que hemos definido para seguir mejorando nuestra actividad y trascender en el aporte que hacemos al desarrollo del país. Nos preparamos así, para ser aun mejores protagonistas en la nueva realidad que nos toca vivir, siendo más conscientes, sumamente flexibles y con foco en nuestra humanidad.

Luis Enrique Yarur Rey
Presidente del Directorio
Empresas SB





/ 01.2

Mensaje del Gerente General

“Contar con equipos experimentados, flexibles y con capacidad para trabajar de manera colaborativa nos ayudó a tomar decisiones ágiles, oportunas y efectivas durante la pandemia”.

Este 2020 quedará registrado como uno de los años más complejos a los que hayamos tenido que enfrentarnos como sociedad.

Durante estos meses, la pandemia nos recordó nuestra vulnerabilidad como seres humanos y la importancia de trabajar coordinados para superar la adversidad.

En Empresas SB, este período nos dejó muchos aprendizajes como organización. En primer término, nos hizo dimensionar la importancia que tiene nuestra actividad para el país.

Prueba de ello fueron los altos indicadores de satisfacción del cliente que registraron Salcobrand y Preunic durante los meses más críticos de la contingencia.

La pandemia nos recordó, además, lo fundamental que resulta en contextos de dificultad contar con equipos experimentados, flexibles y con capacidad de trabajar de manera colaborativa.

Esta fue, precisamente, una de las claves del plan que pusimos en marcha para enfrentar la crisis sanitaria y la fórmula que nos permitió tomar decisiones ágiles, oportunas y efectivas cuando más lo necesitábamos.

Durante este año, enfrentamos grandes dificultades para operar los locales y los centros de distribución. Nos costó conseguir -con la velocidad deseada- los insumos de protección que los clientes demandaban con urgencia. Y, por momentos, nos sentimos abatidos por este virus desconocido y amenazante.

Apenas se vislumbró esta contingencia, organizamos tempranamente -en febrero- un Comité Covid para diseñar el apoyo que entregaríamos a los colaboradores, cómo prepararíamos las instalaciones y qué medidas serían fundamentales para operar.

A la luz de los resultados, nuestro balance general es que hicimos las cosas bien, precisamente porque logramos funcionar de manera ordenada y activa, desarrollando una alta capacidad de adaptación a un entorno complejo y cambiante.

En términos de negocio, este modelo de trabajo, además, nos ayudó a tomar medidas que resultaron cruciales para paliar los efectos de la pandemia.

Una de ellas fue mantener el flujo de caja frente a las pérdidas importantes que comenzamos a registrar. Esta iniciativa la adoptamos considerando el reforzamiento de los inventarios de tiendas y centros de distribución que hicimos en previsión de un “Estallido Social 2.0”.

Encarar la crisis con altos niveles de stock nos permitió comprar menos, ser más eficientes desde el punto de vista operativo y tener mayor liquidez para cubrir los costos de la crisis.

Hoy, gracias a esta determinación, si bien seguimos en un escenario incierto en términos de resultados, no fue necesario aumentar las deudas.

Otra resolución relevante que adoptamos fue la de reestructurar nuestra estrategia de desarrollo a la luz de los malos resultados que proyectamos y de los cambios profundos que detectamos en la industria.

A partir de esta revisión, definimos enfrentar las cifras negativas que prevemos para 2021 con un profundo plan de ahorro que diseñamos en conjunto con los directores. Además, acordamos que nos prepararíamos para el fin de la pandemia con un robusto programa digital.

El gran desafío que tenemos por delante es balancear lo físico con lo digital. En esa línea, nuestro objetivo es llevar a los clientes -con el apoyo de la tecnología- todos los beneficios de nuestras tiendas físicas en la forma en que los requieran. En este escenario, las farmacias y las tiendas no van a desaparecer, pero sí se transformarán profundamente.

Para avanzar en este propósito, estamos diseñando el viaje del cliente en una realidad en donde los elementos digitales serán claves. Como parte de esta visión, buscaremos aprovechar fuertemente nuestros acuerdos con Isapres y la infraestructura de locales, que son las grandes ventajas que tenemos frente a los competidores, tanto físicos como digitales.

Como parte de esta estrategia, asimismo, potenciaremos nuestras marcas propias con nuevos lanzamientos y más agresividad comercial, a partir de la incorporación de una gerencia de primer reporte en este ámbito. Una de las cosas que aprendimos con la compra de DBS es que las marcas propias nos permiten ser más eficientes y asegurar márgenes mayores, que es lo que necesitamos para seguir haciendo crecer el negocio. Para sacar partido de esta oportunidad, trabajaremos en mejorar su atractivo comercial y capacidad logística.

“Nuestro desafío a futuro es llevar a los clientes -con el apoyo de la tecnología- todos los beneficios de nuestras tiendas físicas en la forma en que los requieran”.

Se nos vienen años complejos, un escenario económico de contracción y más dificultades derivadas de la crisis sanitaria, con un negocio y una industria que creemos tenderá a contraerse. Ante eso, no descartamos que como organización también tengamos que ajustarnos. Sin embargo, estamos tomando todas las medidas necesarias para que ese entorno tenga el menor impacto posible en la compañía.

En un mundo que requerirá más que nunca que la salud esté al alcance de todos los ciudadanos, reiteramos nuestro compromiso con la labor esencial que desarrollamos en la sociedad y con la búsqueda de nuevas soluciones tecnológicas para seguir ampliando nuestro alcance y mejorando los servicios.

En este Reporte de Sostenibilidad 2020 podrán conocer todos los esfuerzos que realizamos en esta dirección durante el último año y los desafíos que nos planteamos para “hacer que las personas se sientan bien, estén donde estén, entregando lo mejor en salud, belleza y bienestar”.

Matías Verdugo
Gerente General de Empresas SB



Empresas SB

/ 02.1

Perfil de la compañía

En Empresas SB, hacemos que las personas se sientan bien, estén donde estén, entregando lo mejor en salud, belleza y bienestar.

Con este propósito, contamos con 10 filiales orientadas a la salud y la belleza, entre las que destacan Salcobrand y Preunic, y atendemos a nuestros clientes en todo el país a través de 562 locales de venta y avanzadas plataformas omnicanal.

Nuestro objetivo estratégico es alcanzar la mejor reputación con rentabilidad de la industria. En esa línea, desarrollamos el negocio sobre la base de los pilares de Diferenciación, Colaboradores y Eficiencia.



5.931.111

clientes totales durante 2020

562

puntos de venta en el país

8.962

colaboradores

40

años edad promedio

5.816 mujeres

64,9% de la dotación

3.146 hombres

35,1% de la dotación

95%

colaboradores con contrato indefinido

94,79%

salario de mujeres en relación con el de los hombres



5.819

colaboradores totales

3.684 mujeres

63,3% de la dotación

2.135 hombres

36,7% de la dotación



2.245

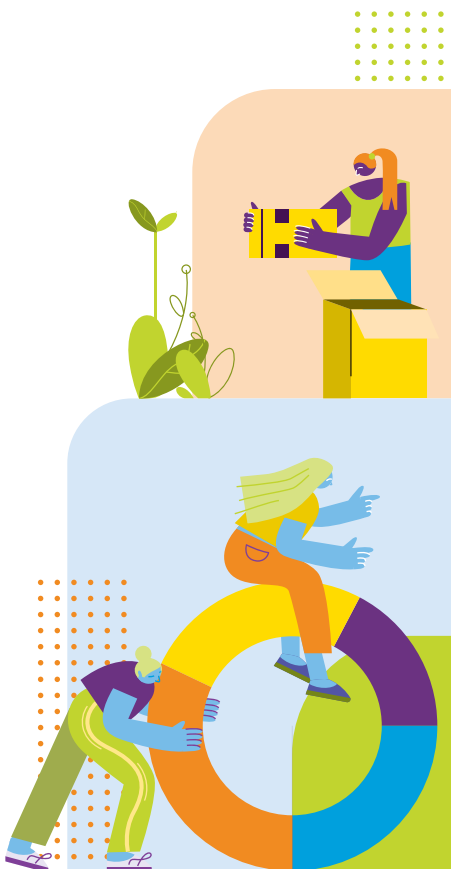
colaboradores totales

1.684 mujeres

75% de la dotación

561 hombres

25% de la dotación



/ 02.2

Propiedad y Gobierno Corporativo

Al 31 de diciembre de 2020, Empresas SB era controlada en un 70% por la familia Yarur y en un 30% por la familia Abuhadba.

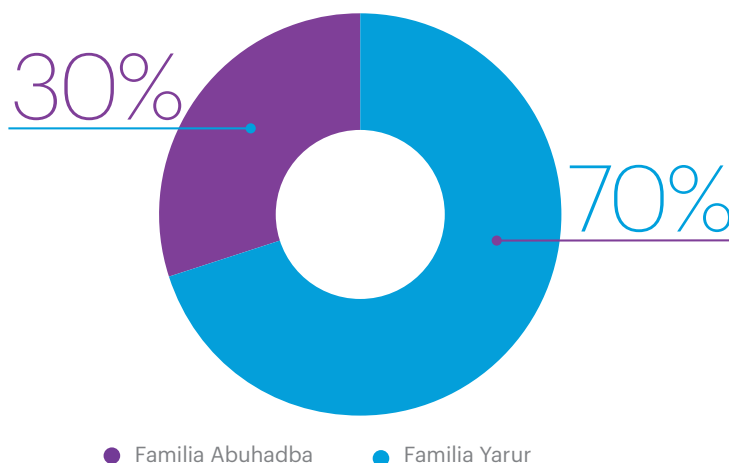
Con el fin de dar cumplimiento a su objetivo social, la Junta de Accionistas de la sociedad elige a un Directorio, al que otorga todas las facultades de administración y representación establecidas en los estatutos y la ley.

Este órgano está conformado por 10 miembros, cuyas responsabilidades se centran en la validación de las estrategias de desarrollo y las políticas internas de la organización, así como en el monitoreo del desempeño ético y cumplimiento normativo de la compañía.

Para elegir a los integrantes del Directorio de Empresas SB, los criterios que prioriza la Junta de Accionistas son:

- Excelencia profesional e integridad.
- Amplio conocimiento de la industria del retail, especialmente en los ámbitos de la salud y la belleza.
- Diversidad de miradas respecto del entorno de negocio.

El Directorio de Empresas SB realiza sesiones ordinarias una vez al mes, salvo en febrero. Asimismo, convoca a sesiones extraordinarias cuando resulta pertinente.



Composición del Directorio

A diciembre de 2020

Luis Enrique Yarur Rey Presidente Chileno		Roberto Belloni Vicepresidente Chileno	
Carlos Juan Yarur Ready Director Chileno	Patricio Abuhadba Director Chileno	Luis Hernán Paul Director Chileno	René Abuhadba Director Chileno
Heriberto Urzúa Director Chileno	Oscar Guillermo Garretón Director Chileno	Carlos Spoerer Director Chileno	León Cohen Director Chileno

Comités del Directorio

Para el cumplimiento de sus funciones y responsabilidades, el análisis de los temas estratégicos y el monitoreo del desempeño corporativo, el Directorio de Empresas SB cuenta con el apoyo de tres Comités de Directores:

Comité Ejecutivo

Se reúne una vez a la semana para 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.

Lo integran:

- **Luis Enrique Yarur**, *Presidente*
- **Roberto Belloni**
- **Patricio Abuhadba**
- **Carlos Spoerer**
- **Matías Verdugo**, *Gerente General*

Comité de Ética y Cumplimiento

Se reúne cada tres meses con la finalidad de apoyar al Directorio 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 de la compañía en materias de ética y cumplimiento.

Lo integran:

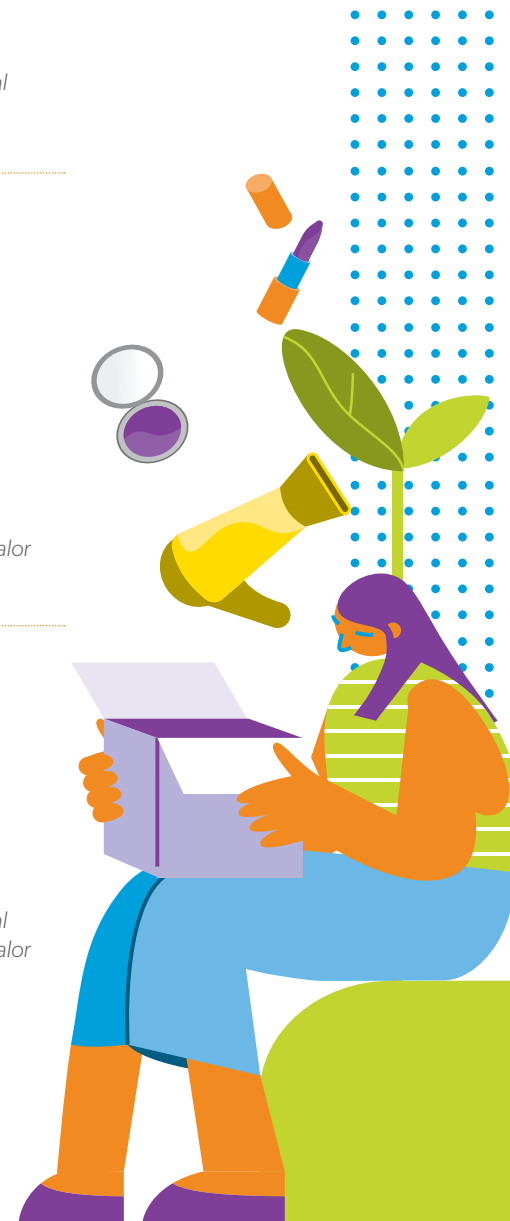
- **Carlos Juan Yarur**, *Presidente*
- **Roberto Belloni**
- **León Cohen**
- **Luis Hernán Paul**
- **Alberto Novoa**, *Oficial de Ética y Cumplimiento*
- **Marcelo Concha**, *Gerente Contralor*

Comité de Auditoría

Se reúne todos los meses para asistir al Directorio en la supervisión de las actividades de contraloría interna, auditorías externas y de la administración en materias de riesgos estratégicos y operacionales, con especial énfasis en los aspectos de riesgos y controles financieros contables de la compañía.

Lo integran:

- **Heriberto Urzúa**, *Presidente*
- **Carlos Juan Yarur**
- **León Cohen**
- **Roberto Belloni**
- **Matías Verdugo**, *Gerente General*
- **Marcelo Concha**, *Gerente Contralor*
- **Andrés Ferrer**, *Gerente de Administración y Finanzas*
- **Alberto Novoa**, *Gerente Asuntos Legales y Gobierno Corporativo*



Administración

El Directorio de Empresas SB delega la administración de la compañía en un equipo ejecutivo liderado por un gerente general y que conforman otros 9 gerentes.



Matías Verdugo
Gerente General Corporativo



Mauricio Caviglia
Gerente General de Salcobrand



Pablo Giglio
Gerente General de Preunic



Alfred Haindl
Gerente de Marcas Propias



Marcelo Concha
Gerente Contralor



Carlos González
Gerente de Personas



Andrés Ferrer
Gerente de Administración y Finanzas



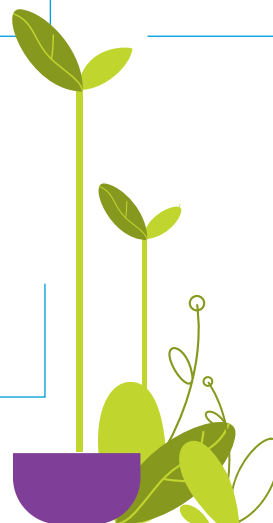
Alberto Novoa
Gerente Asuntos Legales y Gobierno Corporativo



Paul Corthorn
Gerente General Inmobiliaria SB



José Cisternas
Gerente de Informática



Dentro de esta estructura, las áreas que lideran la gestión de los temas económicos, sociales y ambientales son las siguientes:

<p>Gestión financiera y relación con proveedores</p>	<p>Compliance, ética, riesgos y cumplimiento sanitario y ambiental</p>	<p>Personas y seguridad en el trabajo</p>	<p>Inclusión, diversidad y programas con la comunidad</p>
<p>Gerencia de Administración y Finanzas</p>	<p>Gerencia de Asuntos Legales y Gobierno Corporativo</p>	<p>Gerencia de Personas</p>	<p>Gerencia de Sostenibilidad y Comunicaciones, que reporta a la Gerencia de Personas</p>

/ 02.3

Nuestro Negocio en 2020

Durante la crisis sanitaria, Salcobrand fue declarada empresa esencial, por lo que funcionó con normalidad. En el caso de Preunic, las restricciones establecidas para su operación redujeron su capacidad comercial y significaron inversiones y costos adicionales para la compañía.

En 2020, como consecuencia de la pandemia, Empresas SB registró pérdidas significativas.

Este desempeño fue resultado principalmente de la reducción de la capacidad de Salcobrand y Preunic de generar ingresos, el costo de las medidas de seguridad aplicadas para proteger a las personas en ambas cadenas y las restricciones operativas que debió enfrentar Preunic.

Con la finalidad de garantizar la sustentabilidad financiera del holding en este escenario, la compañía –entre otras medidas- puso foco durante el año en la gestión de sus inventarios. Esto le permitió contar con el flujo de caja necesario para cubrir los sueldos y el pago a los proveedores, e incluso terminar el período sin deudas relevantes.

Cómo aseguramos la continuidad operacional

Para garantizar la operación de sus dos principales retailers y coordinar las medidas de protección para los equipos y clientes, Empresas SB conformó a fines de febrero un Comité COVID. Liderado por el gerente general y con participación de áreas clave, como Administración, Prevención y Bienestar, este órgano fue el encargado de adoptar las principales decisiones con las que la compañía fue respondiendo a la evolución de la crisis.

A fin de reducir los riesgos de los colaboradores, esta instancia determinó entre sus primeras medidas reestructurar los equipos en dos turnos diarios y enviar a teletrabajo a casi la totalidad del personal administrativo. De igual forma, estableció los protocolos sanitarios respectivos para cada actividad y escenario de contingencia (ver más en capítulo “Gestión del COVID con Foco en las Personas”).



Adaptación de nuestros retailers a las nuevas condiciones de funcionamiento

Salcobrand

Respuesta frente a la explosión del e-commerce

Durante la crisis, uno de los principales desafíos de esta cadena fue responder al aumento exponencial que se observó en las ventas a distancia. Con esta finalidad se impulsaron las siguientes soluciones:

- El despacho final a clientes desde los locales (última milla) se reforzó a través de alianzas con tres operadores especialistas. Este sistema permite a Salcobrand ser más eficiente en tiempos de respuesta y reafirma la ventaja competitiva que supone para la cadena contar con una amplia red de puntos de atención en el país.
- Se incorporaron transformaciones en los locales para facilitar las tareas asociadas a la omnicanalidad. Por ejemplo, en las dos farmacias inauguradas en el sector oriente de Santiago se habilitaron lockers para el retiro de los productos que se compran por Internet.
- El Servicio de Atención al Cliente (SAC), originalmente concebido como una vía directa de contacto con los pacientes y clientes para recibir consultas y reclamos, evolucionó de acuerdo con los requerimientos de los clientes, incorporándose también como un canal de ventas. Desde el último trimestre de 2020, los clientes que se contactan con esta plataforma -generalmente para conocer horarios de farmacias, precios de productos o stock- son atendidas de una forma mucho más personalizada, siendo orientados directamente por un químico farmacéutico, quien además está capacitado para ofrecer envíos de productos a domicilio en un plazo máximo de tres horas. Este sistema vino a complementar el canal ya existente de Fonofarmacia, que, a pesar de las variadas contingencias, ha continuado operando con completa normalidad en la Región Metropolitana, Viña del Mar y Concepción, lo que lo ha convertido en una excelente opción especialmente para nuestros clientes de más edad en un escenario de confinamiento.

En lo que se refiere a medidas de prevención en locales, destacó la instalación de más de 11 kilómetros en acrílico para el distanciamiento de vendedores y clientes en los mesones. De igual modo, se diseñó un sistema coordinado de acceso para cumplir con los requerimientos de aforo y se aplicaron planes constantes de sanitización en los puntos de venta.



Preunic

Innovación para afrontar las restricciones

Este retailer tuvo que afrontar el cierre obligado por cuatro meses de 36 tiendas que operan en malls. Asimismo, por las limitaciones de aforo y riesgos físicos de contagio, no pudo continuar impulsando su nuevo modelo de experiencia, particularmente en sus dimensiones de atención y asesoría.

Para mantener en funcionamiento el resto de las tiendas, puso en marcha las siguientes medidas de adaptación:

- **En materia de prevención, las tiendas operaron bajo el sello “Tienda segura”.** En esta condición, contaron con protocolos de acceso y atención. En todas ellas, además, se habilitaron paulatinamente -a fines del segundo semestre- cápsulas ozono-higienizantes para los productos y se revisaron procesos de modo de hacer más eficiente el tiempo del cliente en la tienda.
- **En el ámbito comercial, se desarrollaron categorías de productos asociados a vitaminas y servicios de acompañamiento y orientación para la mujer en el hogar.** Entre ellos destacan los tutoriales de tintura y maquillaje difundidos por Youtube.
- **Las operaciones de Preunic por e-commerce aumentaron 35 veces en comparación con el año anterior.** En cifras, esto significó pasar de \$240 millones en ventas en 2019 a \$2.500 millones durante 2020, cerca del 8% del total. Para afrontar esta demanda, se pusieron en marcha los siguientes servicios:
 - *Sistema de compra en Internet y retiro en tienda.*
 - *Despacho AM/PM desde las tiendas, para lo cual se reforzó el servicio de “última milla”.*
 - *Habilitación en marketplace como Mercado Libre, Mercado Ripley y Linio.*
- **Para avanzar en la complementariedad entre canales digitales y el mundo físico, se realizaron acciones como:**
 - *Se actualizó el sitio web para garantizarle al cliente una experiencia distintiva esté donde esté.*
 - *Se transformó la tienda de Encomenderos (en Providencia) para facilitar el trabajo de los shoppers. Esta habilitación también se hará en el local de Concepción.*



Revisión estratégica y nueva estructura organizacional

La nueva planificación de Empresas SB contempla la ejecución de un robusto programa digital con el que la Compañía busca adaptarse al nuevo entorno de negocio.

En junio, ante la creciente preocupación por los resultados financieros y los cambios profundos que comenzaban a observarse en la industria, la compañía decidió acelerar la revisión de la estrategia de desarrollo con la que venía trabajando desde 2016.

Este proceso se tradujo en la elaboración de una planificación de mediano plazo que contempla dos grandes líneas de trabajo:

- **Un plan de ahorro para enfrentar la caída en los resultados que se proyecta en gran parte de 2021. Este programa se inició en 2020 con una revisión de la eficiencia de algunos roles a nivel administrativo, que derivó en la salida progresiva de 60 colaboradores del área, y continuará el próximo año con la evaluación de todos los locales de la red desde una perspectiva de rentabilidad y contribución estratégica.**
- **Con el fin de preparar a la compañía para el término de la pandemia, también se diseñó un plan digital, cuyo principal objetivo es llevar a los clientes todos los beneficios de las tiendas físicas en la modalidad en que los requieran.**

Como parte de esta revisión, y en línea con el propósito de avanzar hacia una operación cada vez más eficiente, Empresas SB diseñó, además, una nueva estructura organizacional. Este organigrama busca potenciar la gestión de ámbitos que son considerados claves para el futuro del Grupo, como el desarrollo de las marcas propias (ver nuevo organigrama en página 12).

Bajo una gerencia de primer reporte, este negocio se fortalecerá especialmente en el segmento de consumo masivo, con miras a aumentar su participación en las ventas de la compañía desde el 12% actual al 20% en los próximos dos años. Con ese propósito, a fines de año se realizó un completo análisis del mercado para identificar las categorías y ámbitos que presentan oportunidades de crecimiento.



Objetivos estratégicos 2021 de Salcobrand y Preunic

Salcobrand

Potenciar el mundo digital con foco en los clientes crónicos.

Impulsar el programa Mi Salcobrand, que ofrece aumentos progresivos de los descuentos a medida que la persona muestra regularidad en sus compras.

Reforzar la venta de productos de marcas propias de Medcell y Recetario Magistral.

A nivel de infraestructura, concretar las aperturas ya acordadas y adaptar farmacias para las necesidades del e-commerce.

Refrescar la marca bajo el concepto de centro de prevención.

Reforzar las medidas de higiene para prevenir los riesgos de contagio, así como la oferta de productos frente al COVID.

Seguir avanzando en entregar la mejor experiencia de servicio a nuestros clientes, reduciendo las fricciones en todos los momentos de interacción que tienen con nosotros. Esto nos permitirá lograr la “omniexperiencia”.

Abrir Salcobrand a la comunidad a través de la inclusión del emprendimiento, para entregar una experiencia memorable y novedades a nuestros clientes.

Preunic

Diseñar el viaje del cliente en todos los canales, para luego identificar diferencias y establecer cluster. El objetivo es generar a partir de esta información una mejor oferta segmentada.

Seguir avanzando en el concepto de la belleza como ventaja competitiva, con una propuesta que contempla marcas, mix y mejor precio, y que pone a la mujer en el centro de un movimiento omnicanal.

Para mejorar los servicios de omnicanalidad, se profundizará en el rol de diferenciación y articulación de las tiendas físicas.

Poner en marcha el sistema “compra en Preunic y retira en Salcobrand”. Este modelo busca la comodidad y conveniencia del cliente, al permitirle retirar su compra en el punto más cercano sin costos de despacho.

Potenciar las ventas de productos de marcas propias, especialmente en las categorías de consumo masivo, maquillaje y hogar.



Visión de Sostenibilidad



/ 03.1

Gestión Sostenible

En Empresas SB, abordamos nuestras políticas, programas y acciones de gestión responsable en el marco de un Modelo de Sostenibilidad fundado en cuatro pilares estratégicos: Colaboradores, Clientes, Proveedores y Entorno.

Las iniciativas que desarrollamos en cada uno de estos ejes se distinguen por cuatro elementos comunes:

- Están construidas a partir de un enfoque de compromiso ético y cumplimiento normativo.
- Sus objetivos están definidos con la participación de los respectivos grupos de interés.
- Cuentan con indicadores de éxito alineados con la estrategia de negocios de la empresa, cuyo propósito es "alcanzar la mejor reputación con rentabilidad de la industria".
- Están en sintonía con la Agenda de Desarrollo Sostenible de la ONU y contribuyen de manera específica con siete de los 17 ODS.

Visión de Sostenibilidad



Aporte a los ODS

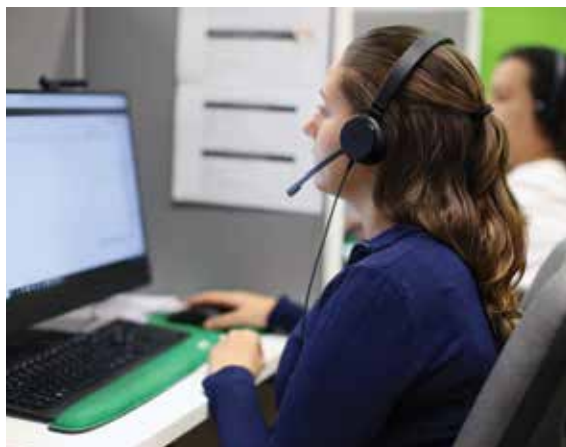


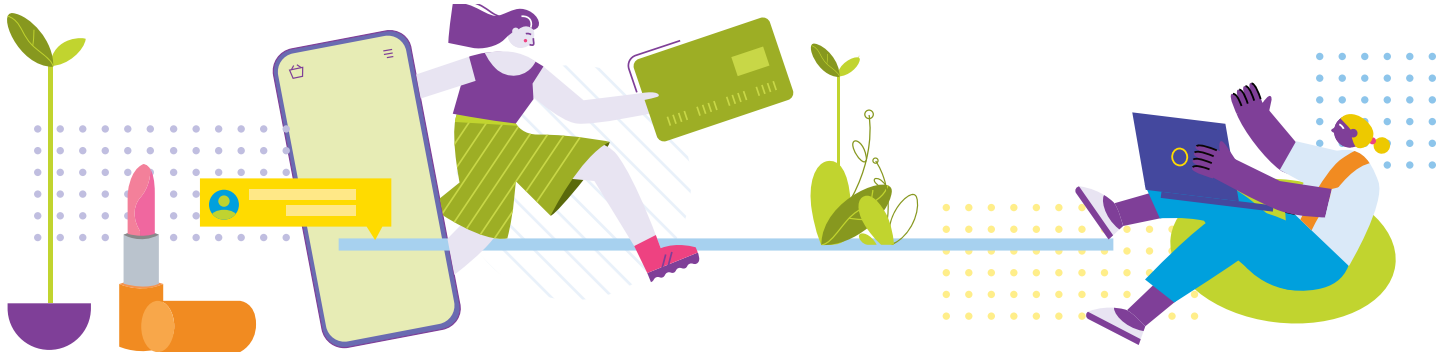
/ 03.2

Comunicación con los Grupos de Interés

En Empresas SB, estamos conectados de manera permanente con nuestros grupos de interés prioritarios, porque entendemos su retroalimentación como un elemento clave para corregir nuestras brechas y seguir aportando valor al entorno. Con ese propósito, año a año perfeccionamos y ampliamos nuestros canales de información y espacios de escucha activa. En 2020, las principales líneas que utilizamos para relacionarnos con los stakeholders fueron las siguientes:

Grupo de interés	Canales de comunicación y escucha
<p>Accionistas</p>	<p>Junta de Accionistas, informes financieros y de desempeño elaborados por el Directorio, Reporte de Sostenibilidad.</p>
<p>Colaboradores</p>	<p>Relación directa con jefaturas, revista interna Expresiones, nuevo sitio web Comunidad ESB, encuesta sobre Teletrabajo, sindicatos, programas de innovación, canales de denuncias éticas y de cumplimiento, campañas de comunicación, programas de capacitación, evaluación de desempeño y Reporte de Sostenibilidad.</p>
<p>Clientes</p>	<p>Encuestas de satisfacción de clientes, Servicio de Atención al Cliente (SAC), sitios web, redes sociales, chat del sitio web, Fonofarmacia, relación con los vendedores en locales de atención, campañas informativas, tutoriales en Youtube, publicidad y Reporte de Sostenibilidad.</p>





Grupo de interés **Canales de comunicación y escucha**

Proveedores

Contactos para atención a proveedores, área de Licitaciones, relación con los clientes internos, sitios web, redes sociales, Reporte de Sostenibilidad y programas de capacitación en cumplimiento.

Sociedad

Sitios web, redes sociales, medios de comunicación, Instituto de Belleza, Centro de Bienestar, participación en instituciones y organizaciones empresariales que promueven la sostenibilidad, la diversidad y la inclusión, y organismos públicos y fundaciones en alianza, además del Reporte de Sostenibilidad.



/ 03.3

Avances y Desafíos en Sostenibilidad

Ámbito	Logros 2020	Desafíos 2021
Ética y Cumplimiento	<ul style="list-style-type: none"> Nuevo Código de Ética Nueva Política Antifraude Inicio de programa de capacitación virtual en cumplimiento 	<ul style="list-style-type: none"> Difusión del Código de Ética Capacitación digital en ética y cumplimiento
Gestión del COVID-19 con Foco en las Personas	<ul style="list-style-type: none"> Monitoreo y acompañamiento a 890 colaboradores contagiados y en cuarentena preventiva 11 kilómetros de láminas de acrílico de protección en puntos de venta y \$ 500 millones invertidos en insumos y elementos de protección 98% de colaboradores de áreas administrativas en teletrabajo 	<ul style="list-style-type: none"> Capacitación y sensibilización en medidas de autocuidado Plan Retorno Seguro Vacunación contra el COVID a todo el personal de locales
Cultura y Desarrollo de las Personas	<ul style="list-style-type: none"> Preparación Diagnóstico Equidad de Género Adaptación del Plan de Capacitación Anual a modalidad a distancia a través de distintos recursos tecnológicos 	<ul style="list-style-type: none"> Lanzamiento de Política de Equidad de Género y ejecución Plan de Acción en este tema Gestión de brechas digitales de los colaboradores Inicio proceso de elaboración de Política de Derechos Humanos
Clientes e Innovación	<ul style="list-style-type: none"> Altos niveles de NPS en Salcobrand y Preunic a pesar de la contingencia Incorporación de SAC como canal de ventas en Salcobrand Nuevo equipo de redes sociales para responder requerimientos y comentarios de clientes 	<ul style="list-style-type: none"> Potenciar servicios e-commerce en articulación con tiendas físicas y adaptación de locales para requerimientos de venta omnicanal Reforzar venta de productos de Marcas Propias Inicio de nuevo Programa de Innovación Abierta Open Salcobrand

Ámbito	Logros 2020	Desafíos 2021
Relación con el Entorno	<ul style="list-style-type: none"> Continuidad de talleres del Instituto de Belleza y el Centro de Bienestar en formato digital Compromiso con política de pago a pequeñas empresas en un año de alta complejidad comercial 	<ul style="list-style-type: none"> Actividades del Instituto de Belleza y el Centro de Bienestar se mantendrán en modalidad a distancia
Gestión Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> Nueva Política Gestión Medioambiental Cumplimiento de todas las declaraciones obligatorias a través de Ventanilla Única 	<ul style="list-style-type: none"> Ejecución de compromisos establecidos en Política de Gestión Medioambiental
Inclusión, Diversidad y No Discriminación	<ul style="list-style-type: none"> Lanzamiento de Guía de Acogida para Migrantes y procedimiento para potenciar experiencia de vida laboral de personas con 60 años y + Procedimiento de reclutamiento y selección de personas con discapacidad Tercera Semana de la Diversidad Mapeo nacional de instituciones que trabajan en inclusión laboral de personas con discapacidad Reforzamiento de Protocolo de Transición de Género 	<ul style="list-style-type: none"> Definición de instituciones en alianza para trabajar a nivel nacional en inclusión laboral de personas con discapacidad Continuidad de programa de capacitación a líderes zonales sobre sesgos inconscientes e inclusión laboral Revisión y actualización de Política de Diversidad, Inclusión y No Discriminación Cuarta Semana de la Diversidad Nueva campaña comunicacional de diversidad e inclusión



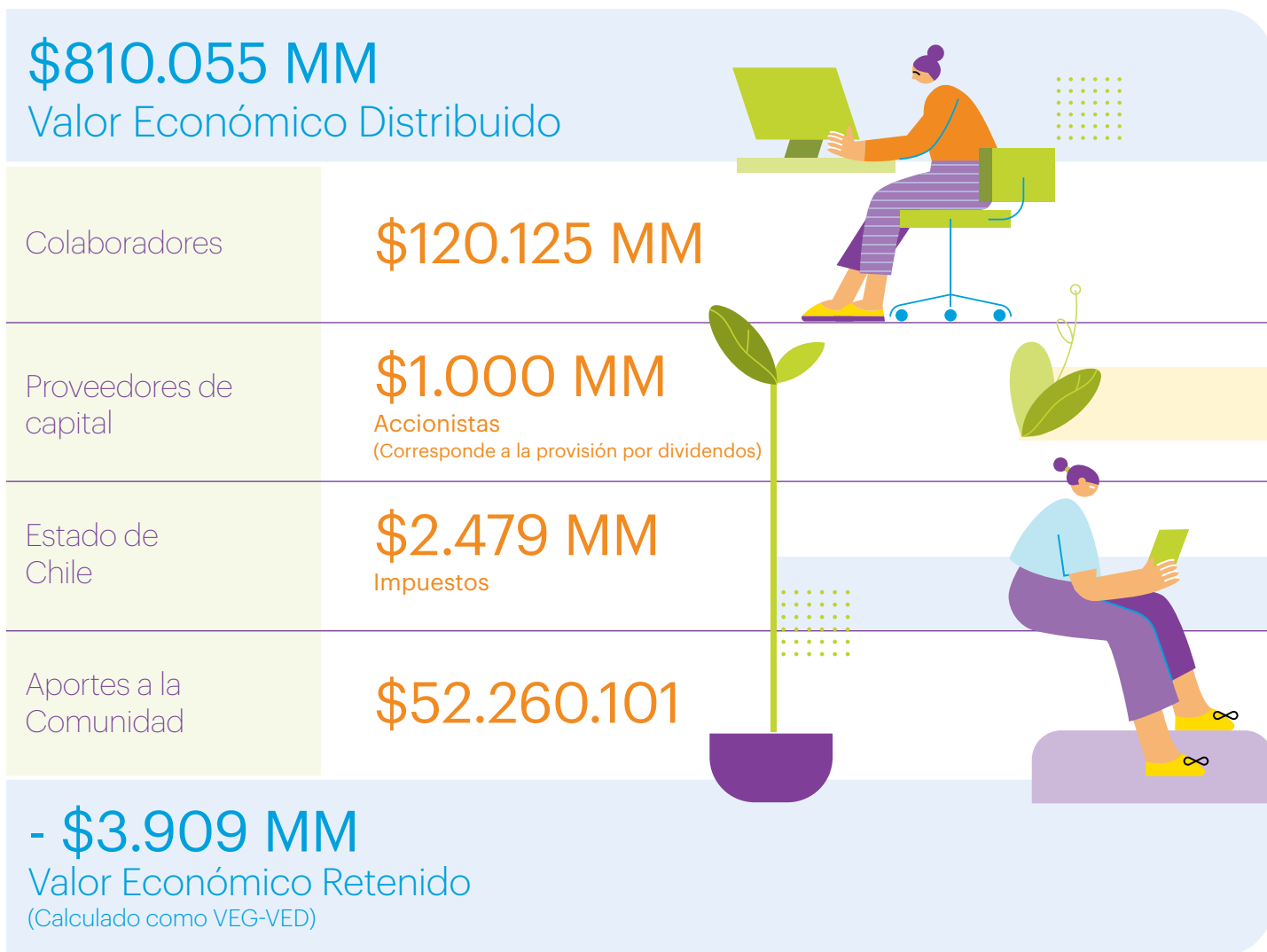
/ 03.4

Valor Económico Generado y Distribuido

(Valores en millones de pesos según información contable)

\$806.146 MM

Valor Económico Generado
(ingresos)



\$1.077 MM

Aportes recibidos por beneficios tributarios
Incluyen franquicia tributaria que incentiva la capacitación

El Valor Económico Distribuido también incluye **\$582.399 MM** por concepto de costos de explotación, cifra que comprende el pago a proveedores, y **\$104.033 MM** correspondientes a otros gastos de administración.

/ 03.5

Premios y Reconocimientos

Equidad CL 2020

Empresas SB fue premiada por ser un “Buen Lugar para Trabajar para las Personas LGBT+”

Ranking Merco Talento

Salcobrand obtuvo el 1º lugar en la industria farmacéutica y el puesto 29 a nivel general en la clasificación de “Empresas que Mejor Atraen y Retienen Talento en Chile”.

Merco Responsabilidad y Gobierno Corporativo

Salcobrand obtuvo el lugar 75 en el “Ranking de Empresas Más Responsables y con Mejor Gobierno Corporativo en Chile 2019”.

Ranking ESE Most Innovative Companies 2020

En esta clasificación, Salcobrand obtuvo el 1º lugar en el Sector Farmacias y el 6º puesto a nivel general.

Ranking Innovación C3

Nuestra compañía fue destacada en este certamen por los avances de su proyecto Click & Collect.

Reconocimiento ACHS

Nuestro Centro de Distribución fue premiado por la ACHS tras obtener el 100% de cumplimiento de los estándares de prevención establecidos en el Plan COVID-19.

Ranking Merco Empresas y Líderes

En 2020, Salcobrand ocupó el lugar 71 entre las 100 empresas con mejor reputación del país. Por su parte, nuestro gerente general, Matías Verdugo, se ubicó en el puesto 81 entre los 100 líderes con mejor reputación a nivel nacional.

Premio Ranking Praxis 2020

Por sexto año consecutivo, Salcobrand lideró esta clasificación en la industria farmacéutica, mientras que a nivel general alcanzó el lugar 70.



Temas Relevantes

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



/ 04.1

Gestión del COVID-19 con foco en las personas

¿Por qué es importante?

Considerando que Salcobrand en su totalidad y parte de Preunic siguieron funcionando durante la pandemia, el principal foco de nuestro plan para gestionar la crisis estuvo en la seguridad de los colaboradores de puntos de venta y centros de distribución. A esto se sumó la decisión de enviar a gran parte del personal administrativo a teletrabajo.

¿Cómo lo gestionamos?

En ese contexto, hicimos una importante inversión en insumos y elementos de protección. Además, monitoreamos y acompañamos a las personas afectadas por la enfermedad. Asimismo, consultamos a los colaboradores en modalidad a distancia por sus expectativas y necesidades. Esto nos sirvió para identificar espacios de mejora y reforzar aspectos considerados prioritarios por los equipos.



Durante todo el año, hicimos seguimiento a un total de 890 colaboradores contagiados y en cuarentena preventiva. Para reforzar la protección del personal de tiendas y farmacias, instalamos más de 11 kilómetros de acrílicos separadores.

Prioridad: Proteger a los colaboradores

Desde el comienzo de la crisis sanitaria, la prioridad de Empresas SB estuvo en garantizar la seguridad de sus colaboradores.

En esa línea, una de las primeras medidas que adoptó la compañía fue la elaboración de un Protocolo de Actuación Frente a Casos Positivos en Locales, el que se lanzó el 16 de marzo, antes de que se decretara la cuarentena en el país.

De manera simultánea, la empresa conformó un Comité de

Contingencia, con el propósito de monitorear diariamente la situación de la pandemia a nivel país y al interior de la organización.

Liderado por el gerente general y con participación de las áreas críticas de los principales retailers, Gestión de Personas y Administración, este órgano diseñó un Plan de Trabajo para esta primera etapa, cuyos aspectos centrales fueron la contención de los brotes, la continuidad operacional con foco en la seguridad y el acompañamiento a los colaboradores afectados por la enfermedad.

Focos del Plan de Acción de Empresas SB



Medidas de protección

Con el objetivo de reforzar las medidas de protección orientadas a los colaboradores en terreno, más allá de las exigencias legales para el funcionamiento de locales y tiendas, algunas de las acciones ejecutadas fueron las siguientes:

- Se instalaron más de 11 kilómetros de cortinas de acrílico en farmacias y tiendas, en apenas tres semanas. Al 8 de abril, el 95% de los locales de la red ya contaba con estos protectores.
- Se enviaron a fabricar mascarillas, considerando que los proveedores internacionales ya no tenían disponibilidad y que los precios de estos elementos se habían disparado en todo el mundo.
- Recetario Magistral produjo en primera instancia 600 litros de alcohol gel. Más tarde, cuando este insumo llegó a través de Medcell, privilegiamos su entrega a los colaboradores de puntos de venta.
- La compañía vacunó contra la influenza a 22 mil personas, entre colaboradores y familiares.

Organización del Trabajo

- Se envió a sus domicilios –con goce de sueldo- a todos los colaboradores pertenecientes a grupos de riesgo. Estos segmentos fueron:
 - Personas mayores de 65 años.
 - Madres con hijos en sala cuna (considerando el cierre de estos establecimientos).
 - Mujeres embarazadas.
 - Enfermos crónicos.
- **Los colaboradores de tiendas y farmacias se dividieron en turnos para evitar riesgos de contagio:** Esta organización la definieron los propios equipos y se concretó mediante las siguientes modalidades:
 - Turnos de mañana y tarde, con cierre de media hora para sanitización de locales y tiendas.
 - Turnos de trabajo día por medio.
 - Turnos de dos días trabajados y dos días fuera.
- **En los centros de distribución:**
 - Se extendió la obligación de uso de guantes, careta y mascarilla a los transportistas. En Salcobrand, esta medida se complementó con la sanitización de camiones y en Preunic, con el reforzamiento de la desinfección de manos, por los riesgos involucrados en el traslado de productos.
 - En los ingresos de ambos centros se establecieron controles de temperatura y, ante posibles alarmas, también se aplicaron test rápidos.
 - En conjunto con los Comités Paritarios se elaboró una Matriz de Identificación de Peligros y Evaluación de Riesgos (MIPER) exclusiva para el COVID-19.
 - Estas instalaciones fueron las únicas en donde se desarrolló el Plan Vive Seguro durante 2020, cuyos contenidos se elaboraron en formato digital y estuvieron centrados en la prevención de la pandemia (ver más en capítulo Salud y Seguridad en el Trabajo)
- **Suspensión temporal de contratos para colaboradores de tiendas Preunic en malls:** Durante la contingencia, 36 tiendas de la cadena Preunic que funcionaban en malls debieron permanecer cuatro meses cerradas, por la decisión que adoptaron estos centros comerciales de no operar entre junio y septiembre. Frente a estas circunstancias, durante dicho período, la compañía suspendió temporalmente el contrato de los cerca de 500 colaboradores de estas tiendas en los términos establecidos en la Ley de Protección al Empleo. Con todo, estos trabajadores retomaron sus funciones con normalidad apenas se flexibilizaron las condiciones de confinamiento en el país, a comienzos de octubre.



Teletrabajo

En línea con el foco en la seguridad de las personas, el 22 de marzo, Empresas SB envió a modalidad de teletrabajo al 98% de la dotación de las áreas administrativas.

Esta medida fue internalizada por la organización sin mayores inconvenientes, por cuanto llegaba con el aval de una cultura de teletrabajo asentada en la empresa desde 2017 y robustecida a partir de la experiencia ganada tras el estallido social. Esto permitió operar desde el primer momento de forma remota a plena capacidad y sin afectar los resultados de los procesos internos.

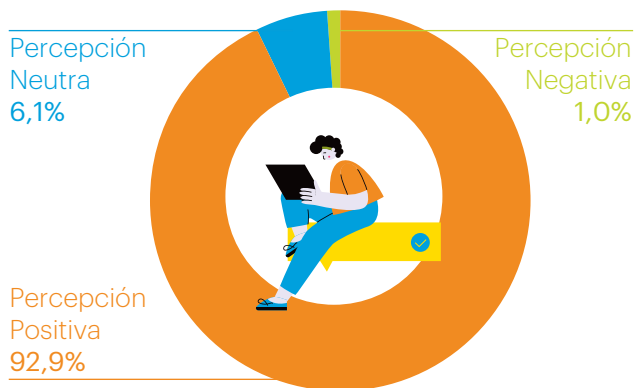
Aun así, y con un enfoque de mejora continua, en abril realizamos una encuesta a colaboradores en teletrabajo, con la finalidad de recoger su opinión sobre el funcionamiento de esta modalidad y evaluar la actuación de la empresa durante la contingencia. La consulta, además,

se planteó como objetivo adicional conocer el estado de ánimo de las personas respecto del COVID-19, tanto a nivel individual como familiar.

En la primera de estas dimensiones, los resultados del sondeo fueron muy satisfactorios. A nivel de experiencia, la percepción positiva de los equipos llegó al 92,9%, mientras que en el ámbito de la productividad, dicha valoración se elevó al 97,2%.

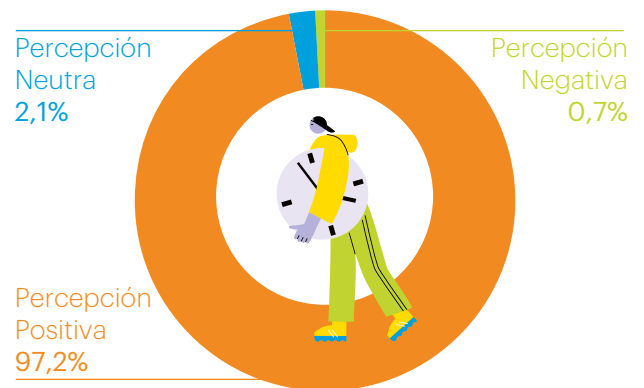
Principales resultados de la Encuesta de Teletrabajo

Dimensión Experiencia



Puntaje obtenido
92,9%

Dimensión Productividad



Puntaje obtenido
97,2%

Cómo afrontamos la preocupación por la pandemia

El sondeo, sin embargo, también nos reveló la preocupación que tenían los colaboradores respecto del impacto y la evolución de la pandemia, una inquietud que confirmó una segunda encuesta de contingencia aplicada con posterioridad.

Este aspecto lo abordamos con las siguientes acciones:

- Generamos 4 webinars con información de la enfermedad y consejos de autocuidado.
- Creamos los “Cafés de autocuidado”, reuniones virtuales donde los colaboradores pueden plantear sus preguntas a los profesionales del área de Prevención.
- Lanzamos las reuniones online “Agenda Abierta”. Estos son espacios de participación libre donde las personas pueden dialogar sobre cualquier tema con los gerentes corporativos. Se realizaron los viernes y solían enfocarse en aspectos humanos de la crisis.
- Se fortaleció el plan de comunicación con el envío semanal de tips para instalar las reglas de oro del teletrabajo: la desconexión digital y el bloqueo de agendas a media tarde para que las personas puedan almorzar.
- Campañas de sensibilización para reforzar el autocuidado: En los últimos meses del año, para evitar el relajo de las medidas de autocuidado, también se reforzó la comunicación hacia los puntos de venta con mensajes preventivos y videos con testimonios de personas que sufrieron la enfermedad.

Los resultados de ambas encuestas también nos sirvieron para complementar el mapeo que realizamos de los cargos de las áreas de apoyo desde una perspectiva de teletrabajo. El objetivo de este proceso fue determinar aquellas funciones que, para efectos del plan de retorno, podían seguir realizándose de manera 100% a distancia, aquellas que permitían combinar las modalidades remota y presencial, y las que por sus características debían ejecutarse de forma presencial.

A partir de este trabajo, definimos que, una vez recuperada la normalidad, el 35% de los equipos quedaría permanentemente en teletrabajo; otro 45% retomaría sus labores con modalidad mixta, y el 20% restante regresaría a sus puestos presenciales.

Para una óptima y equilibrada ejecución del trabajo remoto, generamos –además– una “Ruta del Teletrabajo” (ver más en capítulo Capacitación y Desarrollo).



Seguimiento y apoyo a colaboradores contagiados

En el marco del trabajo colaborativo que se gestó entre las áreas que conformaban el Comité de Crisis para garantizar el cumplimiento legal y sanitario de la compañía, en marzo se creó un sistema destinado a identificar y tener trazabilidad de los colaboradores contagiados y de los posibles contactos estrechos.

Este flujo se iniciaba apenas se disparaba una alerta de contagio en las tiendas o farmacias. En tales casos, además de seguir el procedimiento formal e informar a la autoridad sanitaria, como compañía activamos las siguientes acciones complementarias:

- **Se aplicó una sanitización inmediata del local.**
- **Se efectuaron test rápidos entre los miembros del equipo con el apoyo de tres paramédicos. Aunque esta herramienta no tiene un 100% de fiabilidad, nos permitió acelerar el envío de las personas a realizarse PCR a la mutualidad. Al 31 de diciembre se habían aplicado 4.943 test rápidos.**

A partir de ese momento, entraba a operar el sistema de acompañamiento de la empresa para las personas en cuarentena. A cargo de la Subgerencia de Bienestar, este proceso –de alcance nacional- contempló contactos telefónicos diarios con todos estos colaboradores para conocer su evolución y necesidades, con miras a determinar el tipo de ayuda que se les podía ofrecer.

Como resultado de esta labor, se identificaron personas sin redes de apoyo a las que se hizo llegar ayudas, como mercaderías, artículos de aseo, medicamentos e insumos de seguridad, a través de un trabajo coordinado entre jefaturas y compañeros. Estos aportes se definieron considerando los requerimientos específicos en cada caso y contemplaron, además, la flexibilización de algunos trámites y asesoría en contención emocional.

En concreto, durante la crisis, la compañía entregó asistencia directa a 90 personas. Dichas ayudas favorecieron sobre todo a los 80 colaboradores que, estando en cuarentena o tratamiento médico, declararon vivir solos y sin apoyo de familiares o cercanos.



- Apoyo a familiares de colaboradores fallecidos:** A lo largo del año, lamentamos la muerte de tres colaboradores por contagio de COVID-19. Estas situaciones las abordamos a partir de los protocolos de actuación que ha dispuesto la compañía para estos casos, en virtud de los cuales destinamos a los familiares el pago del 100% de la indemnización del colaborador. En esta ocasión, también entregamos ayuda y asesoría en función de las necesidades que los mismos familiares nos plantearon, lo que incluyó, entre otros requerimientos, el envío de médicos al domicilio, orientación en posesiones efectivas, ayuda psicológica y entrega de insumos.
- Panel de Control de personas contagiadas, con síntomas y contactos estrechos:** con el objetivo de llevar un registro de la evolución de los contagios y hacer seguimiento permanente de las personas afectadas, también creamos un panel de control de actualización diaria. De acuerdo con este registro, al 31 de diciembre, se hizo seguimiento a 890 personas, de las cuales 541 correspondieron a contagios confirmados.



/ 04.2

Ética y Cumplimiento

¿Por qué es importante?

En Empresas SB, abordamos la gestión ética y el cumplimiento normativo como pilares de nuestro objetivo estratégico, que es alcanzar la mejor reputación con rentabilidad de la industria.

En este ámbito, nuestro propósito es construir una cultura de integridad que asegure el respeto por las personas y armonice nuestras prácticas corporativas con los más altos estándares internacionales.

¿Cómo lo abordamos?

Para avanzar en estos desafíos, nuestra gestión descansa en un modelo integrado de riesgos que comprende cuatro líneas de defensa:

1. Controles de los "dueños del riesgo" en la operación cotidiana; control de la gerencia de primer reporte y medidas de control interno.
2. Ética, Cumplimiento y Riesgo; control financiero; gestión de calidad y control de calidad.
3. Contraloría Interna, con una función independiente de aseguramiento y consulta.
4. Auditores externos y reguladores.



A fines de 2020, lanzamos el nuevo Código de Ética y Cumplimiento de Empresas SB. De manera simultánea, formalizamos la Política Antifraudes y la Política de Gestión Medioambiental, y elaboramos procedimientos en ética, cumplimiento sanitario y cumplimiento ambiental.

Nueva guía para un negocio íntegro

Durante el último año, el hito más importante en este ámbito fue el lanzamiento del nuevo Código de Ética y Cumplimiento de Empresas SB. Este documento fue desarrollado con un enfoque integrado y cuenta con una estructura alineada con el diseño de gobierno corporativo y con la gestión de las conductas organizacionales de la compañía.

Esta publicación recopila los rasgos fundamentales de nuestra cultura e incorpora todas las normas legales aplicables a nuestro negocio. Además, apela a la autonomía de las personas para indagar sobre la mejor forma de “vivir lo correcto” en circunstancias de alta complejidad.

Con ese objetivo, entrega una pauta de preguntas para definir qué hacer y cómo enfrentarse a situaciones específicas, y ejemplos para poner en práctica los compromisos que ha adquirido la compañía con todos sus grupos de interés: colaboradores, clientes, proveedores, comunidades, accionistas, competencia y autoridades.

Finalmente, clarifica los canales para consultar y denunciar eventuales vulneraciones a estos lineamientos.

Nuestro desafío en 2021 estará centrado en la difusión de este Código y el diseño de campañas de sensibilización en torno a sus contenidos.

Otros avances en ética y cumplimiento

- **Formalizamos la Política Antifraudes y la Política de Gestión Medioambiental (ver más en capítulo Medio Ambiente).**
- **Elaboramos procedimientos en ética, cumplimiento sanitario, gestión de cumplimiento en medio ambiente y trazabilidad. Estos documentos los complementaremos en enero de 2021 con un procedimiento que definirá los controles preventivos que la organización debe poner en marcha para evitar los riesgos de fraude.**

- **Para garantizar el pleno cumplimiento de la Ley 20.393 sobre Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas, certificamos nuestro Modelo de Prevención del Delito.**



Capacitación en línea

Con el lanzamiento de una cápsula digital para explicar los contenidos y el alcance de la Ley 20.393, en 2020 iniciamos la marcha blanca de un programa de formación en temas de ética y cumplimiento en formato virtual.

De acuerdo con lo que establece el nuevo procedimiento sobre ética y cumplimiento que lanzamos en 2020, este plan de capacitación involucra responsabilidades diferenciadas para los colaboradores según la categoría de cargo a la que pertenezcan:

- Los directivos y ejecutivos que forman parte de la Alta Dirección, así como los gerentes de segundo y tercer reporte, tienen la obligación de revisar todas estas cápsulas para luego rendir un examen sobre sus contenidos. En dicha prueba deberán obtener un puntaje mínimo, para lo cual contarán con hasta tres oportunidades.

- El resto de los colaboradores podrá efectuar los cursos que estimen conveniente y rendir las pruebas respectivas de manera voluntaria. Para ayudarlos a aprobar estos exámenes, la compañía les entregará reforzamientos especialmente en los temas legales.

Una de las ventajas que ofrece este programa es que, por su carácter virtual, permitirá a las personas decidir el momento y lugar en que se capacitarán.

Capacitación en cumplimiento legal y sanitario, ética y riesgos

Nombre del curso	Número de participantes	Duración (en horas)	Horas hombre
Receta médica, modificación D.S. 404 y 405 "Medicamentos sujetos a control"	773	1	773
Norma Técnica 208, Ministerio de Salud	15	1	15
Comercio electrónico	180	1	180
Mapas de procesos	33	1	33
Ciberseguridad	45	1	45
Seguridad de la información y datos personales	45	1	45
Cumplimiento sanitario	40	1	40
Ley 20.393	46	1	46
Gestión Integrada de Riesgos	45	1	45
Gobierno, Ética y Cumplimiento	44	1	44
Libre Competencia	105	1	105
E-learning	211	1	211
Total	1.582		1.582

A estas capacitaciones hay que agregar los cursos sobre temas afines a cumplimiento que realizaron en el año áreas distintas a la Gerencia de Asuntos Legales y Gobierno Corporativo, como "Normativa laboral y de prevención de riesgos", que en su conjunto suman 419 horas y elevan la cifra total de horas formativas en estas materias a 2.001.

Gestión ética y cumplimiento normativo en cifras



* A fines de diciembre, el 9% restante se encontraba en etapa de investigación.

Gestión de Riesgos

Durante el último año, actualizamos nuestro mapa de riesgos estratégicos, con miras a desarrollar planes que nos permitan avanzar en su mitigación. Este mapa incluye los riesgos estratégicos internos, los externos y aquellos de carácter mixto.

En materia de riesgos operacionales, además, nuestro principal avance fue el levantamiento de los primeros mapas de procesos de ESB, Salcobrand, Preunic y Pharma Benefits. Para 2021, nuestro propósito es desarrollar los mapas de Medcell y DBS. Esta labor nos permitirá identificar nuestros riesgos críticos, que son aquellos de carácter operacional relacionados directamente con los riesgos estratégicos, y cuyo impacto puede desestabilizar la compañía.

En esta misma línea, también desarrollamos una definición de cada proceso crítico, con sus entradas y salidas, para que todos los equipos manejen la misma información, y designamos a sus responsables. Esto nos ayudará a gestionar los puntos que representan una mayor amenaza y que corresponden a aquellos donde los procesos se cruzan con otros o con terceros.

Cumplimiento sanitario

En este ámbito, nuestro principal logro fue habernos convertido en la primera cadena de farmacias del país en recibir de parte del Instituto de Salud Pública (ISP) autorización para la venta de medicamentos online. En el marco de nuestros nuevos procedimientos y del diseño de los mapas de riesgos críticos, en 2020 continuamos trabajando en la reducción de nuestras brechas en cumplimiento normativo. El objetivo es desarrollar en 2021 planes de mitigación para corregir progresivamente estas debilidades.

Fiscalizaciones sanitarias realizadas a locales en 2020:

Total de fiscalizaciones: 213.

Fiscalizaciones que derivaron en sumarios: 98.

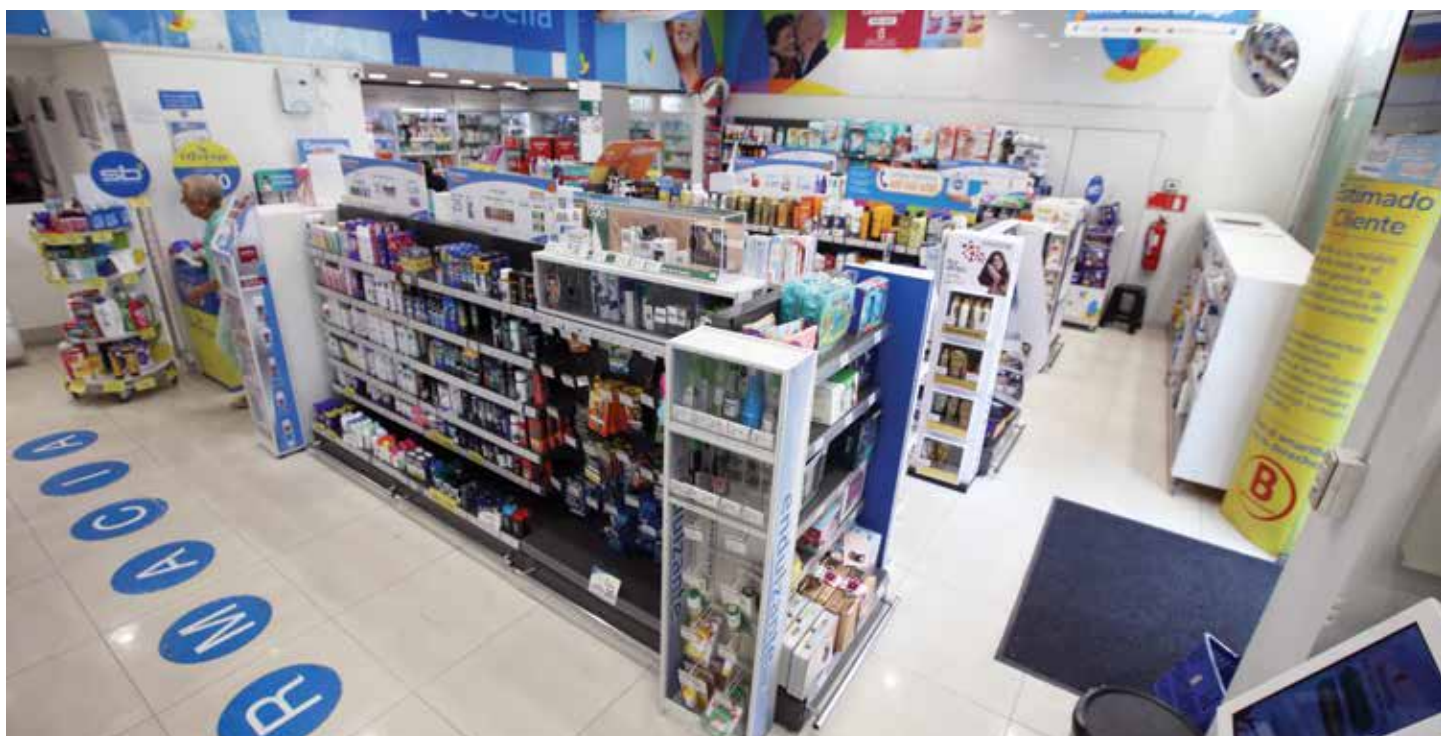
Fiscalizaciones que no derivaron en sumarios: 115.

Avenimiento con Sernac para el pago de compensaciones

En 2020, luego de dos años de negociaciones, Salcobrand logró un avenimiento con el Servicio Nacional del Consumidor (Sernac) y las asociaciones de consumidores para resolver la compensación a las personas afectadas por el “Caso Colusión”.

Según los términos de este acuerdo, la compensación beneficiará a casi 53 mil consumidores, cada uno de los cuales recibirá alrededor de \$22 mil.

El proceso de pago de estas compensaciones comenzó a ejecutarse el 14 de diciembre a través de las sucursales de BancoEstado y ServiEstado, y mediante transferencias electrónicas a las cuentas RUT.



/ 04.3

Experiencia Cliente e Innovación

¿Por qué es importante?

En Empresas SB, entendemos la lealtad y recomendación de los clientes como un requisito para avanzar en nuestro objetivo estratégico de construir la mejor reputación con rentabilidad de la industria. Esta es la razón por la que ponemos un especial énfasis en responder a sus necesidades y conocer sus expectativas, con miras a aprender y seguir mejorando.

¿Cómo lo abordamos?

Para medir nuestros avances en los niveles de recomendación de los clientes, tanto en Salcobrand como en Preunic aplicamos la encuesta Net Promoter Score (NPS, por sus siglas en inglés). De igual modo, reforzamos de manera permanente la escucha activa a través de las redes sociales y de todas las plataformas que hemos habilitado para recibir consultas y reclamos.

Por último, con el fin de continuar garantizando una experiencia diferenciadora, seguimos profundizando la innovación como principal sello de la empresa.



En 2020, Salcobrand y Preunic crearon equipos para monitorear las redes sociales e incorporaron un Chatbot a sus sitios web. La meta de ambos sistemas es entregar una primera respuesta antes de cinco minutos.

Índice NPS en 2020

Durante el último año, a pesar de las complejas condiciones en las que desarrollamos nuestra actividad, tanto Salcobrand como Preunic lograron mantener elevados índices de recomendación de clientes (NPS).

- **Salcobrand:** Esta cadena alcanzó en diciembre un NPS de 65%, el mismo con el que terminó 2019. Este buen resultado estuvo marcado por el mayor conocimiento de los equipos respecto de los convenios con Isapres y por un mejor manejo de disponibilidad de stock. A esto hay que agregar el aporte movilizador que realizaron durante el último año los Líderes de Experiencia. La modalidad virtual con la que operó este equipo nos permitió una mayor cobertura de zonas y locales. Además, facilitó el diálogo con los líderes de cada local y con los equipos de aquellas farmacias con mal desempeño recurrente, con quienes se desarrollan acciones especiales. Otro factor que contribuyó a este desempeño fue la buena percepción que manifestaron los clientes durante la pandemia en temas de seguridad, higiene y aforo de los locales. Estos aspectos fueron destacados en el apartado de la Encuesta NPS donde se consulta a la persona si recomendaría el local y por qué. En la misma línea, y a pesar de las mayores esperas, la gente continuó valorando la amabilidad de la atención.
- **Preunic:** En 2020, el principal logro de Preunic en materia de NPS fue mantener su indicador anual promedio en 84%, uno de los más altos de la industria. Durante este año, además, la cadena logró gestionar esta encuesta a través de correos electrónicos. Su objetivo inicial era partir este proceso en los primeros meses de 2020, tras haber poblado las bases de datos con los antecedentes de los clientes. Sin embargo, este sistema solo se pudo activar en noviembre, una vez que se flexibilizaron las medidas de confinamiento en el país. En los resultados recogidos durante todo este período, los encuestados reafirmaron la gran valoración que tienen respecto del mix de productos y precios de las tiendas. En el caso de las tiendas remodeladas, también se resalta el diseño y la limpieza. Por el contexto de contingencia, llama la atención la alta puntuación que los clientes asignaron a las medidas de seguridad y prevención dispuestas en los locales. Esta percepción está claramente influida por las iniciativas que desarrolló la cadena para adaptar su actividad a las normas sanitarias de distanciamiento, higiene y aforo. Entre ellas, cabe destacar la habilitación de máquinas de tarjetas de pago en todas las tiendas para acelerar el proceso de compra y retiro, y la instalación de innovadores sistemas de ozono-sanitización de productos.



Indicadores Salcobrand 2020

65%

Índice NPS anual locales

60%

Índice NPS servicio e-commerce

51%

Índice NPS compra telefónica

59%

Índice de satisfacción en tiempo de espera

79,7%

Satisfacción neta con la amabilidad y cordialidad en la atención

72,3%

Satisfacción neta con la ambientación y limpieza de local

7.703

Promedio mensual de personas que responden encuesta de NPS

Indicadores Preunic 2020

83,8%

Índice NPS anual Preunic

82,5%

Índice de satisfacción en amabilidad en la atención

72,6%

Índice de satisfacción en conveniencia de precios

79,3%

Índice de satisfacción en variedad de productos

70,3%

Índice de satisfacción en agilidad en atención

975

Promedio clientes que mensualmente responden encuesta NPS

Experiencia cliente en los canales de venta online

Aun teniendo en cuenta el alcance limitado que siguen representando las ventas online respecto del total de operaciones en Salcobrand y Preunic, el crecimiento explosivo que registraron los canales de e-commerce durante la pandemia planteó desafíos complejos a ambas cadenas en lo que se refiere a experiencia cliente.

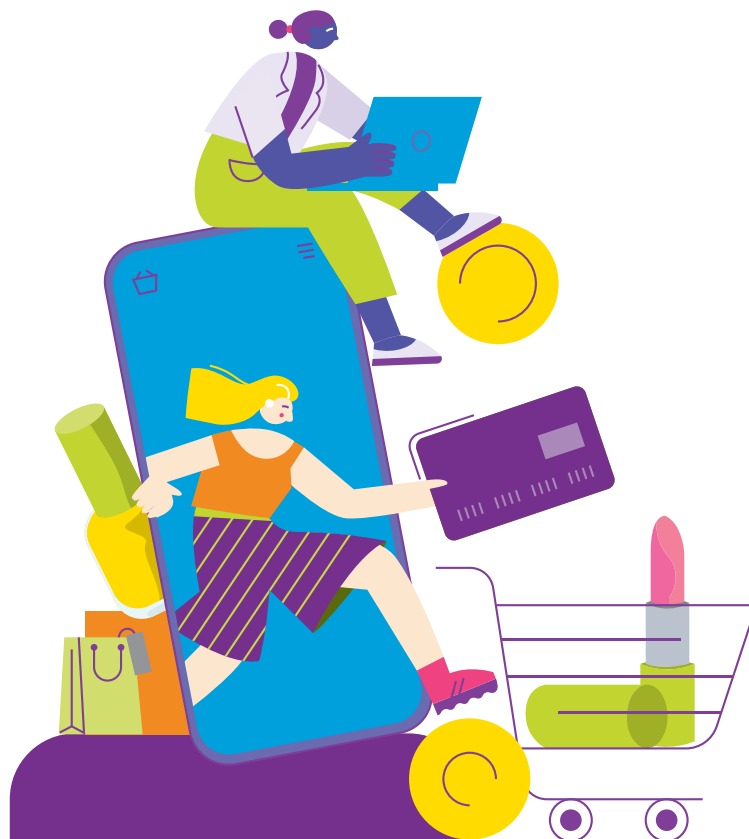
- Salcobrand:** A comienzos de la crisis tuvo que enfrentar un aumento de reclamos de incumplimiento en venta online como consecuencia de la falta de insumos de protección. Esta fue una situación inédita, que la empresa decidió enfrentar con la creación de un equipo de postventa para e-commerce. Esta unidad está conformada por 5 personas que operan en el Contact Center y se focalizan en resolver los reclamos a distancia. A partir de su trabajo se lograron reducir los tiempos de solución y bajar la tasa de reclamos. En los momentos más críticos, este indicador llegó al 14%. Al cierre de año, sin embargo, marcaba 2%. Esta medida se complementó con cambios en los centros de distribución, orientados a corregir las brechas en los tiempos de entrega y preparación de pedidos.

Otro de los hitos de Salcobrand en lo que se refiere a experiencia omnicanal fue la transformación del Servicio de Atención al Cliente (SAC) en plataforma de venta. A partir de septiembre, ante cada consulta, mala experiencia o reclamo recibido en esta línea telefónica, Salcobrand ofrece al cliente atención especializada por parte de un químico farmacéutico y la posibilidad de enviarle a su domicilio lo que requiere en un máximo de tres horas. Desde su puesta en marcha y hasta diciembre, este servicio ayudó a mejorar los indicadores de satisfacción, al tiempo que registró ventas por más de \$31 millones.

Para 2021, el objetivo es aumentar esta cifra a \$1.000 millones, a partir de la gestión de las distintas oportunidades que se abren en el contacto directo con los clientes. Este nuevo enfoque de servicio responde al interés de Salcobrand por avanzar hacia un modelo de experiencia rentable. En esa línea también se enmarca la nueva denominación del cargo que gestiona estas materias (Jefatura de Gestión de Cliente con Rentabilidad), cuyo principal desafío será consolidar la gestión de la experiencia como un buen negocio.

- Preunic:** Uno de los desafíos de esta cadena en materia de experiencia omnicanal es ofrecer en las plataformas de e-commerce el mismo servicio y cercanía que en las tiendas físicas. Esto involucra desde el alineamiento visual de ambos mundos hasta la unificación de la comunicación. Para avanzar en estos propósitos, algunas de las acciones que se ejecutaron fueron las siguientes:

- Se estandarizó la pauta de calidad de respuestas y el tipo de asesoría en productos que se entrega al cliente. Para garantizar el cumplimiento de estos objetivos, se integró a un especialista que se encargará de ofrecer respuestas uniformes y entregar soluciones rápidas.
- Se actualizó el sitio web con las mismas líneas gráficas de las tiendas 2.0. En esta plataforma, además, se ofreció a los clientes la posibilidad de crear pack virtuales de productos (3x2), tal como lo pueden hacer en las tiendas.
- Se habilitaron en los espacios digitales todas las tarjetas como medios de pago (de Preunic, de crédito y de débito con Transbank). Además, se hicieron integraciones para hacer más eficiente la devolución de dinero.



Avances en gestión de reclamos

- A partir del pleno funcionamiento de la plataforma CRM, en 2020 se lograron ordenar todas las aperturas de reclamos, los tiempos de respuesta y los SLA (acuerdos de nivel de servicio) por área.
- Salcobrand y Preunic crearon equipos para monitorear las redes sociales Twitter, Facebook e Instagram, considerando que estas plataformas se han convertido en otro canal de atención y reclamos. Estos especialistas reciben desde un sistema de Inteligencia Artificial todas las menciones que se hacen a sus respectivas empresas y tienen la misión de entregar una primera respuesta a dichos comentarios o reclamos antes de 5 minutos.
- Se incorporó un Chatbot a los sitios de Salcobrand y Preunic para entregar atención a las personas que se contactan vía web, tal como ya se hace con quienes se comunican por redes sociales, teléfono y mail.
- A fines de 2019, Salcobrand incorporó a un analista para gestionar los reclamos sensibles y los que se reciben a través de Sernac. Su objetivo es que todos estos reclamos se resuelvan antes de siete días.

Usuarios en redes sociales (al 31 de diciembre)

2020

Salcobrand

Usuarios en Instagram	48.713
Usuarios en Twitter	34.751
Usuarios en Facebook	419.751

Preunic

Usuarios en Instagram	140.910
Usuarios en Facebook	414.362

Llamadas atendidas por los Servicios de Atención a Clientes

2020


Salcobrand

Llamadas atendidas en el año	481.351
Tasa de servicio	80,47%
Tasa de abandono (*)	19,53%

Preunic

Llamadas atendidas	81.341
Tasa de servicio	63,80%
Tasa de abandono	36,10%

* Este valor se explica por el crecimiento exponencial que registraron las llamadas al SAC por consultas de e-commerce en el contexto de pandemia.



Reclamos vía Sernac	2020	Clientes atendidos por redes sociales*		
		Salcobrand	Preunic	
Número de reclamos Preunic	1.657	Cientes atendidos por Facebook	23.698	8.115
Número de reclamos Salcobrand	3.178	Cientes atendidos por Twitter	20.781	5.864
		Cientes atendidos por Instagram	-	9.166

* Salcobrand responde el 100% de los reclamos recibidos vía Sernac, con un promedio de 7 días como tiempo de respuesta.

* Medido por tickets generados

Innovación

Durante los últimos años, en Empresas SB hemos impulsado la innovación en el marco del programa CREA. Esta iniciativa fue desarrollada en 2016 con el objetivo de involucrar a todos los colaboradores en el desafío de la creatividad continua y para insertar a la compañía en el ecosistema de emprendimiento del país.

En 2020, para adaptarnos al escenario de pandemia, desarrollamos en el marco de este proyecto una versión de Ventanilla Única con foco en la contingencia.

Como parte de esta iniciativa, invitamos a los colaboradores de locales a que nos enviaran ideas que no requirieran de desarrollos sistémicos pero que impactaran en las ventas y la experiencia del cliente. Esto se realizó para enfrentar las desventajas en términos de experiencia que representaron las restricciones sanitarias.

Principales indicadores de la gestión en innovación	2020
Número de proyectos recibidos a través de la Ventanilla de Innovación	53
Número de proyectos seleccionados para su ejecución como piloto	9
Personas capacitadas en innovación durante el año (E-learning Innova)	612

Open Salcobrand

En materia de innovación, otro foco relevante estuvo en el programa Open Salcobrand, que habíamos puesto en marcha en 2019 y retomamos con fuerza en noviembre del último año.

Open Salcobrand es el programa de innovación abierta de Salcobrand, a través del cual queremos convertirnos en referentes en innovación en Bienestar y Salud, siempre partiendo desde las necesidades de los clientes.

Para tal efecto, se propone buscar soluciones en el ecosistema de innovación abierta con impacto en el cliente, que garanticen una experiencia memorable y aporten a la sostenibilidad del negocio.

En el marco de este proyecto, se creó un Comité de Innovación de Open Salcobrand, con participación de las áreas de e-commerce y de locales, el gerente general corporativo del holding ESB, el gerente general de Salcobrand y dos directores, cuyas funciones son:

- Ser parte del jurado que evaluará los emprendimientos y soluciones innovadoras.
- Realizar mentorías a los emprendedores seleccionados y facilitar su integración en Salcobrand.
- Analizar cualquier innovación o emprendimiento que sea de interés para Salcobrand.

En 2021, en el marco de Open Salcobrand, se llevará a cabo un desafío de innovación de la mano de la Aceleradora de Negocios de la Universidad del Desarrollo, UDD Ventures, el que tendrá dos líneas de acción:

- 1- Soluciones innovadoras: Buscar soluciones innovadoras tecnológicas y no tecnológicas, que ayuden a mejorar la experiencia de los clientes de Salcobrand.
- 2- Productos innovadores: Buscar productos innovadores en salud, belleza o bienestar, para ventas en e-commerce Salcobrand.

Este programa nos permitirá seguir avanzando en entregar la mejor experiencia de servicios a nuestros clientes, reduciendo las fricciones en todos los momentos de interacción que estos tienen con nosotros (como locales, e-commerce y contacto telefónico); en definitiva, nos ayudará a hacer realidad la “omniexperiencia”.



Nuevo Centro de Innovación

- En 2020, se inauguró el Centro de Innovación de Salcobrand. Este es un espacio habilitado sobre la farmacia de Pedro de Valdivia (Providencia, Santiago) con el objetivo de servir como un laboratorio para pilotear los proyectos que se trabajen con los emprendedores internos y externos.



/ 04.4

Desarrollo, Cultura y Bienestar de las Personas

¿Por qué es importante?

En Empresas SB, cuidamos y desarrollamos a las personas porque las consideramos nuestra principal fuente de valor y una pieza clave para alcanzar los objetivos estratégicos.

Considerando su relevancia, es que hemos puesto a las personas en la base de la ecuación virtuosa sobre la que desarrollamos nuestra actividad, la que se resume en “colaborador contento = cliente contento = accionistas contentos”.

¿Cómo lo abordamos?

Entregamos a las personas los conocimientos y recursos que necesitan para crecer en la organización en equilibrio con sus intereses y en un ambiente laboral diverso y participativo, que garantice sus derechos y estimule su potencial innovador. Para medir el cumplimiento de estos objetivos, aplicamos dos veces al año una encuesta de clima, cuyos indicadores son Clima General, Compromiso, Intención de Permanencia y Satisfacción General.



Durante el último año, digitalizamos todas nuestras actividades de capacitación a través de distintos tipos de recursos formativos. Además, realizamos un diagnóstico para identificar nuestras brechas en equidad de género, a partir de cuyos resultados comenzamos a diseñar una serie de acciones de mejora.

Ajustes en la oferta de valor

A mediados de 2020, nos planteamos el objetivo de retomar el trabajo que veníamos realizando desde 2019 para la definición de un nuevo modelo de oferta de valor, y que tuvimos que postergar primero por el estallido social y luego por el inicio de la pandemia.

A poco andar, sin embargo, descubrimos que –luego de la crisis de octubre– las necesidades de los colaboradores habían cambiado completamente. Por lo mismo, decidimos postergar este desafío hasta 2021 y abordarlo con el apoyo de consultores externos.

Con todo, durante el último año continuamos haciendo ajustes a nuestra oferta de valor, sobre la base del plan de acción que habíamos definido para el período y de las iniciativas asignadas a las distintas áreas de la Gerencia de Personas.

Entre estas modificaciones cabe destacar, por ejemplo:

- **Establecimos horarios fijos de salida para tres fechas del año relevantes para colaboradores de administración: Fiestas Patrias (17 de septiembre); Navidad (24 de diciembre) y Año Nuevo (31 de diciembre).**
- **En el contexto de la contingencia sanitaria, también congelamos las cuotas de los préstamos de la compañía para las personas que lo solicitaran. Este es un crédito blando sin intereses que Empresas SB descuenta a quienes lo soliciten a través de las liquidaciones de sueldo en forma mensual.**
- **Siempre en el marco de la pandemia, como resultado de nuestra permanente evaluación de beneficios, decidimos reforzar nuestros convenios para servicios psicológicos, considerando las necesidades de mayor contención emocional y orientación que detectamos entre los colaboradores.**





Equidad de Género

En el plano de las iniciativas transversales, otro de los proyectos que abordamos en 2020 fue el de Equidad de Género.

En esa línea, adherimos a los Siete Principios Para el Empoderamiento de la Mujer de Naciones Unidas. Este es un estándar voluntario validado internacionalmente y cuyo objetivo es “ayudar al sector privado a centrarse en los elementos clave para la promoción de la igualdad de género en los lugares de trabajo, el mercado y la comunidad”.

La adhesión a estos lineamientos surgió del compromiso de la alta gerencia por avanzar en temas de equidad de género tras constatar los espacios de mejora que reveló nuestra participación en el Índice de Equidad de Género de PROhumana.

En el marco de esta labor, también efectuamos, con la asesoría de ComunidadMujer, un diagnóstico para identificar nuestras brechas prioritarias en equidad de género a partir de la sistematización y análisis de información secundaria proveniente de las bases del personal, y con foco en las condiciones que la Norma NChi3262 define para certificar a las empresas.

Los resultados de este estudio nos llevaron a poner en marcha las siguientes acciones:

- Con la totalidad de las áreas de la Gerencia de Personas, establecimos los indicadores y datos que usaríamos como referencia para disponer de un seguimiento continuo en estas materias.
- Capacitamos en materia de género a todas estas unidades.
- Aprendimos a interpretar nuestros datos y nuestra gestión con enfoque de género, un trabajo que nos hizo ver la necesidad de hacer ajustes y actualizaciones en algunos de nuestros procesos, como los concursos internos.

Paralelamente, avanzamos en la definición de estrategias e iniciativas orientadas a acortar las brechas de género y a potenciar la conciliación de la vida laboral, familiar y personal de colaboradoras y colaboradores de la organización.

En este contexto, creamos como nuevo beneficio un complemento en la renta de las colaboradoras con licencia por maternidad (con renta superior al tope imponible).

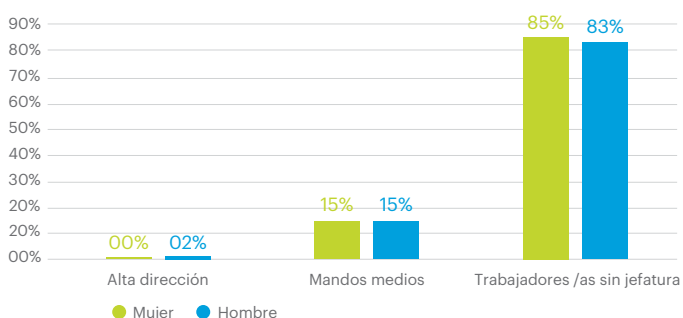
Para 2021, el gran objetivo en este ámbito es establecer un plan de acción, con metas concretas de mejora de mediano y largo plazo. Esta labor la desarrollaremos durante el primer semestre de manera simultánea con el lanzamiento y difusión de nuestra nueva Política de Equidad de Género.



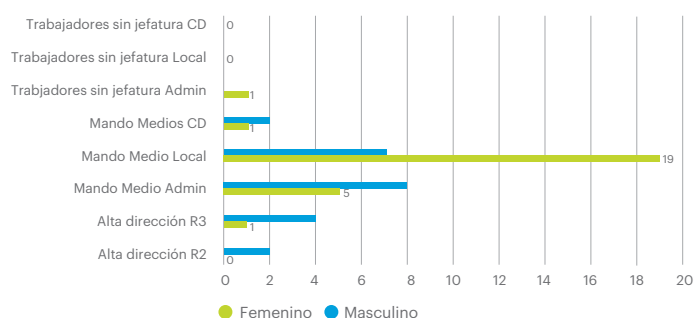
Participación laboral de hombres y mujeres en ESB

Dotación por tipo de contrato	Hombres	Mujeres
Indefinido	2.969	5.552
Primer plazo fijo	51	106
Segundo plazo fijo	126	158
Total	3.146	5.816

Distribución proporcional de hombres y mujeres por nivel jerárquico



Número de promociones verticales por nivel jerárquico y género



Definición de niveles jerárquicos:

- Alta Dirección: Trabajadores/as que ocupan los cargos más altos y de mayor responsabilidad en la organización. Considera aquellos/as que pertenecen al Directorio, las gerencias y las subgerencias.

- Mandos medios: Profesionales o técnicos que ocupan cargos intermedios en la estructura organizacional y que ejercen alguna jefatura, con o sin personas a cargo.

- Trabajadores sin jefatura: Trabajadores/as profesionales, técnicos o sin calificación que están en la base de la estructura organizacional, realizando labores de operación y ejecución.

Brecha salarial Empresas SB 2020

Nivel jerárquico	Porcentaje salario de las mujeres en relación al de los hombres
Alta Dirección RO	(*)
Alta Dirección R1	(*)
Alta Dirección R2	100,56%
Alta Dirección R3	94,58%
Mandos medios administración	92,62%
Mandos medios puntos de venta	99,15%
Mandos medios CD	103,64%
Trabajadores sin jefatura administración	103,82%
Trabajadores sin jefatura puntos de venta	98,48%
Trabajadores sin jefatura CD	100,02%
Total	94,79%

(*) No hay mujeres en estos niveles.

La información del cuadro se lee de la siguiente manera:

- en la alta dirección R2, el porcentaje del salario de las mujeres en relación al de los hombres es de 0,56% más.

- en los mandos medios de administración, el salario de las mujeres en relación al de los hombres es de un 7,38% menos.

Programa de Reconocimiento

En un escenario marcado en los puntos de venta por las urgencias asociadas a la pandemia y por la ausencia del contacto presencial entre los equipos en teletrabajo, en 2020, nuestro programa de reconocimiento registró una caída en las tasas de participación.

En estas circunstancias, reforzamos la visibilidad de esta iniciativa en su formato virtual a través de las siguientes acciones:

- **Elaboramos un set de láminas digitales para ayudar a los líderes a comprender los fundamentos y las conductas que debe mostrar una persona para recibir reconocimientos por alguno de los atributos del Sello del Colaborador.**
- **Adaptamos nuestra gestión para facilitar la entrega de reconocimientos, ofreciendo realizar centralizadamente el trámite de ingreso a la plataforma o el envío de los pines.**
- **Aunque no realizamos ceremonias interáreas, sí organizamos la tradicional Ceremonia Anual, en formato streaming. En este evento, si bien no hubo reconocimientos individuales, por cuanto no se efectuaron en el año los procesos de selección respectivos, el gerente general agradeció a toda la organización por el compromiso mostrado con su trabajo durante la pandemia. En la ocasión, se entregó un reconocimiento a las personas que cumplieron 30 años en la empresa.**

Nuevo sitio Comunidad ESB

En septiembre comenzó a operar la renovada plataforma Comunidad ESB, una intranet responsiva y a la que podrán acceder todos los colaboradores de la compañía, estén donde estén.

Con nuevas herramientas y una línea gráfica completamente actualizada, en este espacio los equipos pueden conocer sus beneficios, descargar sus liquidaciones, acceder a noticias y efectuar reconocimientos, entre muchas otras funcionalidades.

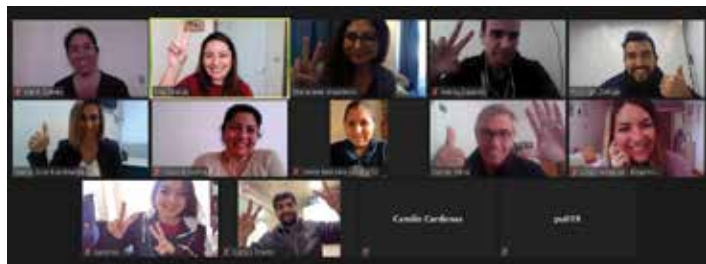
Para testear su funcionamiento, previamente la compañía realizó un piloto con la participación de colaboradores de distintas áreas. Este proceso permitió identificar espacios de mejora e incorporar nuevas soluciones en línea con las expectativas y requerimientos de las personas.

Reconocimientos por tipo	2019	2020
Reconocimiento online	3.477	2.987
Pines de reconocimiento	1.856	969
Tarjetas	1.416	730
Total reconocimientos entregados	6.749	4.686



Otros avances en cultura y desarrollo

- Onboarding para teletrabajo:** En 2020, uno de nuestros avances fue la adaptación del proceso de onboarding para los nuevos colaboradores que ingresan a teletrabajo. En ese contexto, efectuamos nuestra primera contratación desde regiones. Tal como lo establece el nuevo procedimiento, en este caso mandamos el kit de bienvenida y la silla de trabajo al mismo domicilio del colaborador, a quien además enviamos un saludo institucional de bienvenida.
- Academia de Líderes:** Todas las actividades presenciales de este programa fueron ajustadas al formato digital, para lo cual siguieron contando con el apoyo de los facilitadores internos (gerentes de la compañía).



Clima

En 2020, después de dos años de evolución a la baja, logramos mejorar el indicador de Compromiso, uno de los cuatro índices que mide la Encuesta de Clima. Este es un logro de gran relevancia para la organización, considerando que se alcanza luego de un estallido social y en medio de una pandemia.

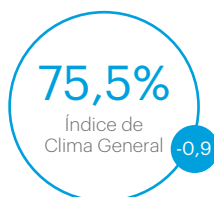
En los otros tres índices de referencia no se observaron variaciones significativas, lo que también supone un éxito, si se tienen en cuenta los cambios y desafíos que hemos enfrentado durante los últimos dos años.

En este mismo ámbito, cabe destacar que durante el año se siguieron monitoreando los planes de acción definidos para las áreas críticas, si bien algunas de estas intervenciones no se pudieron realizar por las restricciones de aforo en los puntos de venta.

Resultados Generales Encuesta de Clima 2020

7.046
Número de participantes

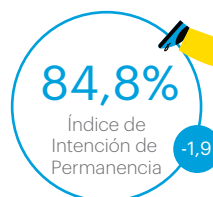
94,9%
Tasa de participación



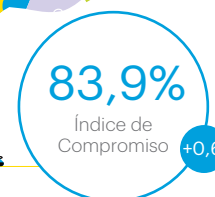
Promedio simple de las 14 dimensiones de clima



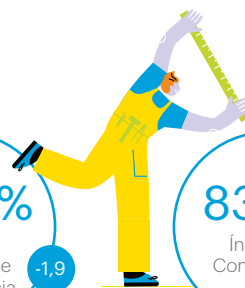
"Me gusta trabajar en esta empresa"



"Me gustaría trabajar en esta empresa por mucho tiempo más"



Promedio de las 5 preguntas que miden compromiso



Capacitación

En 2020, el principal logro de la compañía en capacitación fue la digitalización de todas sus actividades formativas a través de distintos tipos de recursos y con contenidos desarrollados con un enfoque adulto del aprendizaje.

En el marco de este trabajo de reconversión, realizamos, además, una auditoría de los procesos y las tecnologías de la empresa para determinar nuestros requerimientos y desafíos en este ámbito.

Este Plan Anual de Formación fue definido con el propósito de lograr una mayor cobertura a nivel país y se centró en los focos estratégicos del negocio:

- Diferenciación
- Eficiencia de procesos
- Colaboradores

Divididos por unidad de negocio, algunos de los principales programas desarrollados en el año fueron los siguientes:

Puntos de Venta:

- Salcobrand: “Dermocoaching”, “Marcas propias”, “Actualízate” y “Formación Auxiliar de Farmacia (FAF)”.
- Preunic: “Programa de Belleza” e “Inducción Plan Navidad”.
- Recetario Magistral: “Diálogos sobre Autocuidado COVID-19 Vive Seguro” y “Diálogos sobre Trastornos Músculo-esqueléticos Vive Seguro”.

Centros de Distribución:

- “Diálogos de seguridad sobre Autocuidado COVID-19”, “Diálogos sobre Manejo Manual de Carga”, “Curso Sustancias Peligrosas”, “Inducción Derecho a Saber” y “Manual de Buenas Prácticas de Prevención de Riesgos”.

Administración:

- En este ámbito destacó especialmente la “Ruta del Teletrabajo”, un programa orientado a los colaboradores del área administrativa que trabajan en esta modalidad, cuyo objetivo es permitirles desarrollar estrategias para un trabajo a distancia seguro y eficiente, y en línea con la normativa laboral vigente. Este plan contempló cursos e-learning sobre teletrabajo y prevención de contagios; webinars como los “Café de Autocuidado” y “Cuidándote del COVID, estés donde estés” y clases online sobre herramientas de G-Suite.

Programas Transversales:

- Entre las iniciativas dirigidas a todos los colaboradores destacaron la “Inducción Corporativa”, el “Programa Vive Seguro”, “Capacitación en Inclusión y Diversidad” los planes formativos en “Ética, Cumplimiento y Riesgos” y el programa de becas de estudio.

Plataforma Full Aprendizaje

Otro avance 2020 de Empresas SB en materia de capacitación fue el lanzamiento de Full Aprendizaje. Este portal unifica plataformas tecnológicas de capacitación, lo que les permite a los colaboradores encontrar toda la oferta formativa en un solo lugar.

Alojado en el sitio www.comunidadesb.cl, en el banner Full Aprendizaje, en este espacio las personas pueden acceder a sus indicadores de capacitación individuales, el calendario de formación semanal, el estado de cursos disponibles y su modalidad, y a distintas plataformas de autoinstrucción, entre otras ventajas.



Indicadores de capacitación en 2020



Colaboradores
totales
capacitados

6.432



Cobertura
70%



Número
de cursos

1.579



Horas totales de
capacitación

447.676



Presencial
11.078
2%



Horas promedio
de capacitación

17



A distancia
436.598
98%



Cobertura según
género

68,1%

Mujeres

72,4%

Hombres



Satisfacción

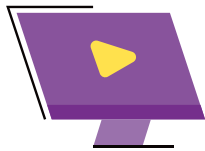
6,7



Aprendizaje

6,1

Nuevos recursos de capacitación en cifras



+70
videos



+170
fichas e
infografías



+450
webinars



+1.600
manuales de
autoinstrucción



+20
cursos
e-learning



+40
diálogos
de seguridad

Otros hitos

*lanzamiento y uso de plataformas web

*alianza con proveedores

*alianza con áreas estratégicas de la
empresa y mucho más

/ 04.5

Inclusión, Diversidad y No Discriminación

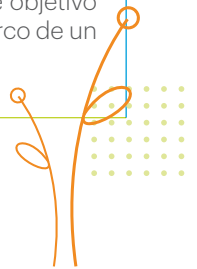
¿Por qué es importante?

En Empresas SB, promovemos el respeto y valoramos las diferencias como fuentes de desarrollo individual y colectivo, y motores de la innovación en la compañía.

Como organización que desarrolla su actividad en una sociedad diversa y que demanda un trato justo y no discriminatorio, estamos comprometidos con la promoción de ambientes laborales diversos.

¿Cómo lo abordamos?

A través de la Política de Inclusión, Diversidad y No Discriminación, buscamos instalar procesos activos y conscientes de aceptación de las diferencias, respetando el sello propio de cada colaborador y poniendo foco en cuatro grupos prioritarios: personas con discapacidad, personas migrantes, personas de 60 años y más y personas de la diversidad sexual. Este objetivo lo impulsamos con programas que se definen en el marco de un sistema de gestión de la diversidad.



3ª SEMANA DE LA
DIVERSIDAD
UNIDOS POR LAS DIFERENCIAS



Tercera Semana de la Diversidad

Entre el 9 y el 13 de noviembre organizamos por tercer año consecutivo nuestra Semana de la Diversidad. Bajo el lema “Unidos por las Diferencias”, la nueva versión de este evento reconoció el aporte que hizo cada persona, desde su singularidad, en el desafío de superar en conjunto el difícil contexto de pandemia.

Desarrollada en modalidad virtual, esta 3ª Semana de la Diversidad contempló las siguientes activaciones:

- **Para promover con antelación sus actividades, se envió un kit con material alusivo a todos los puntos de venta.**
- **Como primera actividad, el gerente general saludó a través de un video a todos los locales y tiendas, de Arica a Punta Arenas, que se preparaban para celebrar la diversidad.**
- **De acuerdo con la agenda semanal, se organizó entre martes y viernes un día temático en torno a cada uno de los grupos objetivos de diversidad de Empresas SB: personas con discapacidad, personas de 60 años y más, personas migrantes y personas de la diversidad sexual.**

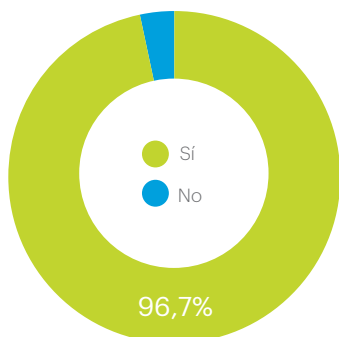
- **Todas estas jornadas se iniciaron con el testimonio de un colaborador que puso foco en un problema que enfrenta por su condición.**
- **Luego se compartía la historia de personajes que abrieron puertas para cada uno de estos grupos y se entregó el cómic “Cambia la mirada”, para mostrar un enfoque positivo por cada grupo.**
- **Por último se recomendaron influencers conocidos por cada grupo, que son reconocidos por promover o educar en diversidad.**

A lo largo de la semana, también organizamos un concurso de fotografía para reflejar la diversidad, certamen que reunió 50 trabajos, y convocamos desafíos TikTok en torno a estos mismos temas a través de Facebook.

Como cierre de la actividad, finalmente, efectuamos un conversatorio con representantes de empresas líderes en inclusión y diversidad, webinar que fue bien evaluado por el 98,2% de los participantes.

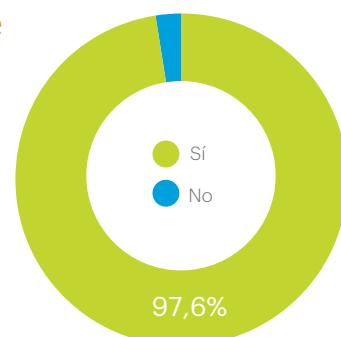
Evaluación Semana de la Diversidad

En términos generales, ¿te gustó la 3ª Semana de la Diversidad?



245 respuestas

¿Te gustaría que se siguiera haciendo todos los años?



Ganadores del Concurso de Fotografía



Primer
lugar

Romina
Sepúlveda



Segundo
lugar

Carlos
Liempi



Tercer
lugar

Jennifer
Abarzúa



Avances con cada grupo de diversidad

- Personas con discapacidad**

- Protocolo de incorporación:** En el marco de la formalización del Procedimiento de Reclutamiento y Selección de ESB, se elaboró un anexo con los protocolos que se deben seguir para la contratación de personas con discapacidad desde el momento en que se presentan a una entrevista laboral. Partiendo de la base de que en la compañía todos los cargos son inclusivos, este documento describe los ajustes que se deben contemplar en cada paso del proceso para garantizar la igualdad de oportunidades de los postulantes (ver lámina).
- Contratación:** En 2020, el foco estuvo en la identificación de nuevas instituciones a nivel nacional con las que se pueda seguir profundizando el trabajo colaborativo en materia de contratación de personas con discapacidad. El objetivo es que, a partir de este mapeo, en 2021 se definan las organizaciones con las que se establecerán alianzas. En este ámbito, si bien no se realizaron cursos precontrato, se dio continuidad a la labor que desarrolla ESB con las OMIL. En el marco de esta colaboración, a diciembre, la compañía contaba en su dotación con 144 PcD. Esto permitió cerrar el año por sobre el 1% en cada una de las filiales, porcentaje superior al que exige la ley.



Diversidad en la dotación	2019	2020
Personas con discapacidad contratadas	153	144
Porcentaje de dotación	1,62%	1,54%
Colaboradores migrantes	937	912
Porcentaje de dotación	9,4%	9,74%
Colaboradores 60 años y más	352	365
Porcentaje de dotación	3,5%	3,90%

- c. **Promoción de la inclusión laboral:** En este ámbito, algunos de los principales avances fueron:
- Con el fin de aumentar las posibilidades laborales de las PcD y derribar sesgos inconscientes, durante el período se realizaron 5 talleres de capacitación para jefes zonales. A lo largo del año, participaron en estos cursos virtuales 5 líderes zonales y líderes de puntos de venta de sus respectivas zonas.
 - Participamos en la Expo Inclusión, actividad que se realiza con el objetivo de reunir empresas e instituciones que trabajan en estos temas, además de ofrecer oportunidades laborales.
 - Fuimos invitados a participar en el Comité de Expertos Anteproyecto Norma Chilena "NCh3267 Sistemas de Gestión - Gestión de la inclusión de personas con discapacidad" y en el Comité Técnico Pre-Norma 3725 sobre diseño para el acceso y movilidad de personas sordas o con discapacidad auditiva.

- Formamos parte de la charla de Punto Empleo Virtual "Herramientas claves para participar en procesos de RyS inclusivos", organizada por la Municipalidad de Providencia y la Universidad Autónoma.
- Postulamos al premio internacional Zero Projet, que destaca a las empresas con políticas y prácticas innovadoras en inclusión de personas con discapacidad. Por ser una de las compañías finalistas, recibimos una insignia de reconocimiento.
- Participamos en la Medición de Inclusión Laboral que realiza Sofofa: Este proceso establece el nivel de madurez de una compañía en materia de inclusión laboral a partir de una evaluación en aspectos como Gobernanza; Reclutamiento; Beneficios y bienestar; Comunicaciones y capacitación; Sostenibilidad, marketing y proveedores. El puntaje total obtenido por Empresas SB en este diagnóstico fue de 80,3%.



- **Colaboradores de 60 años y +**

A partir de las necesidades identificadas en focus group realizados a personas de 60 años y más, y líderes que cuentan con estos colaboradores en sus equipos, entrevistas en profundidad y una encuesta online, en 2020 elaboramos un protocolo orientado a potenciar la experiencia de vida laboral de este segmento, reconocer sus capacidades y competencias, y contribuir a su desarrollo y bienestar. Este documento entrega guías y recomendaciones para las personas con 60 años y + en torno a los distintos procesos que conforman su Ciclo de Vida Laboral, desde el reclutamiento y selección, hasta su tránsito a la jubilación y retiro. Además, define las acciones que se deben considerar en su Proceso de Seguimiento, a través de la Evaluación de Capacidad Funcional y el Análisis de Puesto de Trabajo. Cabe señalar que, con el fin de brindarles seguridad, durante la pandemia, la empresa decidió mantener las condiciones laborales de más de 60 colaboradores de este colectivo.

- **Personas migrantes**

En 2020, lanzamos la “Guía de acogida para colaboradores migrantes”. Este documento tiene como finalidad entregar información a las personas de otras nacionalidades que se integran a la compañía en materias como sistemas de salud, educación, vivienda, programas sociales y tramitación de visados, facilitando así su adaptación e inserción en el país.

Los contenidos de este manual se definieron en el marco de un trabajo conjunto realizado por la compañía y ONU Migración, que contempló consultas y focus group orientados a identificar los temas de consulta más recurrentes de los colaboradores migrantes. La Guía de Acogida se publicó en español y créole, y se entregó a todos los colaboradores de la empresa. Posteriormente se distribuyó entre ONGs, municipalidades, empresas y otras instituciones que trabajan en los temas de migración. Además, está disponible en el nuevo sitio web corporativo (www.empresassb.cl) para todos los grupos de interés de la organización. Como procedimiento, por último, decidimos enviar este documento por correo electrónico a todos los postulantes extranjeros que soliciten un puesto de trabajo en ESB. Tras su lanzamiento, ONU Migración desarrolló un webinar para entregar información sobre temas de migración a los profesionales de la Gerencia de Personas. La labor de los especialistas de esta unidad que trabajan habitualmente con personas extranjeras también se reforzó con cápsulas audiovisuales sobre materias como contratación de migrantes, sistema de salud y sistema educacional chileno. En la plataforma de líderes, finalmente, se efectuó una charla en torno al valor de la multiculturalidad y los beneficios de la diversidad para los equipos de trabajo.



Guía de Acogida

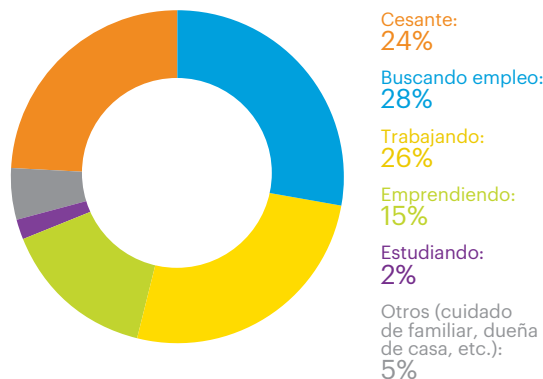
Sistema de Protección Social de Chile

- Programa de capacitación laboral para migrantes y adultos mayores:** En colaboración con la ONG CDI Chile, esta actividad se realizó entre mayo y noviembre con el objetivo de preparar a los participantes en técnicas de venta y atención al cliente que les permitan insertarse en áreas comerciales y de servicios de diferentes rubros. Durante este período, se efectuaron 8 cursos que involucraron 475 horas formativas. El número de inscritos llegó a 278 personas, 88% de las cuales fueron mujeres.

Situación ocupacional antes y después del programa

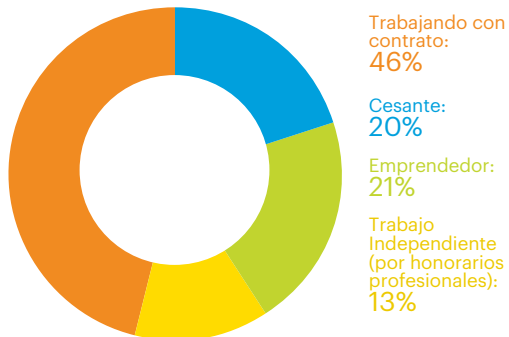
Antes del Programa

Muestra: 138 participantes



Después del Programa

Muestra: 138 participantes



La muestra indica que el programa significó un aumento del 59% en la empleabilidad de los participantes.

- Personas de la diversidad sexual:** Con este grupo de diversidad, el foco de trabajo en 2020 estuvo en la ejecución y seguimiento del Protocolo de Transición de Género. Este documento fue elaborado en 2019 con la finalidad de promover una mayor comprensión del tema trans en el lugar de trabajo y entregar orientación a las jefaturas y equipos de la compañía sobre cómo lograr un ambiente acogedor y brindar apoyo a los colaboradores en fase de transición sexual. En este contexto, celebramos el Día Internacional Contra la Homofobia y Transfobia con la difusión del testimonio de dos colaboradores trans, uno de los cuales apeló al protocolo para recibir ayuda en su proceso. Para el Mes del Orgullo, que se celebra en junio, desarrollamos una campaña educativa de difusión interna que incluyó videos explicativos respecto de conceptos de diversidad sexual, como expresión de género, orientación sexual y sexo biológico. Estas minicharlas estuvieron a cargo de Emilio Maldonado, coordinador de Pride Connection Chile.



/ 04.6

Salud y Seguridad en el Trabajo

¿Por qué es importante?

En Empresas SB tomamos decisiones priorizando nuestras cuatro Guías o Criterios de Actuación, uno de los cuales es la seguridad de los colaboradores. Nuestra aspiración, además, es actuar siempre en función del propósito común y en línea con los valores corporativos, entre los que se cuentan el respeto y la integridad, pilares de nuestro modelo de prevención.

¿Cómo lo abordamos?

Entregamos a todos los colaboradores las herramientas y condiciones que requieren para desarrollar sus funciones con los más altos estándares de seguridad de la industria. Desde 2021, además, contaremos con un Sistema de Gestión de Salud Ocupacional y Seguridad, a partir del cual abordaremos estas materias desde una perspectiva integral y con enfoque de mejora continua.



En 2020, en el marco del programa Vive Seguro, capacitamos en temas referidos al COVID-19, a través de distintos recursos formativos, a más de 2.500 colaboradores. Al cierre de año, además, estábamos trabajando en la elaboración de nuestro nuevo Sistema de Gestión de Salud Ocupacional y Seguridad.

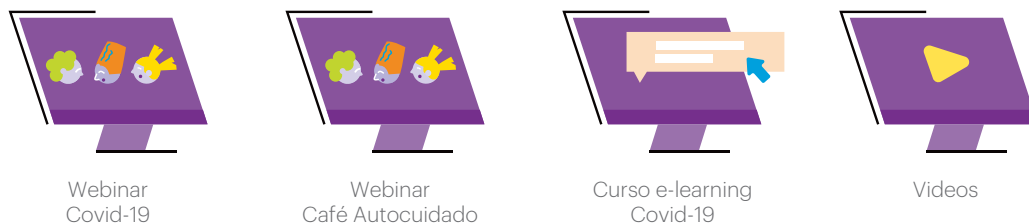
Programa Vive Seguro

Desde el año 2017, con el fin de promover la aplicación de los reglamentos y protocolos de seguridad en los puntos de venta e instalaciones corporativas, desarrollamos el programa “Vive Seguro”.

A partir de entonces, en el marco de esta iniciativa, promovemos la capacitación de equipos y líderes, reforzamos nuestras conductas estratégicas y realizamos visitas periódicas de inspección a los locales y dependencias de la compañía.

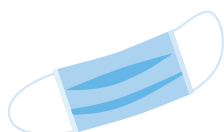
En 2020, las restricciones derivadas de la contingencia sanitaria y las necesidades de información sobre el COVID-19 condicionaron tanto el alcance como los contenidos del Vive Seguro. En ese contexto:

- Durante gran parte del año, se suspendieron las visitas a terreno, por lo que Vive Seguro solo se ejecutó en los centros de distribución. En este marco, se incorporó un inspector del programa en cada uno de nuestros dos centros de distribución.
- A partir de noviembre, cuando se flexibilizaron las cuarentenas en el país, la iniciativa se focalizó en el fomento del autocuidado para prevenir los contagios, a través de distintos recursos formativos. Esta labor abordó a los equipos de Medcell, Recetario Magistral, los puntos de venta y los centros de distribución, así como al personal en teletrabajo. Además, incluyó el diseño e impresión de señalética y fondos de pantalla relativos a las 9 Reglas de Oro de Empresas SB (ver capítulo “Gestión del COVID-19 con foco en las personas”).



Vive Seguro

Cantidad	24	21	2	7
Participantes	433	446	1.200	-
Cobertura	5%	5%	13%	-
Visualizaciones (promedio)	-	-	-	498
Satisfacción	6,8	6,7	6,6	-



Diseño e impresión de señaléticas y fondos de pantalla relativos a las 9 Reglas de Autocuidado ESB.

Nuevo Sistema de Gestión

Al cierre de 2020, en Empresas SB estábamos trabajando en la elaboración de un Sistema de Gestión de Salud Ocupacional y Seguridad. Este sistema lo desarrollaremos en la plataforma "Gestión" de la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS) y estará operativo a fines de 2021. Este nuevo SG nos garantizará el cumplimiento de dos tipos de aspectos legales:

- **Aspectos legales generales:** corresponden a las normativas de seguridad y salud en el trabajo, que deben cumplir todas las organizaciones, independientemente de sus características.
- **Aspectos legales específicos:** son las normativas que aplican a una organización según sus características, y considerando sus procesos, rubro y número de trabajadores propios o terceros, entre otros puntos.

El nuevo sistema de gestión se regirá bajo los estándares internacionales de la ISO 45.001 y los de la Organización Internacional de Trabajo (OIT). Sus responsables serán profesionales de la propia empresa, con máster en prevención de riesgos, así como ingenieros en prevención.

Estos equipos contarán, además, con la asesoría continua de expertos de la ACHS.

A partir de su puesta en marcha, el compromiso de la empresa será asegurar de forma permanente su conveniencia, adecuación y eficiencia, especialmente en lo que se refiere a:

- **Desempeño de la seguridad y salud en el trabajo.**
- **Promoción de una cultura que apoye el sistema de gestión.**
- **Participación de los empleados en la implantación de acción para la mejora continua.**
- **Comunicación de los resultados necesarios para la mejora continua de los empleados.**
- **Conservación de la información documentada como evidencia de la mejora continua.**

Cobertura hasta 2020 del Sistema de Gestión de ESB*

Alcance	Número (Promedio anual)	Porcentaje respecto del total
Empleados propios cubiertos por el Sistema de Gestión	Preunic: 2.559	100%
	Salcobrand: 5.812	100%

* Al cierre de 2020, los colaboradores de la compañía estaban cubiertos por los distintos programas de prevención vigentes para sus respectivas filiales. A partir del próximo año, esta labor se realizará en el marco del nuevo Sistema de Gestión de Salud Ocupacional y Seguridad.

Cobertura del sistema de gestión sujeto a auditoría interna

Alcance	Número
Empleados propios cubiertos por el SG sujetos a auditoría interna	8.371 (100%)
Trabajadores que no sean empleados propios y cuyo trabajo o lugar de trabajo estén controlados por ESB, que estén cubiertos por el SG sujeto a auditoría interna	729

Nota:

Se excluyen de estos indicadores los colaboradores de empresas prestadoras de servicios, cuya movilidad es relativa y temporal.

La información de la dotación propia fue entregada por la Subgerencia de Procesos y Compensaciones. Los datos de contratistas fueron solicitados a través de las Subgerencia de Administración y Finanzas y la Subgerencia de Seguridad para las empresas que mantienen vínculos laborales con Salcobrand y Preunic.

Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes

En Empresas SB, la identificación de los peligros y riesgos laborales se realiza por medio de una Matriz de identificación de peligros y evaluación de riesgos (MIPER). En esta herramienta se evalúan las distintas funciones de los colaboradores y sobre esa base se establecen los peligros, riesgos y consecuencias, a partir de los cuales se generan medidas de mitigación.

- La Matriz de Riesgos es elaborada por la Subgerencia de Prevención de Riesgos y revisada por el organismo administrador de la ley de accidentes con su equipo técnico.
- Grafica todos los eventos de riesgo existentes en los procesos, ubicándolos y valorándolos de acuerdo con sus ponderaciones de impacto y ocurrencia. De esta forma, los de mayor puntaje serán los más críticos y por tanto los que necesitarán una acción inmediata; los de la franja media se abordarán en un plan a mediano plazo, y los de riesgo menor quedarán bajo vigilancia prudencial.

- Para la confección de esta matriz se considera la información que entregan los colaboradores, los comités paritarios y los especialistas de la mutualidad (ACHS).

Los colaboradores pueden notificar situaciones de peligro en forma directa a su jefatura o a los integrantes de los comités paritarios, dirigentes sindicales, y de manera presencial, por mail o teléfono a cualquier integrante del Departamento de Prevención de Riesgos. Estos reportes no suponen ningún desmedro o represalia en su contra.

Para investigar los incidentes laborales, utilizamos el **Árbol de Causas**. Esta herramienta nos permite determinar las causas originarias del accidente del trabajo que es preciso eliminar o controlar, y detectar aquellas causas de tipo organizativo que suelen estar en el origen de los problemas.

Etapas del proceso de investigación de accidentes de trabajo



Los resultados de estas investigaciones se comunican a los representantes de los trabajadores (Comité Paritario de Higiene y Seguridad), para que formulen recomendaciones pertinentes. Estas,

a su vez, son comunicadas a quienes toman las decisiones, para que sean incluidas en las actividades de mejora continua.

En 2020, para eliminar los peligros de lesiones y minimizar riesgos, generamos un Acuerdo de Colaboración con el Organismo Administrador, que contempla:

1. Perspectiva Organizacional

- Liderazgo de la alta dirección en SST (Seguridad y Salud del Trabajo).
- Liderazgo de la línea de mando en SST.
- Gestión del experto y/o Departamento de Prevención de Riesgos.
- Gestión del Comité Paritario de Higiene y Seguridad.

2. Perspectiva de Gestión en SST

- Modelo Gestión SST.
- Disposiciones Legales Aplicables a SST.
- Emergencias de SST.

3. Perspectiva Técnico/Operativo

- Identificación de peligros y evaluación de riesgos.
- Controles Operacionales.
- Higiene Ocupacional.
- Salud Ocupacional.
- Investigación de accidentes.

Desempeño en SST durante 2020

Cero

- Accidentes fatales por accidente laboral
- Lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias *
- Fallecimientos derivados de dolencias o enfermedades profesionales

Tasa de lesiones por accidente laboral registrable

Salcobrand: 24,71
Preunic: 23,81

Principales tipos de lesiones *

- Torceduras (caída mismo y distinto nivel)
- Cortes (objetos punzantes)
- Contusiones

Horas trabajadas (promedio anual)

Salcobrand: 955.038
Preunic: 335.913

Casos de dolencias y enfermedades

Salcobrand: 188
Preunic: 32

Principales dolencias registradas

- Enfermedades de salud mental (Riesgos Psicosociales asociados al trabajo)
- Enfermedades músculo-esqueléticas

* Para empuados propios y externos.

Nota: Estos indicadores en SST los calculamos sobre la base de 200.000 horas trabajadas. En estos cálculos no excluimos a ningún colaborador de la compañía. Estos cálculos están respaldados por los certificados de tasas, los informes del Organismo Administrador y los Indicadores de Gestión de la Subgerencia de Prevención de Riesgos.

Participación de los colaboradores

Los colaboradores juegan un rol fundamental en las acciones de prevención que desarrolla ESB, dado que son los actores principales y mayores interesados en mantener condiciones laborales que no generen daño a su salud.

Desde este enfoque, las responsabilidades de una persona en este ámbito son:

- Participar activamente en el sistema de gestión, tanto en su actividad laboral como a través de su comité paritario o colaborador monitor, según sea su caso, y en las diferentes comisiones.
- Conocer, cumplir y respetar todas las normativas de seguridad y salud.
- Dar cuenta de inmediato a su jefatura de cualquier condición de trabajo, desperfecto o situación irregular que ponga o pueda poner en riesgo la seguridad de un colaborador.
- Participar en el programa de vigilancia de la salud, en los distintos procesos a evaluar.
- Reportar todo incidente que ocurra u observe en la realización de su labor diaria.

Uno de los principales espacios de participación de los equipos en materias de salud y seguridad son los Comités Paritarios. Las actividades de estos órganos están definidas por los Decretos Supremos N° 54 y N° 76, cuyo incumplimiento puede ser causa de multa por algún organismo fiscalizador.

Las principales actividades de los Comités son:

- Reuniones mensuales.
- Reuniones extraordinarias en caso de accidentes graves o fatales.
- Investigaciones de todos los accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, teniendo la facultad para determinar un accidente como negligencia inexcusable.
- Promoción de un programa de capacitación profesional.
- Instrucción a los colaboradores respecto del correcto uso de instrumentos de protección, en maquinarias y equipos y de elementos de protección personal.

En 2020, como muestra de la relevancia de estas instancias, la compañía y los Comités Paritarios de los Centros de Distribución elaboraron una Matriz de Identificación de Peligros y Evaluación de Riesgos (MIPER) exclusiva para el COVID-19.

Otras instancias de participación para las personas son la Brigada de Incendio y los equipos de monitores de evaluación.

Comités Paritarios en ESB

Filial	Participantes	Colaboradores cubiertos
Preunic	372	1477
Salcobrand	216	830
Inversiones SB	12	565
Medcell	12	195



Capacitación

En Empresas SB desarrollamos un programa de capacitación activa que aborda al colaborador desde su primer día en la compañía y que contempla cursos alineados con la actividad que desarrolla cada persona en la organización.

Estos talleres se ejecutan:

- En el Centro de Trabajo, a través de capacitaciones que normalmente efectúa un experto asignado por el área de Prevención.
- Cursos abiertos según calendario, con carácter nacional y que dicta el equipo de Prevención en conjunto con la Mutualidad (ACHS).

- E-learning a disposición de los equipos en el sitio web y que se orientan a temas como el programa Vive Seguro.

Todos estos cursos son de carácter gratuito para los colaboradores y consideran una evaluación que sirve para determinar la efectividad, eficiencia y logros de la actividad realizada.

Principales cursos sobre salud y seguridad realizados en 2020

Derecho a saber	Ley de Accidentes en el Trabajo y Enfermedades Profesionales	Uso de Equipo de Protección Personal
Manejo de Materiales de Carga	Manejo de Extintores	Difusión Planos de Emergencia
Capacitación Monitores de Emergencia	Capacitación Comisión Difusión	Trabajo en Altura "Riesgos y Uso de EPP Específico"
Charla Orientación en Prevención de Riesgos	Reunión Contratistas – Prevención de Riesgos	Reunión Comité Paritario CDSB
Protocolo de Vigilancia de Riesgos Psicosociales en el Trabajo	Teletrabajo	Capacitación de Prevención COVID-19

Capacitación en prevención de riesgos

Filial	Colaboradores capacitados	Horas de capacitación
Preunic	1.400	21
Salcobrand	2.600	24
Medcell	60	6
TOTAL	4.060	51

Fomento de la salud integral

Entre las iniciativas que desarrolla Empresas SB para promover la salud integral de los equipos destaca la atención de las necesidades médicas y patologías de carácter común de los colaboradores de los Centros de Distribución y Recetario Magistral a través de la visita periódica de un médico a estas instalaciones en un horario conocido por el personal. En este ámbito, también resalta el programa de vacunación gratuita que se realiza todos los años a los colaboradores para prevenir la influenza.

En materia de salud integral, la compañía también trabaja permanentemente en la mejora de las condiciones psicosociales en que se desenvuelve su dotación sobre la base de los resultados de la Encuesta Istatas 21.

En 2020, en el contexto de la crisis sanitaria, la organización desarrolló –además- programas específicos para entregar orientación y acompañamiento a los colaboradores en temas como contención emocional y manejo de estrés (ver capítulo Gestión del COVID-19).

Encuesta Psicosocial

Ítem	2019	2020
Participación	84%	84%
Comunas Alto Riesgo	3	3
Comunas Riesgo Medio	3	3
Comunas Riesgo Bajo	62	62

Servicios de Salud (Mutualidad)

Las funciones que lleva a cabo la mutualidad con la que operamos (ACHS) para contribuir a la identificación y eliminación de peligros y la minimización de riesgos son:

- Asegurar el intercambio de información sobre los resultados de SST entre trabajadores, jefaturas y alta gerencia.
- Aportar información para determinar si las medidas de

prevención y control de peligros y riesgos se aplican y muestran ser eficaces.

- Colaborar en la adopción de decisiones que tengan por objeto mejorar la identificación de los peligros y el control de los riesgos, así como el sistema de gestión interno.



/ 04.7

Relación con el Entorno

¿Por qué es importante?

Uno de nuestros principales propósitos en materia de sostenibilidad es multiplicar el impacto que generamos en la sociedad a través de la creación de más y mejores empleos.

Este compromiso lo impulsamos mediante una labor permanente de capacitación en temas de salud y belleza, con miras a promover el emprendimiento y la empleabilidad.

En la misma línea, aspiramos a garantizar la sostenibilidad económica de nuestros proveedores –y especialmente de las pymes- con un enfoque de beneficio mutuo, fundado en la calidad de los servicios, la confianza, la innovación y la retroalimentación continua.

¿Cómo lo abordamos?

Para canalizar nuestra labor formativa, contamos con el Instituto de Belleza y el Centro de Bienestar, dos programas de carácter gratuito y abiertos a toda la comunidad. Paralelamente, también apoyamos el trabajo de organizaciones de beneficencia vinculadas al mundo social y de la salud.

Conscientes del impacto que genera en las pequeñas y medianas empresas el pago oportuno de sus servicios, contamos con una política corporativa que busca garantizar la ejecución de las facturas de este segmento en un plazo que varía entre los siete y los 30 días. Desde 2019, además, premiamos a aquellos emprendimientos que se han caracterizado por la excelencia de su trabajo y el compromiso con las buenas prácticas.



Talleres online con alcance nacional

En 2020, considerando el contexto de contingencia sanitaria, la mayor parte de los talleres del Instituto de Belleza y el Centro de Bienestar se dictó en formato virtual. Esta modalidad, además de asegurar la continuidad de ambas iniciativas, significó para la compañía importantes eficiencias económicas y, sobre todo, la garantía de una cobertura nacional e incluso internacional. Estas ventajas llevaron a Empresas SB a decidir mantener de forma definitiva estos programas en soporte digital.

- Instituto de Belleza de Preunic**

Este es un programa formativo de carácter gratuito que entrega a las participantes conocimientos y técnicas que les permitirán,

además de mejorar su autoestima, complementar sus ingresos en horarios compatibles con su vida personal y familiar.

Durante el último año, entre los cursos dictados en el Instituto de Belleza destacaron los de "Cuidado y masaje capilar", "Colorimetría", "Maquillaje", "Manicure", "Brushing", "Emprendimiento" y "Asesoría en imagen", algunos en nivel básico y avanzado.

En total, a lo largo del período, se dictaron 208 cursos, en los que participaron 6.379 personas.

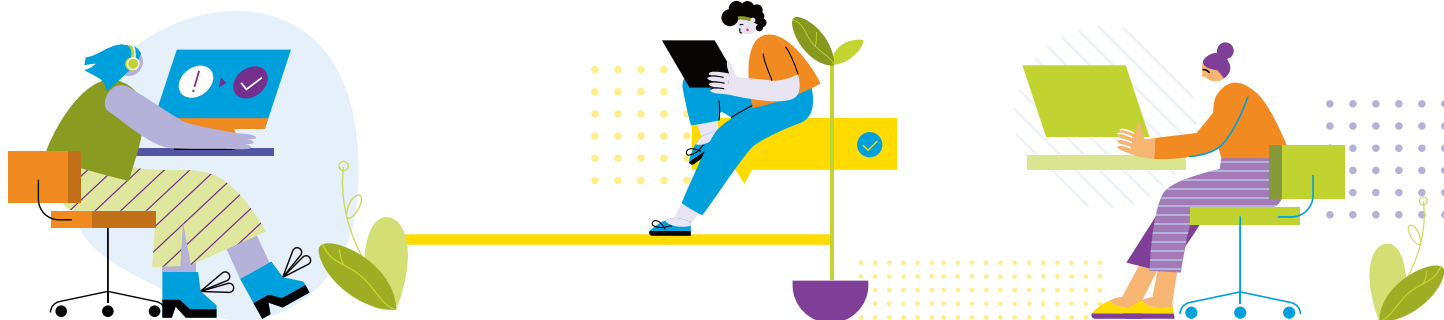
Ítem	2018	2019	2020
Alumnos capacitados en el año	6.683	7.002	6.379
Alumnos capacitados desde la creación del Instituto de Belleza	29.440	36.442	42.821

- Centro de Bienestar de Salcobrand**

Este programa imparte cursos prácticos en temas de salud y bienestar en alianza con instituciones especializadas. Creado en el año 2014, entre sus talleres destacan los de "Primeros auxilios", "Cuidado de enfermos", "Cuidado de la piel" y "Alimentación saludable".

En 2020, se dictaron en el Centro de Bienestar 129 talleres, en modalidad mixta, presencial y online. En estos cursos participaron un total de 2.157 alumnos.

Ítem	2018	2019	2020
Alumnos capacitados en el año	3.211	2.804	2.157
Alumnos capacitados desde la creación del Centro de Bienestar	8.902	11.706	13.863



Alianzas con fundaciones

Todos los años invitamos a nuestros clientes de Salcobrand y Preunic a que hagan una donación con parte del vuelto de sus compras para apoyar, respectivamente, la labor de beneficencia que realizan la Corporación de Ayuda al Niño Quemado (Coaniquem) y la Fundación María Ayuda, que protege a niñas, niños y adolescentes vulnerados.

- **Aportes para Coaniquem:** Durante 2020, como resultado de la campaña de donaciones, se entregó una recaudación total que asciende a \$12.515.771. Este monto lo complementamos con los \$12.466.737 recaudados por la venta de pañuelos desechables y con los \$13.628.400 que dejó como utilidad la venta de bolsas ecológicas.
- **Aportes para María Ayuda:** La campaña de donación efectuada en los locales de Preunic durante el último año nos permitió entregar a esta institución la suma de \$17.266.317.

\$55.877.225

recaudó Empresas SB durante 2020

en ayuda para instituciones de beneficencia con las que mantiene acuerdos de cooperación.



Proveedores

Debido a la crisis sanitaria, para Empresas SB, 2020 fue un año complejo en términos de venta y flujo de caja. A raíz de esta situación, durante los meses críticos de la pandemia, los plazos promedio de pago para sus principales proveedores se retrasaron.

A pesar de este difícil escenario, la compañía respetó el compromiso que mantiene con las pequeñas empresas de ejecutar sus facturas en un período de entre 7 y 30 días.

En la misma línea, también priorizamos los pagos para aquellas empresas proveedoras de insumos de protección y prevención, críticos en el contexto de contingencia.

Durante este último período, por otra parte, Empresas SB continuó avanzando en la formalización de los plazos y condiciones de pago para los proveedores grandes, en el marco de la Ley de Pago Oportuno 21.131.

De igual modo, a través del área de Licitaciones, siguió desarrollando su plan de negociaciones con proveedores de servicios e insumos no comerciales, con el objetivo de obtener eficiencias en costos a través de procesos competitivos, eficientes y trazables.

Gestión de proveedores en 2020

94%

de los proveedores de Empresas SB corresponden a empresas chilenas*

\$2.170 MM

paga mensualmente en promedio Empresas SB a sus proveedores pequeños

98%

de los proveedores PYMES recibió sus pagos por transferencia electrónica

6%

de los proveedores del holding corresponden a empresas del extranjero

1.100

proveedores fueron beneficiados en 2020 con pagos adelantados

\$26.040 MM

sumaron los pagos adelantados a las PYMES durante el último año

* Esta cifra incluye a multinacionales con oficina en Chile.

/ 04.8

Gestión Ambiental

¿Por qué es importante?

Tal como lo señala en su nueva Política de Gestión en Medio Ambiente, Empresas SB, en su calidad de referente en materias de salud, belleza y bienestar, así como en la venta de productos y servicios con alta eficiencia y excelencia en calidad, busca contribuir proactivamente en el bienestar de las personas a través de la protección del medio ambiente y el cumplimiento de la legislación aplicable a su actividad.

En este marco, la compañía está comprometida con la generación de valor ambiental compartido a través de la solución de los problemas ambientales que afecten a las partes interesadas y sean propias de su accionar, para así fortalecer los vínculos que sostiene con todos sus grupos de interés.

¿Cómo lo abordamos?

A través de su gestión ambiental, la empresa previene, mitiga y compensa los riesgos ambientales que eventualmente se generen por su operación. De igual modo, cumple con la legislación ambiental aplicable y hace uso eficiente de los recursos, promoviendo así la prevención de la contaminación y, por consiguiente, la protección del medio ambiente y sus componentes.



Además del lanzamiento de la Política de Gestión Medioambiental y de la formalización de tres nuevos procedimientos en este ámbito, en 2020 cumplimos –en tiempo y forma– con todas las declaraciones que solicita la autoridad a través del sistema de Ventanilla Única. Asimismo, iniciamos un proyecto piloto para reducir los envases de Recetario Magistral.

Nueva Política de Gestión Medioambiental

En septiembre de 2020, Empresas SB lanzó su nueva Política de Gestión Medioambiental. Este documento surge con el objetivo de establecer los principios de actuación de la compañía en materia ambiental y para definir la correcta ejecución del Sistema de Gestión Ambiental (SGA) de la organización. Con esta finalidad, determina roles y responsabilidades, y fija los lineamientos que permitirán el cumplimiento de los objetivos de la empresa en este ámbito.

En la práctica, esta Política delinea el marco de referencia que le permitirá a Empresas SB reducir los riesgos ambientales involucrados en eventuales incumplimientos normativos y aportar al desarrollo sostenible del negocio.

Este documento define el nuevo Sistema de Gestión Ambiental de ESB como un proceso debidamente planificado, sistemático y documentado, que deberá apuntar a:

- **Gestionar los aspectos ambientales de la actividad y garantizar que estén alineados con los objetivos estratégicos y ambientales de la compañía.**
- **Medir el desempeño ambiental de la organización.**
- **Dar cumplimiento a la legislación ambiental aplicable.**
- **Mantener actualizada la Matriz de Riesgos Ambientales de la compañía y controlar que se definan y cumplan los planes de mitigación.**

Para avanzar en estas líneas, este SGA contempla cuatro procesos principales:

- **Diseño y mantenimiento de inventario de emisiones**
- **Gestión integral de residuos y contaminantes**
- **Gestión de aspectos y riesgos ambientales**
- **Cumplimiento de la normativa aplicable**

En el marco del lanzamiento de esta Política, en 2020, en ESB también formalizamos los procedimientos de gestión ambiental, de cumplimiento ambiental y de impacto y riesgo ambiental.

Durante el año, además, si bien aún no contamos con un plan de reducción de emisiones, comenzamos a desarrollar un registro de las cantidades de contaminantes que genera la compañía, así como su trazabilidad. Esta información nos servirá de línea base para definir cómo seguir avanzando en este ámbito.

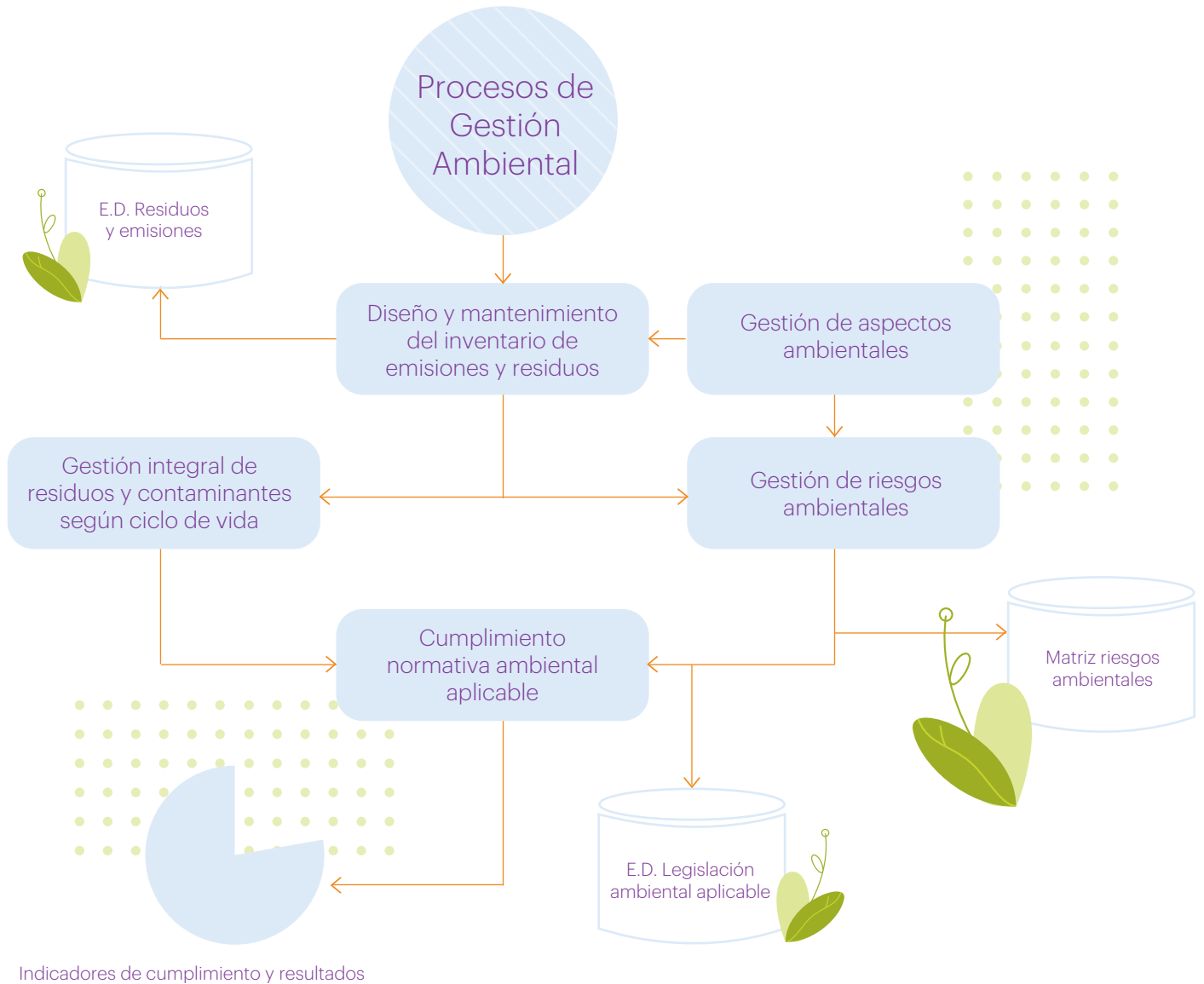
Como parte de nuestra gestión ambiental anual, también cabe destacar que efectuamos todas las declaraciones que solicita la autoridad a través del Sistema de Ventanilla Única, en tiempo y forma.

Para 2021, el desafío en este ámbito es dar a conocer y monitorear la aplicación de la Política y los nuevos procedimientos a través de planes de capacitación y de programas de implementación y medición de cumplimiento, entre otras acciones.

En la misma línea, también se levantarán los riesgos ambientales críticos de la compañía, con el fin de avanzar en el diseño de iniciativas de mitigación.



Nuevo Modelo de Gestión Ambiental de Empresas SB



Gestión de residuos en 2020

Considerando las particularidades de su negocio, uno de los principales focos de la gestión ambiental de Empresas SB es el manejo de los residuos peligrosos y no peligrosos que generan Salcobrand y Preunic, de acuerdo con lo que establecen las normativas vigentes.

Empresa	¿Qué residuos genera?	¿Cómo se manejan?
Salcobrand	Residuos peligrosos, que corresponden a productos farmacéuticos e inflamables.	
	Residuos de actividades sanitarias y de investigación fisiológica de seres humanos.	Todos estos residuos son retirados mensualmente desde el Centro de Distribución de Salcobrand por una empresa autorizada que los traslada a las instalaciones de otro proveedor, donde finalmente son destruidos.
Preunic	Residuos asimilables o no peligrosos (como el champú).	
	Residuos peligrosos, como aerosoles, inflamables y electrónicos.	Estos residuos son retirados del Centro de Distribución de Preunic por una empresa autorizada, que los lleva a las instalaciones de un tercero para su eliminación.

Residuos de Salcobrand eliminados anualmente (por categoría y en toneladas)

Tipo de residuo	2018	2019	2020
Consumo masivo	62,4	54,73	9,39
Inflamables	14,2	5,2	0,52
Medicamentos controlados	-	0,02	0
Productos farmacéuticos	22,6	23,86	16,71

	2016	2017	2018	2019	2020
Residuos asimilables y peligrosos eliminados por Preunic (en ton)	22,84	9,0	10,13	7,83	0,5

Avances en gestión de residuos

En este ámbito, uno de nuestros avances del año fue el diseño en Preunic de un proceso de logística reversa que busca llevar al Centro de Distribución los productos vencidos y mermados que se generan en las tiendas, para así iniciar su proceso de eliminación, tal como se hace en Salcobrand. Al cierre de 2020, ya estaba operando el primer piloto de este sistema en la Región Metropolitana.

Durante el año pasado también conformamos equipos de trabajo para promover el reciclaje y reducir los envases que utilizamos. La iniciativa la lanzamos en Recetario Magistral con la identificación de productos cuyos envases se pueden reducir sin afectar su imagen y calidad.

Para 2021, nuestra idea es instalar este modelo de trabajo también en Medcell, filial con alto nivel de uso de envases.

Reciclaje de papel, cartón y plástico

En línea con nuestros compromisos ambientales, durante el año 2020 dimos continuidad al programa de reciclaje para los residuos de papel, cartón y plástico que se generan en nuestras operaciones.

Para acopiar cartón contamos en nuestros centros de distribución con zonas especialmente habilitadas. En el Centro de Distribución de Salcobrand, además, operamos con una compactadora que facilita las tareas de aglomeración.

Este material se lo vendemos a una empresa especializada, que es la encargada de retirarlo desde dichas instalaciones.

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

Filial	Cartón		Plástico	
	2019	2020*	2019	2020
Salcobrand	585.338	615.720	24.970	29.090
PreUnic	124.709	63.340	14.336	6.450
Total	710.047	679.060	39.306	35.540

* Las cifras de cartón reciclado de 2020 también incluyen papel.

Preparación para la Ley REP

En 2020 cumplimos con la declaración que establece el artículo 2 transitorio de este cuerpo legal. Además, con el fin de prepararnos para la publicación del decreto* que indicará las metas de recolección en envases y embalajes, los productos prioritarios de SB, comenzamos a elaborar un procedimiento que nos permitirá:

- normar los hitos para dar cumplimiento a la normativa.
- establecer el proceso de desarrollo de un sistema de gestión, sea individual o colectivo, según se defina en su momento.

* Al cierre de 2020, este decreto estaba en Contraloría para la toma de razón. A partir de su publicación, se contarán 30 meses para la entrada en vigencia de la Ley REP.



Metodología y Contenidos GRI



Alcance

Este Reporte de Sostenibilidad es el séptimo que publica Empresas SB de manera consecutiva desde el año 2015. La información que contiene resume el desempeño económico, ambiental y social de la compañía durante el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2020.

Las cifras incluidas en este informe fueron aportadas por las áreas internas responsables y luego validadas por los respectivos gerentes durante el proceso de revisión. Para expresar la evolución de algunos programas y dar cuenta de los resultados del proceso de mejora continua, en gran parte de los capítulos, estos indicadores se complementan con antecedentes de ejercicios anteriores.

Este Reporte contiene información de ocho de las diez filiales que forman parte del grupo. Se excluye MakeUp y DBS, que aún mantienen una administración independiente.

Las consultas y sugerencias sobre los contenidos de este documento se deben enviar a los siguientes correos: mjfuatealba@sb.cl y cyanezm@sb.cl.

En el nuevo sitio web corporativo www.empresassb.cl podrán encontrar más información sobre nuestra gestión en sostenibilidad.

Proceso de elaboración

Este documento lo desarrollamos sobre la base de los principios para la elaboración de Reportes de Sostenibilidad que proponen los Estándares GRI.

En sintonía con estos lineamientos, y con el fin de responder a las expectativas y necesidades de información de los grupos de interés, para la definición de sus contenidos efectuamos, además, un proceso de materialidad que consideró las siguientes acciones y etapas.

- **Identificación de asuntos materiales:**

Aplicamos tres encuestas online para identificar los temas que debíamos abordar con mayor profundidad en el informe: Una dirigida a todas las partes interesadas de Empresas SB; otra orientada a los stakeholders de Salcobrand y una tercera para los grupos de interés de Preunic. En estas consultas participaron 463 personas, las que seleccionaron, a partir de un total de 52 alternativas, dos asuntos prioritarios en cada una de las siete dimensiones en que se enfocó nuestra gestión en 2020.

Esta selección de temas la contrastamos con el análisis de:

- Los ejes de la estrategia corporativa y del plan anual de negocio.
- La información de la compañía y de la industria publicada en la prensa nacional y mundial.
- Los avances y desafíos destacados por el equipo ejecutivo en una ronda de entrevistas que consideró a 19 gerentes y jefes de áreas estratégicas.
- La nueva normativa aplicable y las políticas y marcos internos desarrollados durante el período.
- La evolución de las encuestas internas y de los indicadores de recomendación y reclamos.

También tuvimos en consideración para la identificación de asuntos materiales:

- El contexto de crisis sanitaria que marcó la actividad de la compañía en 2020.
- La adhesión de la empresa a estándares voluntarios de buenas prácticas.
- El compromiso de la compañía con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

A partir de este proceso de revisión, identificamos los siguientes asuntos materiales:

Propiedad, Gobernanza, Ética y Cumplimiento	Gestión del COVID con Foco en las Personas	Desarrollo y Bienestar de los Colaboradores	Desarrollo Económico y Gestión de Clientes	Relación con el Entorno, Proveedores y Gestión Ambiental	Gestión de la Sostenibilidad
Sistema de gestión ética, prevención del delito y anticorrupción	Medidas de protección y cuidado de las personas en locales y edificios corporativos	Capacitación, desempeño y desarrollo de carrera	Desempeño 2020 e impacto económico de la pandemia	Consumo, reutilización y reciclaje de materiales	Modelo de Sostenibilidad
Políticas y prácticas para garantizar la libre competencia	Contención emocional y salud mental	Oferta de valor	Desarrollo del e-commerce y modelo de atención omnicanal	Política de Gestión Medioambiental	Compromiso y aporte a los Objetivos de Desarrollo Sostenible
Información sobre el funcionamiento y composición del Directorio de la compañía	Mirada corporativa para enfrentar la pandemia	Avances en Inclusión, Diversidad y No Discriminación	Estrategia de desarrollo de Empresas SB	Manejo de residuos peligrosos y no peligrosos generados por la empresa	Relación con los grupos de interés
	Seguimiento, orientación y apoyos especiales para personas y familias afectadas	Acciones para fortalecer el clima	Continuidad operacional	Información sobre el Instituto de Belleza y el Centro de Bienestar	Valor Económico Generado y Distribuido
		Avances en equidad de género	Innovación	Desafíos de la gestión de proveedores durante la pandemia	

Nuestro siguiente paso fue jerarquizar los 27 temas con menciones más recurrentes en función de sus impactos económicos, sociales y ambientales, y considerar su relevancia desde el punto de vista

estratégico para la compañía, para luego agruparlos en ocho grandes dimensiones, en torno a las cuales desarrollamos los contenidos de este documento:



Nuestro Negocio en 2020



Gestión del COVID-19 con Foco en las Personas



Cultura y Desarrollo de las Personas



Inclusión, Diversidad y No Discriminación



Ética y Cumplimiento



Clientes e Innovación



Aporte al Entorno



Gestión Ambiental

Índice de Contenidos GRI Standards

GRI 102	Página
Perfil de la organización	
102-1 Nombre de la organización	8
102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	8-9, 13-17
102-3 Localización de la sede	Nuestra casa matriz está en la comuna de San Bernardo, en Santiago de Chile. En 2021, estas dependencias se trasladarán a la comuna de Santiago Centro. A través de una extensa red de locales y de avanzadas plataformas omnicanal, estamos presentes en todas las regiones del país.
102-4 Localización de las operaciones	8-9
102-5 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	10
102-6 Mercados servidos	8-9
102-7 Dimensión de la organización	9
102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	9, 49, 84
102-9 Cadena de suministro	72
102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	En 2020, no se registraron cambios significativos en la organización ni en su cadena de suministro.
102-11 Información sobre cómo aborda la compañía el principio de precaución	Empresas SB cumple las normativas sanitarias y ambientales aplicables a su actividad en el marco de una Política de Gestión Medioambiental que está alineada con el Principio 15 de la Declaración de Río, referido a la aplicación del criterio de precaución.
102-12 Iniciativas externas	19, 48, 58-60, 71
102-13 Relación de las asociaciones de las que la organización es miembro	Instituciones en alianza para temas de diversidad (58-60), Pride Conection, +Diversidad (ACCIÓN Empresas), Red de Empresas Inclusivas y Red de Empresas Interculturales (Ver más en páginas 57 a 60).
Estrategia	
102-14 Declaración del Presidente	4, 6
102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	6-7, 13-17, 19, 22-23, 27, 34, 39, 46, 54, 61, 69, 73
Ética y transparencia	
102-16 Valores, principios, estándares y normas de comportamiento	19, 34-39
Gobierno	
102-17 Mecanismos de consulta sobre ética	35, 37
102-18 Estructura de gobierno	10-12
102-21 Consulta a los grupos de interés sobre aspectos económicos, ambientales y sociales	20, 30, 32, 33, 37, 40, 43, 44, 51, 55, 59, 66, 79-80
102-22 Composición del órgano superior de gobierno y sus comités	10-12
102-23 Información sobre si quien preside el órgano superior ocupa también un puesto ejecutivo	El Presidente del Directorio de Empresas SB no ocupa cargos ejecutivos en la organización
102-25 Conflictos de interés	35-37
102-29 Identificación y gestión de los impactos económicos, ambientales y sociales	13, 16, 19, 24, 27, 32-33, 35, 37, 38, 54-60, 69-72, 73-77
102-30 Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	37

Participación de los grupos de interés	
102-40 Lista de los grupos de interés	20-21
102-41 Acuerdos de negociación colectiva	En 2020, Empresas SB cerró con acuerdo dos procesos de negociación colectiva: con el sindicato de Medcell y con el grupo negociador de Medcell. (Ver tasa de sindicalización en página 84)
102-42 Identificación y selección de los grupos de interés	20-21
102-43 Enfoques para la participación de los grupos de interés	79
102-44 Aspectos claves y preocupaciones surgidas	80 (ver también páginas 30, 32, 33, 37, 40, 43, 44, 51, 55, 59, 66)
Prácticas de reporte	
102-46 Definición del contenido y cobertura de cada aspecto	79-81
102-47 Lista de asuntos materiales	80
102-48 Reformulación de la información	79
102-49 Cambios en el reporte	79
102-50 Período objeto del reporte	2020
102-51 Fecha de último reporte	2019
102-52 Ciclo de reporte	Anual
102-53 Punto de contacto para preguntas y dudas sobre el reporte	79
102-54 Opción de conformidad con el GRI Estándares	Esencial
102-55 Índice de contenidos GRI	81
102-56 Verificación externa	Empresas SB decidió no verificar su Reporte de Sostenibilidad 2020.

Temas materiales

Tema material GRI	Estándar	Contenidos sobre enfoque de gestión	Contenidos temáticos	Página
Desempeño económico	GRI 201: Desempeño económico	13-16, 19, 69	GRI 201-1: Valor económico directo generado y distribuido	24
Cumplimiento Ambiental	GRI 307: Cumplimiento Ambiental	73	307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	74, 77
Empleo	GRI 401: Empleo	46, 54	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación del personal	49, 57, 84
Formación y Enseñanza	GRI 404: Formación y Enseñanza	49, 52	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	52-53
			404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	52-53
Diversidad	GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades	48-49, 54	405-1: Diversidad en órganos de gobierno y empleados	49, 84
			405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	49
No Discriminación	GRI 406: No Discriminación	55-60	406-1: Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	55-60, 84
Comunidades Locales	GRI 413: Comunidades locales	69	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo	70-71
Cumplimiento	GRI 419: Cumplimiento	34-35	419-1 Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	37
Salud y Seguridad	GRI 403: Salud y Seguridad en el Trabajo	61-68	403:8 Cobertura del Sistema de Gestión	63

Otros temas materiales de 2020

Tema material GRI	Estándar	Contenidos sobre enfoque de gestión	Contenidos temáticos	Página
Experiencia Cliente e Innovación	Experiencia Cliente e Innovación	39	Índices de satisfacción de clientes y promoción de la innovación	40-41, 44-45
Gestión del COVID-19	Gestión del COVID-19 con foco en las personas	27	Planes de apoyo a colaboradores durante la pandemia	28-33

Tablas Anexas

Colaboradores por edad

Rango	2020
Hasta 25 años	737
Entre 25 – 35 años	3.118
Entre 35 – 45 años	2.337
Entre 45 – 55 años	1.934
55 años o más	836

Rotación por categoría de cargo

Rango	2020
Administrativos / Asistentes	19,9%
Asesores	35,7%
Cajeros	11,9%
Jefes y Profesionales	17,2%
Supervisores	12,9%
Vendedores	16,8%
Operarios	18,7%
Auxiliares / Mensajeros	9,3%
Técnico	16,6%
Ejecutivos	3,5%
Total	21,3%

Inversión en capacitación

Ítem	2020
Monto total invertido (en US\$)	1.291.143
Monto invertido por personas (en US\$)	201

Trabajadores por región

Región	2019	2020
Arica y Parinacota	86	84
Tarapacá	144	114
Antofagasta	369	284
Atacama	135	179
Coquimbo	278	260
Valparaíso	831	763
Metropolitana	5.568	5.023
O'Higgins	325	350
Maule	342	269
Biobío	747	635
Ñuble	133	106
La Araucanía	354	380
Los Ríos	113	125
Los Lagos	325	281
Aysén	43	22
Magallanes	78	87
Total	9.871	8.962

Rotación por rango de edad 2020

Rango	Mujeres	Hombres
Menos de 30 años	17,0%	18,3%
Entre 30 - 50 años	15,6%	12,7%
Más de 50 años	32,0%	36,1%
Total	21,3%	

Formación por género y cargo (horas)

Rango	2020
Hombre	122.384
Mujer	203.297

Rango	2020
Trabajadores	315.419
Supervisores	9.842
Gerentes	420

Denuncias de acoso y discriminación

Ítem	2019	2020
Acoso laboral	91	64
Acoso sexual	2	1
Discriminación	9	6

Directores y ejecutivos por género

Nivel jerárquico	2019		2020	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Directores	10	0	10	0
Ejecutivos	41	24	48	27

Rotación por género

Mujeres		Hombres	
2019	2020	2019	2020
25,4	20,2	31,8	23,3

Dotación adscrita a sindicatos

Región	2019	2020
Sindicato 1	1.857	1.665
Sindicato 2	2.164	2.074
Sindicato Bodega	245	224
Total Salcobrand	4.755 (76,7%*)	4.434 (76,19%*)
Sindicato CD PU	20	26
Sindicato Tiendas PU	38	10
Total Preunic	58 (2,1%*)	36 (1,6%*)
Sindicato Interempresa de Químicos Farmacéuticos	489 (7,9%*)	471 (8,09%*)
Sindicato de Administración Inversiones SB	264 (39,6%*)	257 (39,4%*)

* Porcentaje de colaboradores respecto del total del área

Producción de este Reporte

Gerencia de Sostenibilidad y
Comunicaciones de Empresas SB

Redacción y asesoría en pautas GRI:
Plus Comunica
(www.pluscomunica.cl)

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

Impresión:
Ograma





