



# Índice



|                               |    |
|-------------------------------|----|
| Bienvenidos a nuestro reporte | 4  |
| Hitos del año                 | 6  |
| Metodología                   | 9  |
| Nuestro Hogar                 | 17 |
| Nuestros Clientes             | 31 |
| Nuestros Proveedores          | 43 |
| Nuestros Colaboradores        | 51 |
| Medioambiente y Sociedad      | 71 |
| Anexo trazabilidad            | 85 |
| Indicadores GRI               | 86 |
| Notas GRI - Pacto Global      | 91 |

Diseño y contenidos  
[www.gestionsocial.cl](http://www.gestionsocial.cl)

Ilustración  
[www.malecuellar.com](http://www.malecuellar.com)





## BIENVENIDOS A NUESTRO REPORTE

CARTA GERENTE GENERAL, DIEGO HAMMERER [G4-1]

Tengo el agrado de presentarles la nueva edición de nuestro Reporte de Sostenibilidad Easy, documento que refleja nuestra gestión y principales hitos durante el año 2016. A través de este documento, queremos transmitir quienes somos como empresa, tanto en los ámbitos económico, ambiental, como también en lo social, reflejando así la importancia que tiene para nosotros entablar una buena relación con nuestros colaboradores, clientes, proveedores, accionistas, comunidades colindantes a nuestras operaciones y la sociedad en general.

Durante 2016, en Easy continuamos trabajando para enorgullecernos como empresa, generando acciones que nos permiten ser mejor día a día y posicionarnos como la empresa de mejoramiento del hogar preferida entre los clientes, y responsable con el entorno. Lo anterior, se encuentra alineado a la Hoja de Ruta Corporativa, la cual define los lineamientos claves para enfrentar los desafíos que se avecinan desde una mirada estratégica para Cencosud.

Continuamos manteniendo nuestro foco en la sostenibilidad del negocio, junto al compromiso de seguir avanzando en ser una empresa consciente, cada día más responsable y con proyección en el largo plazo. Para esto, reforzamos nuestro compromiso de mantener una relación permanente y fluida con cada uno de nuestros grupos de interés, con el fin de estar en sintonía y guiar nuestro quehacer hacia acciones que fortalezcan y

perfeccionen cada ámbito de nuestras actividades.

Asimismo, seguimos trabajando en desarrollar medidas que nos permiten posicionar al cliente en el centro de nuestras decisiones, entendiendo que hoy más que nunca debemos cumplir y superar sus expectativas. Para esto, centramos nuestros esfuerzos en brindar una experiencia de compra satisfactoria en cada tienda a lo largo de Chile, así como también en nuestro sitio web y Call Center. Lo anterior, gracias a la dedicación y colaboración de todos los actores que nos permiten hacer esto posible, como nuestros colaboradores y también nuestros proveedores.

En cuanto a nuestra relación con la comunidad, continuamos apoyando y fortaleciendo nuestra alianza con fundación Desafío Levantemos Chile, por medio de distintos proyectos e iniciativas, enfrentando emergencias a lo largo de nuestro país y brindando mejor calidad de vida y hogares dignos para las familias más vulneradas.

De cara a nuestros clientes, lanzamos nuestra primera versión de "Orgullosos de lo Nuestro", programa orientado a potenciar el trabajo de pequeños artesanos, quienes a través de sus productos logran reflejar la infinita riqueza de Chile y revivir tradiciones que van de generación en generación. De igual forma, llevamos a cabo la segunda versión de nuestro programa "Recambia" y la difusión de productos

que generan un menor impacto en el medio ambiente.

Todos estos logros no serían posibles sin el trabajo y compromiso de nuestros colaboradores, quienes componen un equipo comprometido y de alto nivel. En cuanto a nuestros avances internos, durante 2016 logramos un aumento significativo de 10 puntos en los indicadores de satisfacción de clima organizacional de Great Place to Work, la reducción considerable de nuestra tasa de accidentabilidad y la formación de más de 6.000 colaboradores.

En definitiva, el 2016 fue un año de avances y logros. Debemos sentirnos orgullosos de lo que hemos construido durante este período, sin embargo, nuestra misión es seguir trabajando y reforzando nuestro compromiso con la sostenibilidad. Todos somos responsables de fortalecer cada uno de los procesos que nos involucran, por lo que de la mano de nuestra nueva Estrategia de Sostenibilidad, debemos alinear nuestro accionar con el objetivo de adelantarnos a los desafíos futuros que enfrentamos como empresa.

Los invito a revisar esta tercera edición de nuestro Reporte de Sostenibilidad para que puedan conocer en detalle los resultados de nuestra gestión y labor realizada durante 2016.

**Diego Hammerer**  
Gerente General  
Easy Chile - Cencosud



# Hitos del año

[G4-28] - [G4-29] - [G4-30] - [G4-31] - [G4-32]

## 2015

1

### • Primer Reporte de Sostenibilidad 2014 (2015):

Se realiza nuestro primer reporte de sostenibilidad en el cual damos cuenta de nuestra gestión durante el 2014. Éste fue realizado bajo metodología GRI en su versión G.4

2

### • Diagnóstico de Sostenibilidad 2015:

Primer diagnóstico de sostenibilidad en base a la Norma ISO 26000 de Responsabilidad Social, a través del cual se determinan las oportunidades de mejora de la empresa en temáticas de sostenibilidad

3

### • Segundo Reporte de Sostenibilidad 2015 (2016):

Publicamos nuestro segundo Reporte de Sostenibilidad sobre nuestro desempeño 2015, nuevamente bajo metodología GRI versión G.4

## 2016

1

### • Alianza Desafío Levantemos Chile:

Voluntariados con foco en el relacionamiento y generación de impactos en nuestras comunidades, a través de los programas Vivamos hogar y Feria emprendedores.



2

### • Orgullosos de lo Nuestro:

Proyecto inédito, a través del cual ponemos a disposición de nuestros clientes productos que dan cuenta de nuestra identidad nacional y elaborados por pequeños artesanos de Pomaire y Chimbarongo



3

### • Recambia:

Proyecto realizado con el objetivo de reciclar productos de determinadas materias. Durante el 2016 los artículos reciclados fueron baterías de autos y pilas, por más de 20 toneladas



4

### • Great Place to Work:

Aumento en 10 puntos en la cifra de clima laboral al interior de Easy de 62 obtenidos el año 2015 a 72 el 2016



5

### • CChC:

Tercer año consecutivo premiados por "Buenas prácticas de Seguridad"







# 01.

## METODOLOGÍA

Este año les damos la bienvenida a nuestro tercer Reporte de Sostenibilidad publicado con el objetivo de dar a conocer nuestro desempeño e impactos durante el 2016 tanto en aspectos económicos, sociales y ambientales.

Este es el reflejo de nuestro fiel compromiso por ser transparentes con nuestros colaboradores, accionistas, clientes, proveedores, aquellas comunidades con las cuales convivimos y la sociedad en general.

## 3er Reporte de Sostenibilidad

## 5 Grupos de interés

- Colaboradores
- Clientes
- Comunidad
- Proveedores
- Medioambiente



## Definición Temas Materiales

- Entrevistas
- Encuestas
- Grupos focales
- Análisis prensa
- Benchmark
- Revisión documentos internos

## 13 Temas Materiales Easy

## 1.1 METODOLOGÍA: PROCESO DE MATERIALIDAD

[G4-24] - [G4-25] - [G4-26] - [G4-27] - [G4-28] - [G4-30] - [G4-31] - [G4-32] - [G4-33]

Este es nuestro tercer Reporte de Sostenibilidad, y en él damos cuenta de los temas más relevantes del año 2016, entendido como el tiempo transcurrido entre 01 de Enero y 31 de diciembre. Siguiendo la tradición, a través de esta publicación les mostramos nuestra gestión en ámbitos económicos, sociales y ambientales a través de los valores de la transparencia, precisión, claridad y equilibrio en la entrega de información.

Este Reporte se consolida a través de la revisión de documentos internos, comparación con otras empresas, y consultas internas como externas a través de encuestas, entrevistas y grupos focales con nuestros distintos grupos de interés que influyen o se ven principalmente impactados por nuestra operación. Esta metodología nos permite otorgar credibilidad al informe, que si bien no ha sido verificado por un tercero si ha sido consultado de primera fuente y las cifras que aquí exponemos son entregadas por los especialistas de cada área de nuestra organización y la plana gerencial, quienes finalmente aprobaron el alcance y cobertura, temas materiales y período objetivo aquí expuesto.

### Grupos de Interés

Pilares fundamentales de nuestra gestión y crecimiento como Compañía son aquellos grupos de interés con quienes nos relacionamos regularmente. Es por esto, que nuestras políticas internas y Estrategia de Sostenibilidad identifica y prioriza a cinco grupos de interés estratégicos, los

cuales están en completa sintonía con lo planteado por Cencosud a nivel Corporativo y el resto de las empresas pertenecientes al grupo.

Con estos grupos nos comprometemos a recoger sus opiniones, inquietudes, sugerencias y/o reclamos de manera sistemática y transparente, con la finalidad de mejorar nuestras operaciones continuamente. Es por esto, que también los consideramos como informantes claves para el desarrollo de este tercer Reporte de Sostenibilidad, oyendo sus percepciones frente a nuestras gestiones durante el año 2016 a través de encuestas donde consultamos desde aquellos aspectos más puramente comerciales y económicos, hasta temas sociales y ambientales.

Por otro lado, implementamos una serie de canales de comunicación permanentes, a través de nuestras tiendas quiénes están al servicio de las inquietudes de nuestros clientes, comunidades y organizaciones sociales colindantes, como también por medio de la aplicación de encuestas de satisfacción, canales de contactos disponibles en nuestra página web y redes sociales.

Con nuestros proveedores desplegamos una serie de canales internos y expuestos en nuestras plataformas, pero también a través del contacto directo y permanente con sus ejecutivos comerciales.

Finalmente con nuestros colaboradores, contamos con la línea ética y otros canales inmediatos de consulta.

*Agradecemos el apoyo y disposición a todos quienes fueron parte de este proceso, que es fundamental a la hora de poner en práctica la transparencia como un valor organizacional*





<https://www.facebook.com/EasyChile/>



<https://es.pinterest.com/easychile/>



<https://twitter.com/easytienda>



<https://www.instagram.com/easytienda/>



## La Reportabilidad en Cencosud

Siendo parte del grupo de empresas Cencosud, compartimos cinco grupos de interés en los que hemos focalizado nuestros esfuerzos en materia de sostenibilidad: nuestros colaboradores, clientes, comunidad, proveedores y el medioambiente.

Buscando alinear los compromisos que sostenemos con cada uno de ellos, hemos sincronizado nuestra reportabilidad en función de once temas materiales comunes que, en ningún caso, desconocen el estilo y las particularidades de cada una de nuestras unidades de negocio.

- Transparencia de la información
- Satisfacción de clientes
- Canales de comunicación con clientes
- Comunicación y desarrollo de proveedores
- Condiciones laborales (beneficios y clima laboral)
- Desarrollo de carrera (formación y capacitación)
- Relaciones y diálogo con la comunidad
- Emisiones y residuos de la operación

### Proceso de Materialidad

[G4- 18] - [G4-19] - [G4-20] - [G4-21] - [G4-22] - [G4-23]

Este Reporte se elabora a partir de la metodología internacional establecida por Global Reporting Initiative (GRI). Ésta es una organización independiente, que fomenta a que las empresas, instituciones y organizaciones públicas y privadas podamos comprender y comunicar nuestros impactos sobre aspectos críticos para la Sostenibilidad. La metodología GRI empleada es en su versión G4 optando a la categoría esencial.

Para la definición de nuestros temas materiales se realizó lo que el GRI define como proceso de materialidad. A través de este, se identifican aquellos temas relevantes para nuestra organización y los que generan algún tipo de impacto (interno o externo) en nuestras partes interesadas durante el 2016.

### CANALES DE CONTACTO EASY:

Para conocer más detalles sobre este reporte, favor contactar a:



[sostenibilidadeasy@easy.cl](mailto:sostenibilidadeasy@easy.cl)



<https://twitter.com/easytienda>



Avenida Kennedy 9001, piso 5  
Las Condes - Santiago

Para esta identificación de temas materiales se realizaron dos tipos de consulta:

Fuentes Primarias

- Entrevistas presenciales primera plana de ejecutivos
- Encuestas a colaboradores, clientes y proveedores
- Grupos focales con colaboradores

Fuentes Secundarias

- Análisis de prensa 2016
- Benchmark de Reportes de Sostenibilidad de la industria del retail, nacionales e internacionales
- Revisión de documentación interna de la organización

Definición de temas materiales:

Gracias a estos procesos de consulta, es que obtuvimos nuestros temas materiales relacionados con la gestión de nuestra empresa durante el 2016, que se reportaran en este documento según una

lista de indicadores que hemos definido a partir del estándar GRI, Acción empresas, Pacto Global e indicadores de medición propios de nuestra organización. A continuación se señalan nuestros temas materiales y su cobertura.

| Tema Material                                  | Cobertura              |
|--|------------------------|
| Transparencia de la información                | Dentro y fuera de Easy |
| Comportamiento ético y buenas practicas        | Dentro y fuera de Easy |
| Satisfacción del cliente                       | Dentro y fuera de Easy |
| Canales de comunicación con los clientes       | Dentro y fuera de Easy |
| Oferta de productos                            | Dentro y fuera de Easy |
| Orgullosos de lo Nuestro: Pequeños proveedores | Dentro y fuera de Easy |
| Comunicación y desarrollo de proveedores       | Dentro y fuera de Easy |
| Emisiones y residuos de la operación           | Dentro y fuera de Easy |
| Ahorro de energía y consumo del agua           | Dentro de Easy         |
| Condiciones laborales                          | Dentro de Easy         |
| Desarrollo de carrera                          | Dentro de Easy         |
| Salud y seguridad ocupacional                  | Dentro de Easy         |
| Relaciones y diálogo con la comunidad          | Dentro y fuera de Easy |



Es necesario mencionar que la cobertura cuando es “Dentro de Easy” refiere a todas aquellas entidades que conforman nuestra organización y “Fuera de Easy” se refiere a entidades externas con quienes tenemos relación.

Finalmente estos temas estratégicos fueron priorizados por los grupos de interés antes mencionados, a partir de lo cual se da origen a nuestra matriz de materialidad. En ella se clasifican los 13 temas materiales en función del impacto que tiene el tema para la empresa y para nuestros grupos de interés.

Estos temas materiales serán expuestos y desarrollados a lo largo de nuestro

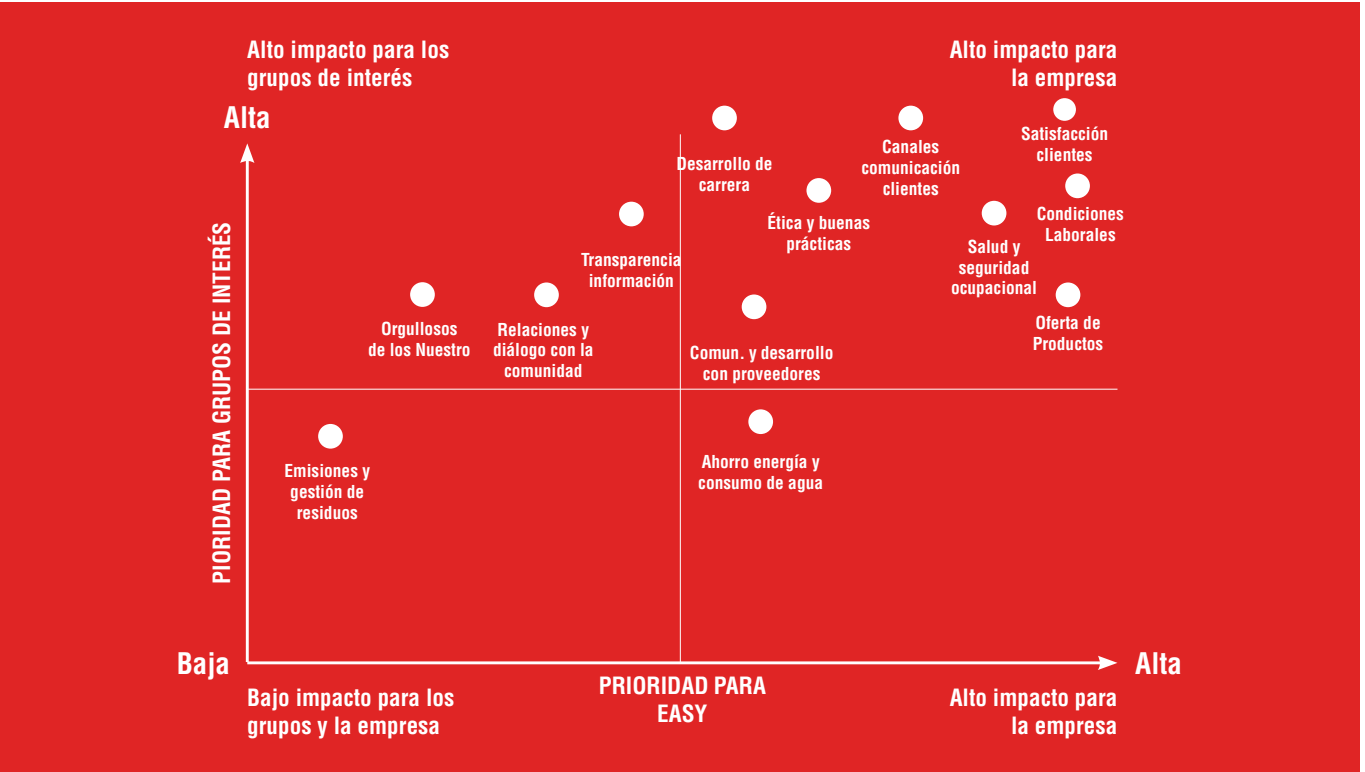
reporte en función de los siguientes capítulos:

- **Nuestra empresa:** Transparencia de la información; Comportamiento ético y buenas practicas
- **Nuestros clientes:** Satisfacción del cliente; Canales de comunicación con los clientes y; Oferta de productos
- **Nuestros Proveedores:** Orgullosos de lo Nuestro, pequeños proveedores; Comunicación y desarrollo de proveedores
- **Nuestros trabajadores:** Condiciones laborales; Desarrollo de carrera; Salud y seguridad ocupacional

• **Medioambiente y Sociedad:** Emisiones y residuos de la operación; Ahorro de energía y consumo del agua; Relaciones y diálogo con la comunidad

Es importante señalar, que no existen reformulaciones de metodología o re-expresiones de información respecto de Reportes de sostenibilidad anteriores y tampoco existen cambios significativos en el alcance y cobertura de cada aspecto.

Matriz de Materialidad







Vivamos mejor



## 02. NUESTRO HOGAR

En Easy somos parte del holding Cencosud, dedicados por años a la construcción y al mejoramiento del hogar de todos los chilenos. Nos encontramos distribuidos a lo largo de todo Chile con 35 tiendas, cada una de ellas con un equipo que busca brindar una experiencia única de compra y de calidad hacia nuestros clientes.



5.866  
Colaboradores

\$520.224 MM  
En ventas Netas

VISION GLOBAL: NUESTRO HOGAR



## Principios Cencosud

1. Servir con Pasión
2. Respeto, Transparencia, Cercanía y Confianza
3. Pensar como dueños
4. Buscar Oportunidades
5. Creación e Innovación

35  
Operaciones

Desde la región de  
Antofagasta a la región  
de Los Lagos

## 2.1 LA FAMILIA CENCOSUD

[G4-2] - [G4-3] - [G4-7] - [G4-34] - [G4-17] - [G4-34]

Cencosud es uno de los grupos empresariales más grandes y prestigiosos de América Latina, que opera con una estrategia multiformato, bajo la cual se despliegan cinco unidades de negocio en Chile: supermercados (Jumbo y Santa

Isabel), tiendas de mejoramiento del hogar (Easy), centros comerciales (Shopping Center), tiendas por departamento (París, Johnson y Eurofashion), y retail financiero (Tarjeta Scotiabank Cencosud).

*Con operaciones en Chile -donde se encuentra su casa matriz-, Argentina, Brasil, Perú, Colombia y oficinas comerciales en China, Cencosud posee una dotación cercana a los 139.000 colaboradores.*

### Unidades de negocio CENCOSUD



#### Retail Financiero

JV Scotiabank. Una propuesta integral de productos y servicios para los clientes Cencosud.



#### Tiendas por departamento

Ser la tienda por departamento número uno en todos los lugares en que compete.



#### Centros Comerciales

Líderes en la operación de centros comerciales en la región.



#### Supermercados

La mejor experiencia de calidad en todos sus productos y servicios



#### Mejoramiento del Hogar

La mejor opción de productos y servicios de construcción, remodelación y decoración.



2.2 LA ESTRUCTURA DE NUESTRO NEGOCIO

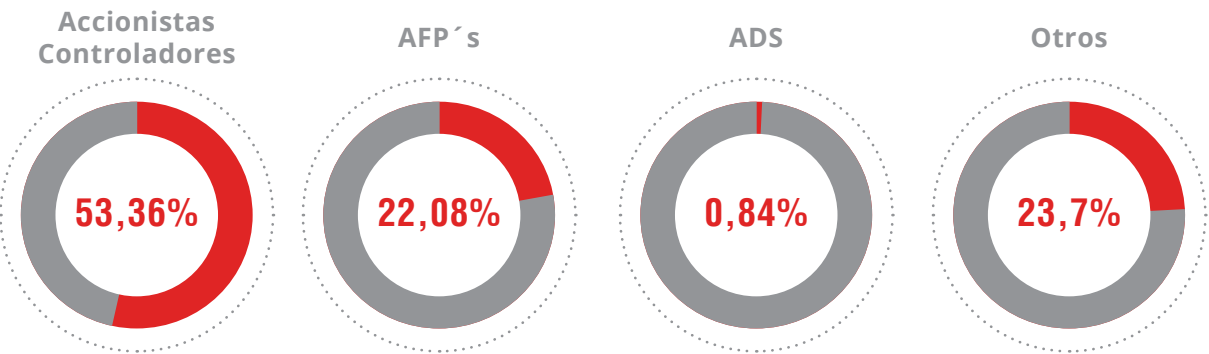
El Holding Cencosud se estructura bajo una sociedad anónima abierta; por lo tanto sus acciones se transan en la Bolsa de Valores de Santiago, la Bolsa de Valores Electrónica de Chile, y la Bolsa de Valores de Valparaíso bajo la marca “CENCOSUD”, mientras que en la Bolsa

de Valores de Nueva York (NYSE) opera bajo el símbolo “CNCO”.

El capital del holding está compuesto por 2.862.536.947 de acciones suscritas y pagadas, las que se distribuyen entre 2.024 accionistas.

El Sr. Horst Paulmann y su familia son propietarios, directa e indirectamente, a través de Inversiones Quinchamalí Ltda., Inversiones Latadia Ltda. e Inversiones Tano Ltda del 53,36% de nuestras acciones.

Estructura Accionaria



| Principales Accionistas al 31/12/2016   | Número de Acciones | Porcentaje de Propiedad |
|---|--------------------|-------------------------|
| Inversiones Quinchamalí Limitada        | 573.754.802        | 20,0435%                |
| Inversiones Latadia Limitada            | 550.823.211        | 19,2424%                |
| Inversiones Tano Limitada               | 287.328.548        | 10,0375%                |
| Banco de Chile por cuenta de terceros   | 197.355.845        | 6,8944%                 |
| Banco Itaú por cuenta de inversionistas | 157.660.854        | 5,5077%                 |
| Fondo de Pensiones Provida C            | 75.326.810         | 2,6315%                 |
| Horst Paulmann Kemna                    | 70.336.573         | 2,4571%                 |
| Banco Santander – JP Morgan             | 63.837.132         | 2,2301%                 |
| Fondo de Pensiones Habitat C            | 59.963.690         | 2,0948%                 |
| Fondo de Pensiones Capital C            | 48.811.913         | 1,7052%                 |
| Fondo de Pensiones Cuprum C             | 45.676.632         | 1,5957%                 |
| Fondo de Pensiones Provida B            | 43.323.908         | 1,5135%                 |
| Otros accionistas                       | 688.352.029        | 24,05%                  |

Directorio y administración ejecutiva

Cencosud es liderada por el directorio, nuestro principal órgano de gobierno y administrador del holding, equipo comprometido y con una extendida experiencia en la industria y, a la vez, por un equipo de gestión, que tiene la tarea de liderar las distintas líneas de negocio de nuestra empresa, y asegurar que nuestras metas económicas se cumplan, siempre de cara a la probidad y ámbitos sociales, asegurando una respuesta efectiva a todos nuestros grupos de interés, que durante el 2016 se reunió en 11 sesiones.

Actualmente el directorio está compuesto por nueve miembros, de los cuales dos son directores independientes<sup>1</sup> (Richard Büchi en la calidad de Presidente y Mario Valcarce) que además forman parte del Comité de Directores, que está constituido por 3 miembros del Directorio, junto con David Gallagher.

<sup>1</sup>Entendemos por Director Independiente aquella persona natural que sea libre administrador de sus bienes y que no esté incluido en alguno de los casos que expresamente se indican en los artículos n° 35 y n°36 de la Ley de Sociedades Anónimas, asimismo, debe cumplir con las condiciones establecidas en el artículo n° 50 bis, de la misma Ley.

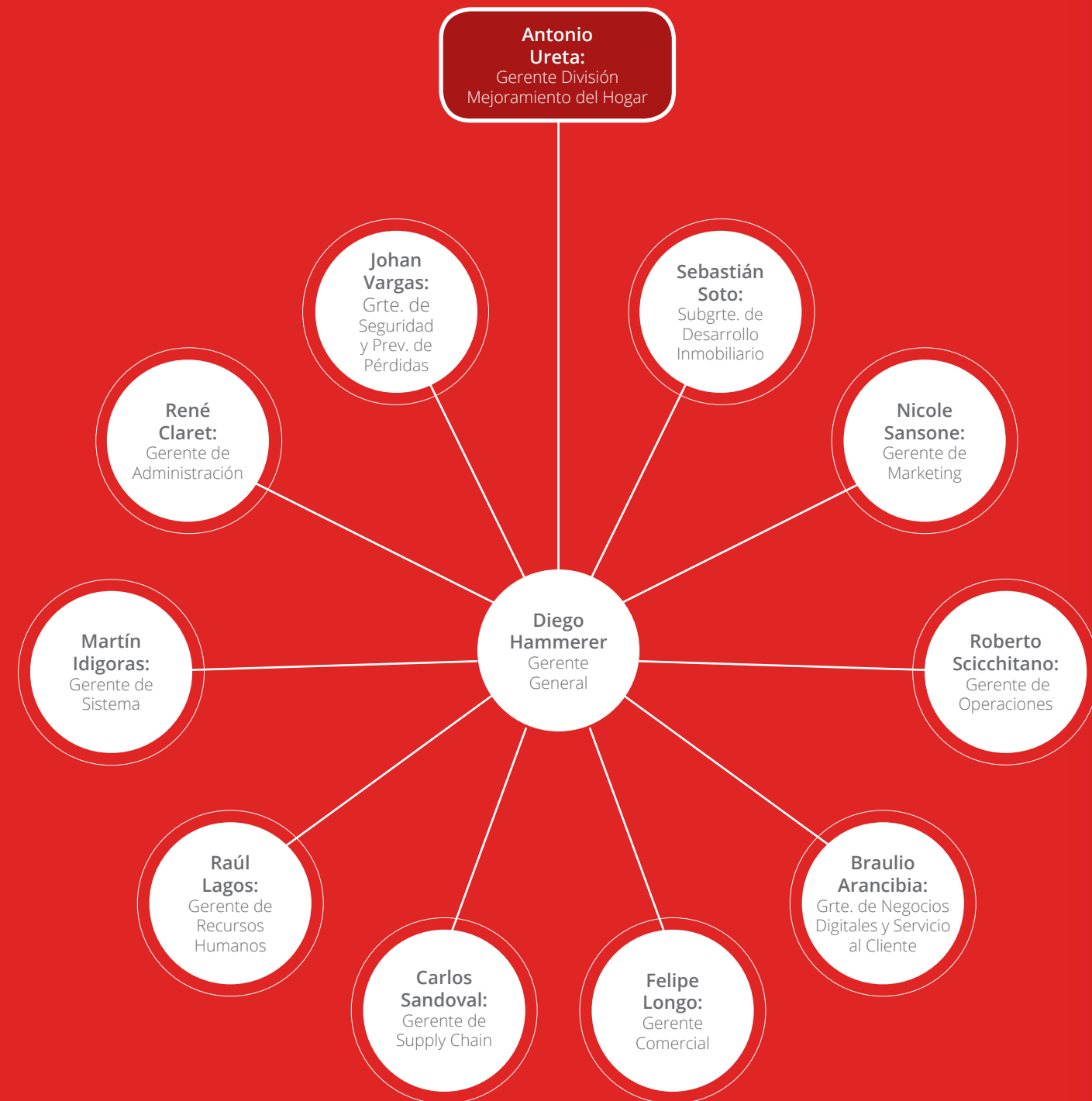


Para mayor información sobre el cometido y desempeño del holding, todos los años se publica la Memoria Financiera, que puedes revisar [aquí](#).

Directorio Cencosud S.A. (G4.LA12)

| Nombre                 | Cargo                  | Edad | Años en Cencosud | Nacionalidad | Género    |
|------------------------|------------------------|------|------------------|--------------|-----------|
| Horst Paulmann Kemna   | Presidente             | 81   | 38               | Chileno      | Masculino |
| Heike Paulmann Koepfer | Director               | 47   | 17               | Chileno      | Femenino  |
| Peter Paulmann Koepfer | Director               | 48   | 20               | Chileno      | Masculino |
| Richard Büchi          | Director Independiente | 64   | 4                | Chileno      | Masculino |
| Cristián Eyzaguirre    | Director               | 68   | 12               | Chileno      | Masculino |
| David Gallagher        | Director               | 72   | 6                | Chileno      | Masculino |
| Julio Moura            | Director               | 64   | 5                | Brasileño    | Masculino |
| Roberto Philipps       | Director               | 70   | 14               | Argentino    | Masculino |
| Mario Valcarce         | Director Independiente | 67   | 1                | Chileno      | Masculino |





| Administración Ejecutiva Cencosud S.A. (G4-LA12) |                                     |      |                  |              |           |
|--|-------------------------------------|------|------------------|--------------|-----------|
| Nombre   | Cargo                               | Edad | Años en Cencosud | Nacionalidad | Género    |
| Jaime Soler                                      | Gerente General                     | 45   | 12               | Chileno      | Masculino |
| Carlos Mechetti                                  | Gerente de Asuntos Legales          | 47   | 23               | Argentino    | Masculino |
| Rodrigo Larraín                                  | Gerente de Finanzas Corporativo     | 45   | 4                | Chileno      | Masculino |
| Bronislao Jandzio                                | Gerente de auditoría                | 62   | 18               | Argentino    | Masculino |
| Patricio Rivas                                   | Gerente de Retail Financiero        | 54   | 14               | Chileno      | Masculino |
| Antonio Ureta                                    | Gerente de Mejoramiento del Hogar   | 43   | 15               | Chileno      | Masculino |
| Andrés Artigas                                   | Gerente Corporativo de Sistemas     | 51   | 11               | Chileno      | Masculino |
| Rodrigo Hetz                                     | Gerente de Recursos Humanos         | 42   | 6                | Chileno      | Masculino |
| Renato Fernandez                                 | Gerente de Asuntos Corporativos     | 44   | 5                | Chileno      | Masculino |
| Ricardo Bennett                                  | Gerente de Tiendas por Departamento | 42   | 11               | Chileno      | Masculino |
| Carlos Madina                                    | Gerente de Centros Comerciales      | 50   | 25               | Argentino    | Masculino |
| Marcelo Reyes                                    | Gerente de Riesgos Corporativos     | 50   | 14               | Chileno      | Masculino |

## 2.3 NUESTROS VALORES

[G4-56] - [P1] - [P2] - [G4-SO4]

Queremos mejorar la vida de nuestros consumidores, a través de la creación de experiencias de compras memorables, y a la vez, generar felicidad en nuestros colaboradores y rentabilidad

para nuestros accionistas. Por lo mismo actuamos bajo el ADN Cencosud y nuestros valores se reflejan en cada una de nuestras acciones.

### DMA: Transparencia de la información

• **¿POR QUÉ ES RELEVANTE?:** Queremos seguir avanzando en marcas transparentes y que dan sustento a la empresa. Queremos que la comunicación de la marca, ya sea física o digital, tenga sustento.

• **¿QUÉ GRUPOS LO MENCIONAN?:** Clientes, Proveedores, Comunidad y Colaboradores

• **¿CÓMO SE GESTIONA?:** Nuestro equipo entiende que empresas como la nuestra, son observadas por sus grupos de interés y la opinión pública en general. Para esto, nos comprometemos a que nuestros colaboradores se encuentren totalmente familiarizados a nuestro Código de Ética y en estricta sintonía con los valores organizacionales.

[G4-SO4] - [G4-56]



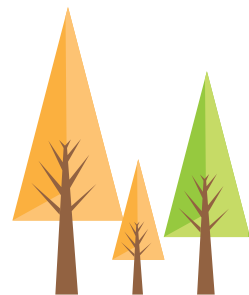


Vivamos mejor

## Declaración de Principios

Si bien trabajamos bajo distintas marcas en los distintos países que tienen sus propias culturas, que respetamos y valoramos, en CENCOSUD, nos distinguimos por 5 principios rectores, que están presentes en todas nuestras operaciones:

- **Servimos con pasión al cliente:** Sorprendemos al cliente todos los días con algo nuevo, poniendo siempre sus intereses primero, pensando en cada detalle, haciéndolos sentir especiales.
- **Relacionémonos siempre con respeto, transparencia, cercanía y confianza:** Con nuestro equipo, superiores, supervisados, clientes, proveedores y todas las comunidades donde estamos.
- **Pensamos siempre como dueños:** Cuidamos a nuestros clientes, la mercadería, nuestro lugar de trabajo y nuestros equipos y trabajamos con la mirada a largo plazo, disciplina, impecabilidad y humildad.
- **Buscamos activamente oportunidades para aprender:** Queremos desarrollar y hacer crecer a nuestra gente.
- **Somos creativos e innovadores:** Sabemos que la sociedad y nuestro negocio están en constante cambio, buscamos formas de reinventarnos con flexibilidad y rapidez.



*Nuestro Comité de Ética es presidido por el Gerente Corporativo de Auditoría Interna y cuenta con la participación del Gerente General Corporativo, Gerente Corporativo de RR.HH y el Gerente Corporativo de Administración y Finanzas.*

Como CENCOSUD, entendemos el desarrollo sostenible como parte del proceso para alcanzar una sociedad con mejores niveles de calidad de vida, tanto en lo económico como, medioambiental y social y en Easy asumimos el compromiso a través de promover una cultura de excelencia y de ¡Vivir Mejor!. En razón de lo anterior, como Easy regimos nuestro actuar con el Código de Ética de Cencosud. Nuestros colaboradores a través de la firma del contrato y una carta de compromiso, asumen el conocimiento de este documento.

Con respecto a las capacitaciones en temas de ética, contamos con un portal e-learning, donde los colaboradores y miembros del Gobierno Corporativo pueden revisar las políticas éticas, sus implicancias, y realizar pruebas de conocimientos. Durante el 2016 el 75% de los Miembros del Gobierno Corporativo fueron informados con respecto a este tema, y el 82% de nuestros colaboradores.



## 2.4 Easy en Chile

[G4-3] - [G4-4] - [G4-5] - [G4-6] - [G4-8] - [G4-9] - [G4-13] - [G4-EC1]  
[G4-EC7] - [G4-EC8]

Hace más de 20 años que nos encontramos operando en Chile - lugar donde se encuentra casa matriz- además de en Argentina y Colombia. Nuestra meta es convertirnos en el retail de mejoramiento del hogar más querido y rentable de Latinoamérica.

Sabemos que es un largo camino, pero avanzamos en esta ruta a paso fuerte y seguro, para así ayudar a la construcción y calidez de los hogares de Chile.

*Contamos con 20 secciones de productos: Textil, Ferretería, Menaje y Deco, Aire Libre, Electrohogar, Baños y Cocina, Construcción, Herramientas, Automotor, Muebles, Pinturas, Flooring, Electricidad, Jardín y Mascotas, Puertas y Ventanas, Maderas, Gasfitería, Organización, Iluminación y Seguridad Industrial.*

### EASY CHILE

- |                |                |
|----------------|----------------|
| • Calama       | • Curicó       |
| • Antofagasta  | • Talca        |
| • Copiapó      | • Linares      |
| • La Serena    | • Chillán      |
| • Valparaíso   | • Hualpén      |
| • Viña del Mar | • Chiguayante  |
| • Santiago     | • Coronel      |
| • El Belloto   | • Los Angeles  |
| • Quillota     | • Temuco       |
| • Los Andes    | • Osorno       |
| • Rancagua     | • Puerto Montt |





Al interior de Easy nos hemos organizado para entregar un mejor servicio a nuestros clientes, es por eso que de forma interna nos organizamos de la siguiente manera:



**HOGAR EASY:** Vivimos del mundo del hogar, por lo que queremos ofrecer los mejores productos y servicios que permitan construir, remodelar, reparar, mejorar y decorar el hogar.



**SERVICIO EASY:** Contamos con despacho a domicilio, arriendo de herramientas y maquinarias, instalaciones con personal calificado, dimensionado de perfiles, corte de tableros de madera, cotizaciones y asesoría de diseñadores profesionales para que cada persona pueda concretar sus proyectos.



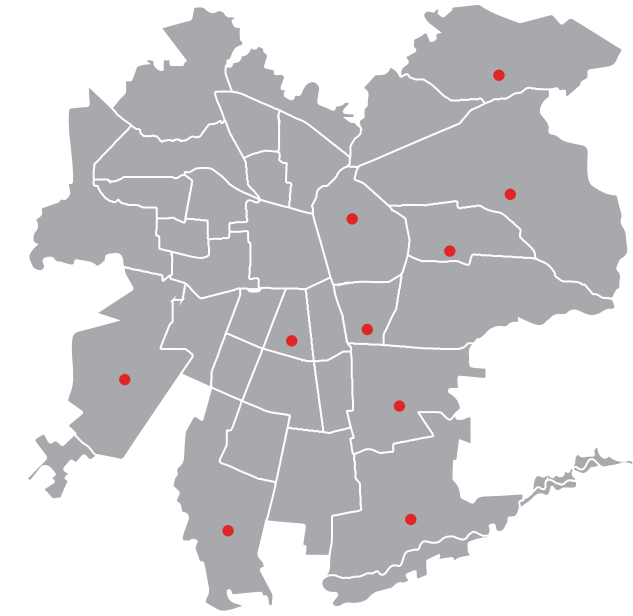
**VENTA A EMPRESAS:** Tenemos como clientes a empresas constructoras, contratistas y profesionales que necesitan grandes volúmenes de materiales, herramientas y accesorios.



**CONSTRUCCIÓN EASY:** Todos los constructores de Chile, encontrarán en Easy excelentes precios, una experiencia de venta asesorada, y con la entrega de servicio post venta. Nuestro trabajo es facilitarles la tarea a nuestros clientes de la construcción.

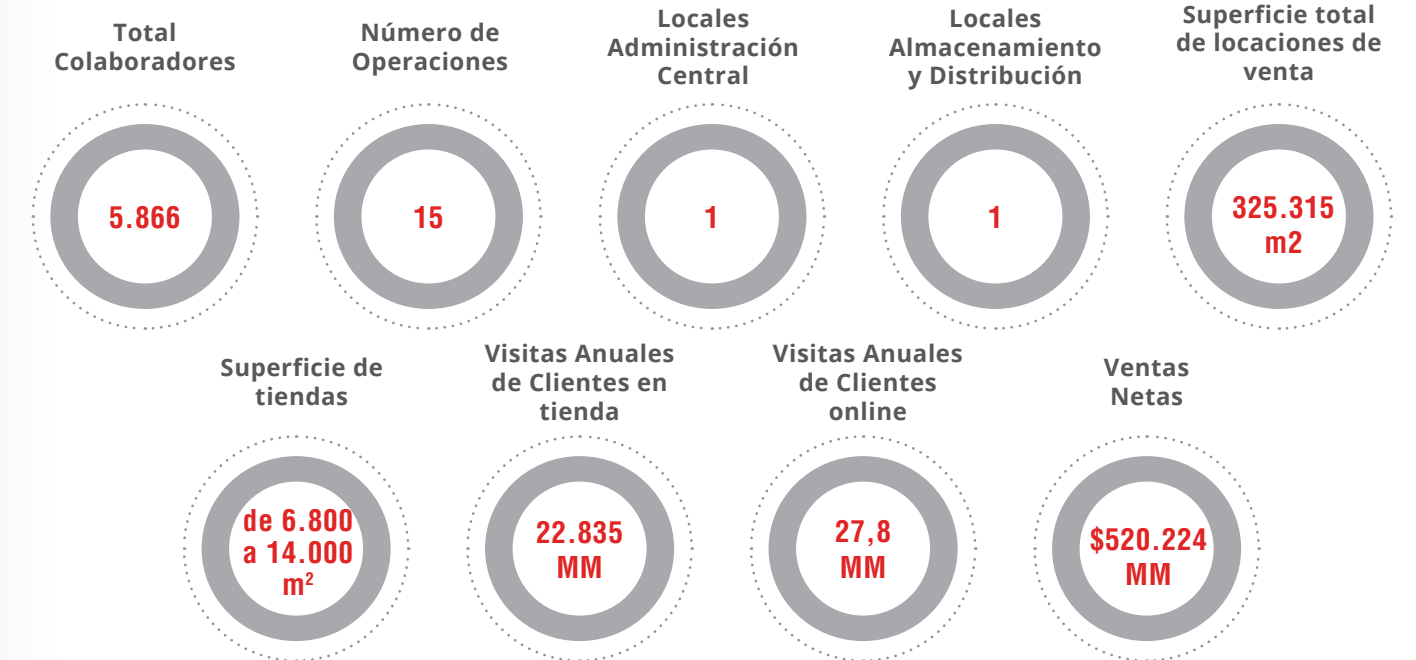
#### 14 Locales en la Región Metropolitana

- Ochagavía
- Puente Alto
- Portal Maipú
- Maipú
- Quilín
- Costanera Center
- Portal La Dehesa
- San Bernardo
- El Llano
- Quilicura
- Alto Las Condes
- La Florida
- Portal La Reina
- Chicureo



- Centro de Distribución Easy
- Oficinas Administración Central
- Oficinas Venta Mayorista

#### Cifras 2016





## 2.5 Nuestras Alianzas

[G4-15] - [G4-16]

Como Easy entendemos que cuando se trabaja en equipo, se trabaja mejor, por eso es que hemos decidido mantener las siguientes alianzas:



**a. Pacto Global:** Creemos que la sostenibilidad es un compromiso a largo plazo por lo que voluntariamente hemos decidido participar en Pacto Global, iniciativa que busca promover y difundir los Diez Principios del Pacto Global de Naciones Unidas, con el objetivo de que las organizaciones que operan en Chile, los integren en sus lineamientos estratégicos, para generar valor a través de un genuino compromiso con la sostenibilidad.



**b. Prohumana RED:** formamos parte de Prohumana Red, organización chilena que busca trabajar con las empresas y promover una nueva ética ciudadana, que contribuya a impulsar un desarrollo justo y sustentable, así como una democracia participativa, dialogante, y co-constructiva del futuro y desarrollo de Chile.



**c. Desafío Levantemos Chile:** El 2010 nuestro país fue sacudido por un terremoto y golpeado por un tsunami. A raíz de eso nace la Fundación Desafío Levantemos Chile, que buscó devolver la normalidad de las comunas afectadas, a través de la reparación de sus botes y sus hogares. Como Easy y con la pasión que tenemos en dedicarnos a todos los hogares de los chilenos, no podíamos estar ajenos de esta causa, por lo que prestamos nuestro apoyo permanente desde el año 2014.



**d. Cámara Chilena de la Construcción (CChC):** Participamos activamente en comités junto a la Cámara Chilena de la Construcción, con el objetivo de mantenernos actualizados en prácticas sostenibles en relación a la construcción, ahorro de energía y temas de seguridad laboral.



**e. EDRA:** Somos parte de la European DIY Retail Association (EDRA/GHIN), que reúne a 120 empresas alrededor del mundo, en 102 países, distribuidos en 22.000 centros comerciales, dedicadas al sector del mejoramiento del hogar, que busca generar instancias de desarrollo y creación de nuevas tecnologías y así mejorar la industria retail del hogar.





# 03.

## NUESTROS CLIENTES

Ayudamos a nuestros clientes a construir el hogar de sus sueños. Queremos ofrecerles una experiencia única, a través de la excelencia en la calidad y disponibilidad de nuestros productos. Nos preocupamos de inspirar, acompañar y facilitar las decisiones de nuestros consumidores en sus hogares.



**Satisfacción en tiendas**

52% año 2015

65% año 2016

**Estudio Cadem**

5 Puntos conocimiento de marca

8 Puntos recordación publicitaria

### Iniciativas de consumo responsable:

- Prog. Recambia
- Talleres Easy
- Repair

### Nuevos servicios y mejoras de atención:

- Nuevo Sitio Web
- Venta mayoristas 2.0
- Click and Collect

## 3.1 ESCUCHANDO A NUESTROS CLIENTES

[G4-PR3 - G4-PR7 - Easy7]

### Nuestros clientes cada día más felices

Porque nos importa mantener a nuestros clientes felices, año a año, generamos una encuesta de satisfacción a todos nuestros clientes, herramienta de retroalimentación que nos permite oírlos y mejorar en aquellos aspectos en los que se nos plantean nuevos de-

safíos. Cómo hemos dicho siempre, no hay triunfo ni fórmula que nos avale si no sabemos cómo nos perciben nuestros clientes, y ha quedado demostrado, ya que nuestro indicador de satisfacción del 2015 al 2016 aumentó de un 52% a un 65% para tiendas y para el caso de nuestro sitio web easy.cl de un 34% el 2015 a un 58% en 2016.

### DMA: Satisfacción de Clientes

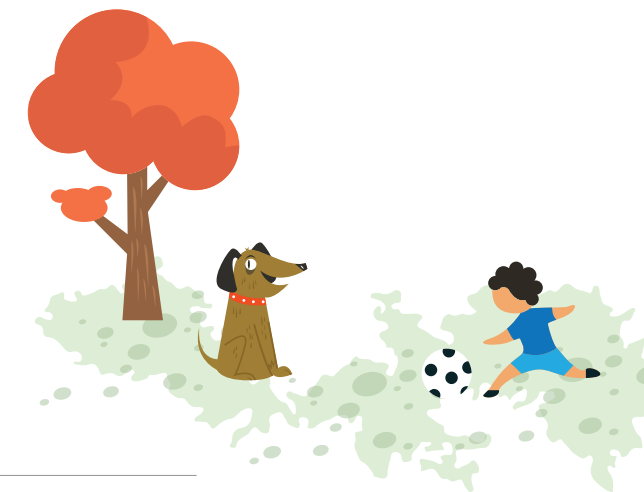
• **¿POR QUÉ ES RELEVANTE?:** Lo cierto es que el consumidor hoy está más desafiante y con una marcada sensación de desconfianza con el mercado en general, por lo que debemos entender que el desafío está en ser capaces de reconstruir y mejorar aquellas percepciones cuidando nuestra reputación, aumentando la celeridad en nuestros procesos, dar pronta solución a los proble-

mas y entender todo esto como una oportunidad para solidificar nuestras relaciones

• **¿QUÉ GRUPOS LO MENCIONAN?:** Clientes

• **¿CÓMO SE GESTIONA?:** Encuestas de Satisfacción, Estudios de Mercado, oferta de productos, easy.cl

[G4-PR3] - [G4-PR7]



Durante 2016 se realizaron más de 120.000 encuestas a clientes, con el objetivo de conocer su opinión respecto a nuestra atención, servicios y productos tanto en tienda como en easy.cl.

Queremos que Easy esté en el recuerdo de todos los chilenos, y que nuestra marca este constantemente en su pensamiento cuando se refiere al hogar. Según el estudio CADEM, en el ítem conocimiento de marca, crecimos 5 puntos durante el segundo semestre del 2016, aumentando igualmente en el ítem de “Recordación Publicitaria”, en 8 puntos con respecto al año anterior.



*Según el estudio CADEM, crecimos 5 puntos durante el segundo semestre del 2016*

En Easy nos preocupamos de recibir todas las sugerencias, reclamos y/o comentarios de nuestros clientes, para así hacer del proceso post-venta una experiencia positiva.

En nuestro canal online easy.cl, los principales casos de post venta se referían a notas de crédito (62%) y despacho (32%).

En cuanto a nuestra experiencia en tienda, un 55% de los reclamos se refieren a la atención y un 43% a otros temas en general relacionados con servicio.

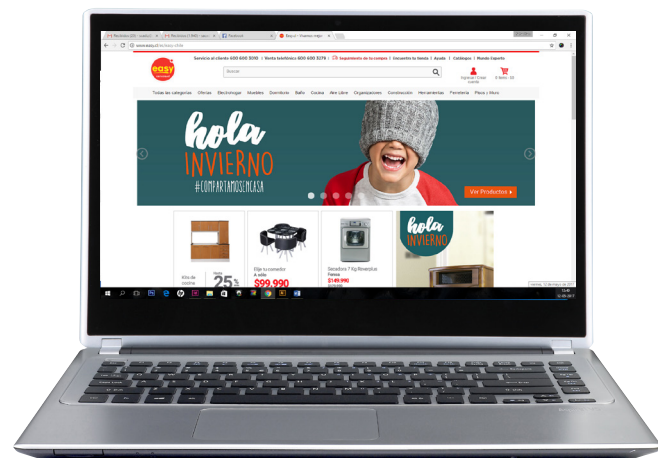


**DMA:** Canales de comunicación con los clientes

- **¿POR QUÉ ES RELEVANTE?:** Ser “omnicanal” significa que son nuestros clientes quienes definen cómo, cuándo y dónde se relacionan con la marca. Donde la expectativa es una experiencia única y constante. Por lo tanto, se nos obliga a avanzar con más aún fuerza, agilidad y rapidez y apuntar a acelerar la transformación digital.
- **¿QUÉ GRUPOS LO MENCIONAN?:** Clientes
- **¿CÓMO SE GESTIONA?:** Mejoramiento de página web y nuestros canales de comunicación, Intranet y Revista Mundo Easy.

[Easy7]





### Venta Mayorista 2.0

Durante el año 2015, Easy comenzó el desafío del proyecto Venta Mayorista 2.0 introduciendo cambios en las tiendas: El Belloto, La Florida, Rancagua y Venta Empresas Central las que mostraron importantes avances gracias a la aplicación de un trabajo sistemático con rutinas comerciales claras, herramientas de apoyo a la venta, un control exhaustivo y un mayor foco comercial. Debido al gran éxito, durante octubre del 2015, se sumaron otras tres tiendas: Maipú, La Reina y Los Andes. Este éxito hizo que a mediados de marzo del 2016 se iniciara una segunda fase en otras seis tiendas: Viña del Mar, Valparaíso, Quilín, Cerrillos, Chiguayante y Bío Bío, las que implementarán la sistemática del proyecto en sus procesos, y entregarán a los clientes una propuesta de valor simple y eficiente.

### Nuestro sitio web Easy

Durante el mes de Mayo se lanzó el nuevo sitio web easy.cl, que luego de

un arduo trabajo de la Gerencia de Negocios Digitales y Servicio al Cliente. Hoy es mucho más fácil para nuestros clientes navegar y comprar en nuestro nuevo sitio, ya que contamos con un comparador de productos, un mejor diseño adaptado para todo tipo de dispositivo (tablet, teléfono, computador), y mayor surtido de productos.

### Click & Collect

Uno de los grandes avances realizados durante el 2016, en búsqueda de un mejor servicio al cliente, fue entregar el servicio de Click & collect a través de nuestro sitio web, lo que permite a nuestros clientes que compren online y retiren en alguna tienda que les resulte más cómoda y próxima. Al 31 de diciembre teníamos 17 tiendas habilitadas con este servicio: 14 Región Metropolitana + Viña del Mar, Quillota y Rancagua en regiones.

*Uno de los grandes avances, es el servicio "Click and Collect", que permitirá a los clientes compren online y retiren sus productos en la tienda que les resulte más cómoda y próxima.*





### Nuevas Plataformas para una mejor comunicación con nuestros clientes

Una experiencia consistente y memorable en cada punto de contacto con el cliente, es lo que nosotros llamamos OMNISCANALIDAD. Esto quiere decir que debemos trabajar en un camino de integración de todos nuestros canales de contacto que tenemos con nuestros clientes, de manera de darles la mejor experiencia cada vez que se relacionen con Easy.

## ¿Qué es la Omnicanalidad?



## 3.2 SERVICIOS Y CONSUMO SOSTENIBLE

[G4-PR5]

### Motivando a nuestros clientes en el camino de la Sostenibilidad

Como Easy queremos trabajar en una línea de productos y servicios para todos nuestros clientes, ofreciendo productos y servicios de calidad, y a la vez, comprometernos en generar buenos hábitos de consumo, tales como proporcionar información acerca de su desecho y contaminación, cómo ampliar el ciclo de vida de productos, e incentivar el ahorro de recursos.

Por lo mismo hemos generado instancias como compañía, que van en la línea de lo anteriormente señalado. Desde un principio nos comprometimos con respetar e forma íntegra la legislación nacional, y el 100% de nuestros productos actualmente comercializados declaran su origen y cuentan con la información acerca de su seguridad de uso o manipulación, además de las advertencias

cuando estas correspondan. Esta tarea si bien es tarea de todos, es asumida directamente por el Departamento de Aseguramiento de Calidad que tiene como objetivo el cumplimiento de las normas que requieren cada uno de nuestros productos.

Por otro lado, como Easy comprendemos que el ciclo de vida de nuestros productos y la responsabilidad con ellos, no se termina cuando estos salen de nuestras tiendas, sino que también queremos ser protagonistas de la gestión de residuos responsable. En Chile, a la fecha, se producen alrededor de 17 millones de toneladas de residuos cada año, y de ello, menos del 10% se recicla, lo que implica que, más del 90% de los residuos terminen enterrados en un relleno sanitario o en vertedero, cuando estos podrían volver a ser reincorporados a la cadena productiva de las industrias.



### DMA: Servicios y Consumo Sostenible

• **¿POR QUÉ ES RELEVANTE?:** Queremos involucrar a nuestros consumidores en una nueva experiencia de compra, en el camino hacia una tendencia sostenible y de calidad.

• **¿QUÉ GRUPOS LO MENCIONAN?:** Clientes

• **¿CÓMO SE GESTIONA?:** Productos líderes en innovación, creatividad y responsables con el medio ambiente, a través de la creación de talleres y actividades de concientización con nuestros clientes.

[G4-PR5] - [DSCC.18] - [DSCC.20]

En virtud de lo anterior, durante el 2016 realizamos nuestro segundo programa ReCambia, enfocado en recibir productos usados o en mal estado por parte de nuestros clientes, con el fin de fomentar el reciclaje y el desecho responsable de materiales críticos. Este año el programa estuvo orientado a la recuperación de baterías y pilas, convirtiéndose en una acción inédita para Easy, dada la com-

plejidad y dificultad que significa el traslado de estos residuos peligrosos. Recibimos más de 20 toneladas en material a reciclar (20.304 kilos), específicamente pilas y baterías en desuso, brindando la oportunidad a nuestros clientes participantes de recibir una rebaja del 30% en pilas recargables y cargadores Rayovac, y un 20% de descuento en la compra de baterías para autos Hankook y Datrak.

¿Cómo se materializa el programa Recambia?

- 1

Recepción de los productos en locales Easy
- 2

Gestión y tratamiento en cada local según las normativas medioambientales
- 3

Retiro por parte de una empresa externa especialista en el tratamiento de residuos peligrosos.
- 4

Uso en la elaboración de nuevos productos.

RECAMBIA

BATERÍAS Y PILAS

Las pilas y baterías en desuso generan un alto impacto en el medio ambiente

Recíclalas junto a Easy y obtén este descuento:

30% Dcto.

En pilas recargables y cargadores Rayovac

20% Dcto.

En baterías Hankook y Datrak



Talleres Easy

Tenemos un fuerte compromiso con nuestros clientes, y también con el medio ambiente, por lo que como Easy hemos trabajado en la creación de productos más amigables con el entorno, desde la línea de productos reciclados y/o fabricados responsablemente, que además generan un enorme ahorro en el uso de recursos.

Es así como queremos ofrecerles a nuestros clientes, por ejemplo, una línea de griferías de cocina que reducen hasta un 50% el caudal del agua, o ampollitas led que ahorran hasta el 90% de energía. Estamos conscientes de la importan-

cia de velar por el futuro de las nuevas generaciones, por lo que a través de la oferta de estos productos, asumimos el compromiso de cuidar nuestro planeta promoviendo el cuidado y el uso eficiente de los recursos.

Durante el mes de Febrero, nuestros clientes fueron invitados a nuestros locales de Puente Alto y Quilicura para la realización de los talleres eco-easy, en donde se enseñó a los entusiastas asistentes a cultivar una huerta ecológica en 6 sencillos pasos y a usar en forma eficiente al agua en el hogar.

EFICIENCIA ENERGÉTICA

Al elegir un electrodoméstico es muy importante conocer cuánta energía consume, porque en función de ello nuestra cuenta de luz crece o disminuye.

Eco Tips

Clase A++ es la más alta calificación que un aparato de electrodoméstico puede tener.

✓ Ahorro energético

✓ Menor consumo de agua

✓ Menor consumo de electricidad

Muy alta nivel de eficiencia: un consumo de energía inferior al 65% de la media

Entre el 55% y 75%

Entre el 75% y el 90%

Entre el 90% y el 100%

Entre el 100% y el 110%

Entre el 110% y el 120%

Superior al 120%

Samsung Lavadora 15 kg blanca

Entre \$279.990 y \$299.990

A++

Aire acondicionado split

Entre \$329.900 y \$349.900

A++

Aire split mini traza invertida

Entre \$764.990 y \$784.990

A++



En Enero de 2016, realizamos nuestro primer "Easy Repair", para darles una nueva vida a aquellos artículos en desuso y que tienen un valor sentimental para sus dueños. Este taller consistía en que los dueños acompañaban a los expertos en la reparación, para que aprendan del proceso y usar las herramientas necesarias. En esta versión se repararon de forma gratuita muebles, artículos eléctricos y bicicletas, en donde participaron alrededor de 60 familias.

Llamamos productos eco, a todos aquellos que son responsables con el medio ambiente, incluyendo su desempeño ambiental, los insumos necesarios para su fabricación, empaque y/o servicios asociados y alternativas sobre la disposición final de estos.







# 04.

## NUESTROS PROVEEDORES

En Easy buscamos ofrecer a nuestros clientes productos de calidad, diferenciados, y a los mejores precios. Con este propósito es que nuestras relaciones y elección de proveedores es fundamental.

1.150 Proveedores

62,5%  
proveedores  
nacionales

37,5%  
proveedores  
internacionales

Relación con Proveedores

- Confianza
- Transparencia
- Colaboración recíproca



Orgullosos  
de lo Nuestro

- Chimbarongo:  
mimbres

631  
productos  
disponibles  
a la venta  
Chimbarongo

## 4.1 CADENA DE ABASTECIMIENTO

[G4-PR7]

El proceso de abastecimiento para nuestras tiendas, comienza con la evaluación y selección de proveedores tanto nacionales como extranjeros desde pequeños a grandes, para así satisfacer las necesidades de todos nuestros clientes a través

de la entrega de productos según sus necesidades y requerimientos. Al cierre del 2016 contamos con una cantidad de 1.150 proveedores, de los cuales el 62,5% son nacionales y el 37,5% corresponden a proveedores internacionales.

**DMA:** Cadena de Abastecimiento

• **¿POR QUÉ ES RELEVANTE?:** Para el cumplimiento de nuestros objetivos comerciales, los proveedores son fundamentales. A través de sus productos damos alegría y construimos los hogares de nuestros clientes. Es por esto que creemos que un diálogo directo y fluido es primordial para dar cumplimiento a nuestras metas, siempre a través de una relación de confianza, respeto y transparencia.

• **¿QUÉ GRUPOS LO MENCIONAN?:** Proveedores y colaboradores

• **¿CÓMO SE GESTIONA?:** A través de nuestro enfoque de gestión integrado desde la compra hasta la disponibilidad del producto al cliente en tienda.

[HR10] - [G4-12]

La base del relacionamiento con nuestros proveedores gira en torno a la confianza, transparencia y cooperación recíproca

La base del relacionamiento con nuestros proveedores gira en torno a la confianza, transparencia y cooperación recíproca, que se manifiesta en la firma de un acuerdo comercial que establece las condiciones y requisitos para operar y ser parte de nuestra compañía. Adicionalmente, el área de Compliance de Cencosud dentro de sus funciones, revisa a los proveedores en materias de Prevención de Delito y así podemos cerciorarnos que se cumplan ciertas normativas legales.

A partir del análisis de nuestros proveedores, continúa la etapa de compra de productos tomando en consideración la demanda de nuestros locales a lo largo del país y plazos de entrega. Luego de la

compra, se realiza la distribución de ellos, ya sea través de la entrega al Centro de Distribución, o en forma directa a los locales de venta.

Con este procedimiento es que damos paso a la venta a través de la compra directa en nuestros locales ubicados a lo largo de todo Chile, o a través de la plataforma web de la compañía, Easy.cl. Ofrecemos también a nuestros clientes, la asesoría para desarrollar sus proyectos de innovación en construcción, renovación y cambio en sus hogares, a través de los centros de proyectos existentes distribuidos en nuestros locales.

CADENA DE ABASTECIMIENTO



4.2 ORGULLOSOS DE LO NUESTRO

Durante 2016 desarrollamos una serie de iniciativas, con el propósito de brindar mejores oportunidades y productos a nuestros clientes, siempre buscando aquellos elementos diferenciadores. En línea con lo anterior, uno de nuestros principales ejes de trabajo fue potenciar la oferta de productos que destacan el valor de nuestra identidad y riqueza nacional.

En base a esta inspiración, creamos el proyecto Orgullosos de lo Nuestro (ODLN), a través del cual buscamos fortalecer el trabajo de artesanos chilenos, para que sus obras, trabajadas con materiales nobles de nuestro país, conviertan en hogar el lugar donde habitan nuestros clientes. Asimismo, queremos desarrollar y brindar un nuevo espacio comercial para pequeños proveedores locales, brindándoles la oportunidad a nuestros clientes de acceder a una nueva oferta de produc-

tos hechos a mano con un diseño y calidad únicos.

El programa Orgullosos de Lo Nuestro se enmarca dentro de la Estrategia de Sostenibilidad de Easy Chile, pero a la vez, es también un proyecto institucional de valor compartido, con alcances significativos en materias comerciales y de imagen de marca.

Este programa nace porque ser chilenos es algo que nos enorgullece, nos une e identifica. Nace de la necesidad de reencontrarnos con lo nuestro, de fortalecer el trabajo de artesanos y no olvidar nuestras tradiciones. En base a esto, en Easy buscamos entregar una vitrina única para potenciar estos productos, hechos por héroes anónimos que ponen todos sus esfuerzos y orgullo para que su arte perdure en el tiempo de manera tangible, lo que esperamos se refleje también hacia nuestros clientes.



DMA: Orgullosos de lo Nuestro

- **¿POR QUÉ ES RELEVANTE?:** La apertura a nuevas posibilidades comerciales para pequeños proveedores fue definido un foco de trabajo durante el 2016 con el objetivo de aportar al desarrollo local, potenciar la identidad de productos nacionales y mejorar la oferta de productos a nuestros clientes.
- **¿QUÉ GRUPOS LO MENCIONAN?:** Proveedores y

- Clientes.
- **¿CÓMO SE GESTIONA?:** A través de acuerdos comerciales con pequeños artesanos nacionales.

[HR10] - [G4-12]







### Materialidades y localidades de nuestro País

Para este programa, definimos tres campañas piloto con diferentes materialidades y localidades, las cuales quisimos potenciar. Aquellas seleccionadas fueron:

1. Chimbarongo, mimbre
2. Pomaire, greda
3. Villarrica, madera y tejido

Durante el 2016, desarrollamos de manera integral la primera de estas tres campañas, referente a la localidad de Chimbarongo y sus productos de mimbre. El lanzamiento de las campañas de Pomaire y Villarrica, fueron planificadas para el año 2017.

## 4.3 COMPROMISO CON NUESTROS ARTESANOS

En Easy, sabemos que es fundamental la confianza y transparencia en los procesos comerciales con pequeños proveedores, es por esto, que para este proyecto dispusimos de una serie de acuerdos comerciales preferenciales, alineados con las propias condiciones de los artesanos. Entre ellos se destacan:

1. Protocolo de pago entre 7 y 15 días posterior a la entrega de productos
2. Responsabilidad de Easy en el packing y retiro de los productos

3. Difusión de artesanos creadores de los productos dispuestos en venta

4. Compra de stock y precio según criterios de artesano proveedor

Esto forma parte de nuestro reconocimiento y búsqueda por potenciar a proveedores pequeños, otorgándoles facilidades comerciales que brinden nuevos espacios de comercialización para sus productos que por años han estado presentes a lo largo y ancho de nuestro país, por medio de diseños únicos y valor nacional.



## ODLN: Chimbarongo Mimbre

Durante octubre de 2016, lanzamos nuestra primera campaña de este proyecto junto a los artesanos de la localidad de Chimbarongo, ubicada en la Provincia de Colchagua, VI Región del Libertador Bernardo O'Higgins.

Con la participación de 2 artesanos logramos vender en nuestras tiendas en Alto Las Condes, Costanera Center, Chicureo, La Dehesa y La Reina, 631 productos que fueron tejidos minuciosa-

mente en mimbre, tradición compartida de generación en generación con una fabricación 100% chilena.

Con el fin de dar conocer este proyecto de manera masiva, contamos con diversos canales de difusión, tales como información en tiendas, prensa, página web y redes sociales. Por medio de Facebook y Youtube logramos un número significativo de reproducciones, logrando comunicar con éxito este proyecto.





# 05.

## NUESTROS COLABORADORES

A Diciembre del 2016 contábamos con 5.866 trabajadores conformando esta gran familia a lo largo del país. Con ellos nos comprometemos año a año en brindar más y mejores espacios de crecimiento y desarrollo profesional, y en mejorar la experiencia laboral logrando así un buen clima organizacional.

# 5.1 ¿QUIÉNES SOMOS?

## PERFIL ORGANIZACIONAL, DIÁLOGO Y COMPROMISO

[G4-10] - [G4-11] - [G4-LA12]

En Easy, reconocemos a nuestros colaboradores como el motor que día a día hace posible nuestra operación a lo largo de nuestras tiendas ubicadas desde la Región de Antofagasta a la Región de

Los Lagos. Del total de 5.866 colaboradores, 5.298 se encuentran trabajando en tiendas Easy, 214 en Administración Central y 354 en nuestro Centro de Distribución.

| División               | Contrato Indefinido |         |       | Contrato a plazo fijo |         |       |
|------------------------|---------------------|---------|-------|-----------------------|---------|-------|
|                        | Mujeres             | Hombres | Total | Mujeres               | Hombres | Total |
| Tiendas                | 2.154               | 2.850   | 5.004 | 128                   | 166     | 294   |
| Centro de Distribución | 97                  | 243     | 340   | 1                     | 13      | 14    |
| Administración Central | 102                 | 109     | 211   | 2                     | 1       | 3     |
| Total                  | 2.353               | 3.202   | 5.555 | 131                   | 180     | 311   |

En Easy, reconocemos a nuestros colaboradores como el motor que día a día hace posible nuestra operación a lo largo de nuestras tiendas

### Easy a lo largo y ancho de nuestro país

Easy hoy se encuentra presente en 10 regiones de nuestro país, poniendo a disposición de nuestros clientes más de 30.000 productos desde Calama a Puerto Montt a través de 35 tiendas.

La mayor dotación, 2.675 específicamente, hoy se encuentran al servicio de nuestros clientes en la Región Metropolitana, seguida por la Región de Valparaíso con 769 colaboradores y 677 en la Región del Bío - Bío. A continuación mostramos detalladamente el desglose según región, tiendas y colaboradores.



- 271 Calama, Antofagasta
- 161 Copiapó
- 181 La Serena
- 769 Valparaíso, Viña del Mar, El Belloto, Quillota, Los Andes
- 2.675 Puente Alto, Cerrillos, El Llano, Ochagavía, Quilicura, Maipú, Quilín, Alto las Condes, La Florida, Costanera Center, La Dehesa, La Reina, San Bernardo, Chicureo + CD, Oficina Venta Empresa y Oficina Administración Central
- 221 Rancagua
- 408 Curicó, Talca, Linares
- 677 Chillán, Los Ángeles, Chiguayante, Bío Bío, Coronel
- 203 Temuco
- 300 Osorno, Puerto Montt





Nuevos Colaboradores

Durante el 2016 abrimos nuestras puertas laborales a un total de 1.061 nuevos trabajadores, dónde aproximadamente el 91% de ellos ingresaron a nuestras tiendas de norte a sur, 57 a nuestro Centro de Distribución y 36 a Administración Central.



Nuevas contrataciones 2016

| Localidades  | Género  | Menor de 30 años | Entre 30 y 50 años | Mayor a 50 años | Total |
|--|---------|------------------|--------------------|-----------------|-------|
| Tiendas Zona Norte (Calama, Antofagasta, Copiapó, La Serena)   | Mujeres | 30               | 23                 | 5               | 58    |
|  | Hombres | 58               | 18                 | 3               | 79    |
| Tiendas zona Central (Valparaíso, Viña del Mar, El Belloto, Quillota, Los Andes, Rancagua, Curicó, Talca)  | Mujeres | 39               | 25                 | 2               | 66    |
|  | Hombres | 84               | 25                 | 5               | 114   |
| Tiendas Región Metropolitana (Puente Alto, Cerrillos, El Llano, Ochagavía, Quilicura, Maipú, Quilín, Alto las Condes, La Florida, Costanera Center, La Dehesa, La Reina, San Bernardo, Chicureo) | Mujeres | 108              | 76                 | 22              | 206   |
|  | Hombres | 188              | 92                 | 16              | 296   |
| Tiendas Zona Sur (Linares, Chillán, Los Ángeles, Chiguayante, Bío Bío, Coronel, Temuco, Osorno, Puerto Montt)  | Mujeres | 37               | 21                 | -               | 58    |
|  | Hombres | 65               | 22                 | 4               | 91    |
| Centro de Distribución   |         | 28               | 27                 | 2               | 57    |
| Administración Central   |         | 17               | 19                 | -               | 36    |
| Total  |         | 654              | 348                | 59              | 1.061 |

Comunicaciones fluidas y confiables

Como parte de nuestros compromisos con los colaboradores, está el brindar confianza. Esta se proporciona disponiendo canales de información transparentes y confiables para que nuestros trabajadores puedan conocer respecto de su organización como también hacer sugerencias, reclamos o consultas. Para esto disponemos de diversos canales institucionales que están en permanente actualización y de fácil acceso para cada colaborador los cuales nos permiten brindar una comunicación efectiva y oportuna sobre cambios al interior de nuestra empresa o simplemente oportunidades, noticias y novedades que los involucren organizacionalmente.



DIARIOS MURALES:

Un canal de comunicación tradicional en nuestros locales, son los diarios murales que ahí disponemos con el objetivo de dar a conocer nuevas ofertas laborales, y otros asuntos relativos a cambios organizacionales y otros de interés particular para nuestros colaboradores. Este se actualiza de manera permanente y según necesidad del local.

BOLETINES Y/ O MAILINGS: Se envían con el objetivo de dar a conocer cambios organizacionales, temas relevantes y transversales para nuestros colaboradores, mensajes gerenciales, concursos internos, celebraciones, entre otros.

PROGRAMA RADIAL: Cada mañana al inicio de nuestra jornada laboral en tiendas previo a la apertura de los locales y posterior al cierre de tiendas a nuestros clientes se comunica a nuestros colaboradores principalmente noticias, mensajes y otros asuntos ya sea elaborados por ellos o por necesidad de alguna área de nuestra empresa.

CANALES DE SUGERENCIA Y/O RECLAMACIONES: A través de nuestro Código de Ética se da a conocer a nuestros colaboradores la disposición de nuestro canal de denuncia llamada Línea Ética, que permite dar a conocer malas prácticas que infrinjan el cumplimiento e nuestros lineamientos al respecto. En este canal se resguarda la integridad y confidencialidad de nuestros colaboradores al momento de plasmar una denuncia.

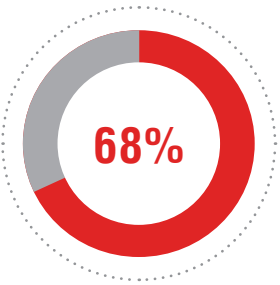
Nuestros sindicatos

En Easy nos parece de suma importancia la organización de nuestros trabajadores, y esto que hemos privilegiado el diálogo constante y permanente con nuestros 15 sindicatos a lo largo del país reforzando la importancia que ellos representan para nosotros.

Durante el 2016 la tasa de sindicalización aumentó de cara al año anterior, con un total del 78,8% de nuestros trabajadores perteneciendo a alguna de estas organizaciones laborales.

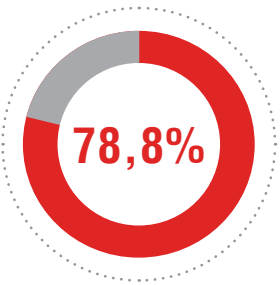
SINDICALIZACIÓN 2015

4.058 Trabajadores



SINDICALIZACIÓN 2016

4.624 Trabajadores



| Tipo de contrato | 2015                                  |                 |                  | 2016                                  |                 |                  |
|------------------|---------------------------------------|-----------------|------------------|---------------------------------------|-----------------|------------------|
|                  | Total de colaboradores sindicalizados | % Sindicalizado | Nº de sindicatos | Total de colaboradores sindicalizados | % Sindicalizado | Nº de sindicatos |
| Indefinido       | 4.032                                 | 73%             | 15               | 4.601                                 | 82%             | 15               |
| Plazo Fijo       | 26                                    | 6%              | 5                | 23                                    | 7,4%            | 6                |
| TOTAL            | 4.058                                 | 68%             | 15               | 4.624                                 | 78,8%           | 15               |

Negociaciones Colectivas:

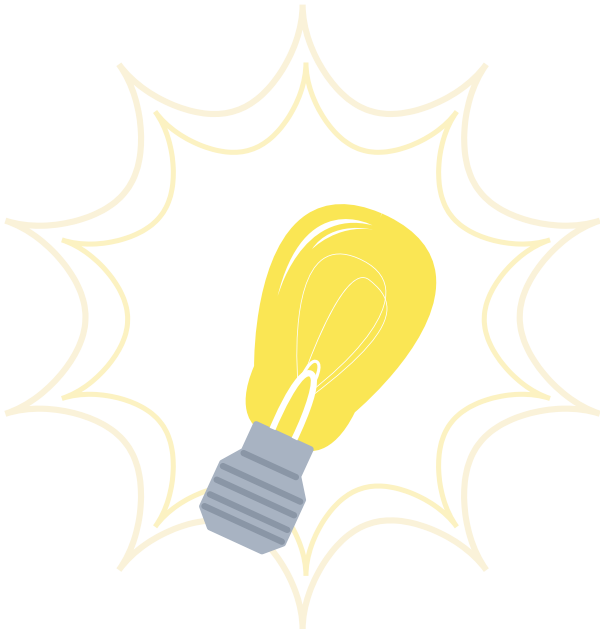
Durante el 2016 se desarrollaron seis instancias de negociaciones colectivas, que con orgullo podemos decir que se cerraron de manera responsable y exitosa, bajo un clima de colaboración entre las mesas negociadoras y los sindicatos. Estas mesas negociadoras se conformaron por los representantes sindicales en representación de los trabajadores del Sindicato de Linares, Sindicato Nacional Easy Administradora Norte, Sindicato Osorno, Sindicato Easy Administradora Norte S.A, Centro de Distribución y Sindicato Nacional Easy S.A. Por parte de la compañía, con sus respectivos Business Partners, Gerente de Operaciones de la zona y asesores de relaciones laborales.

Alianza Easy Rancagua y Dirección del Trabajo Regional

En el marco de un mejor desempeño y conocimientos prácticos sobre los derechos fundamentales de los trabajadores, Easy Rancagua generó una alianza con la Dirección del Trabajo Regional. Ésta con la participación de trabajadores y jefes de sección de Easy los cuales conocieron de primera fuente información relevante y contingente sobre relaciones y calidad laboral.

Este programa se desarrolló entre abril y septiembre abordando temas como: atribuciones de la Dirección del Trabajo, características y atribuciones de un contrato laboral, jornadas y horas de trabajo, derechos fundamentales de un trabajador, reforma laboral y salud y seguridad en el lugar de trabajo. Todos estos aspectos fundamentales para un buen desarrollo y una eficiente gestión laboral, integral y profesional.

Cabe destacar que durante 2016 no tuvimos ninguna huelga en la empresa.



5.2 CALIDAD DE VIDA

CONDICIONES LABORALES

[Easy11] - [DSCL14] - [DSCL16]

Como ya mencionamos, nuestros colaboradores son la columna vertebral de la compañía, ya que a través de ellos es que plasmamos todos nuestros valores organizacionales y cumplimos año a año nuestros objetivos de crecimiento y consolidación. Ante esto, es que nos comprometemos a ser cada día mejores contribuyendo a su calidad de vida laboral y familiar.

Para ellos, desplegamos una serie de beneficios e incentivos laborales a tra-

vés de programa de beneficios médicos, de emergencia, prevención, vivienda, y vida familiar que finalmente nos permiten mejorar nuestro clima laboral y promover un lugar para trabajar centrado en la confianza, respeto, seguridad y desarrollo. Entre éstos, la remodelación y entrega de casinos durante 2016 para nuestros colaboradores en las tiendas de Quillota, Cerillos, Ochagavía y Antofagasta con un total de 210 m² intervenidos



DMA: Calidad de Vida

• **¿POR QUÉ ES RELEVANTE?:** En Easy pieza fundamental de nuestro crecimiento son nuestros colaboradores, es a través de ellos que logramos establecer una cultura organizacional amigable y con buenos resultados en torno al desempeño en equipo.

• **¿QUÉ GRUPOS LO MENCIONAN?:** Colaboradores

• **¿CÓMO SE GESTIONA?:** Año a año vamos mejorando nuestros beneficios mejorando así la calidad de vida laboral de nuestros colaboradores y gestionando los resultados obtenidos en nuestras evaluaciones de clima laboral. Para esto, nuestras gerencias de RR.HH y Gerencia de Operaciones se despliegan con el objetivo de dar cumplimiento a nuestras metas anuales.

[Easy11] - [DSCL14] - [DSCL16]

BENEFICIOS  
Trabajadores Cencosud - Easy



Todos estos beneficios se informan constantemente a nuestros trabajadores a través de nuestra app móvil "Beneficios Corporativos" y nuestras webs "cencosudcontigo.com" y "beneficios-cencosud.cl".

A su vez, los valores en familia son importantes. Para esto es que desarrollamos una campaña llamada "Valores en familia para todo el año" a través de la Gerencia de RR.HH y el Departamento de Bienestar, la cual tuvo la finalidad de reflexionar, compartir y reconocer aque-

llos valores que practicamos o que nos gustaría se dieran con mayor frecuencia en nuestro entorno familiar, laboral y social. Estos valores se plasmaron a través de conversatorios poniendo foco en la Responsabilidad, Creatividad y Generosidad.





#### Nuestros colaboradores en acción : Voluntariados

No sólo es importante brindar más y mejores condiciones laborales a nuestros colaboradores, sino que también es fundamental darles la oportunidad de que a través de actividades extra laborales puedan vivir nuestros valores organizacionales desarrollando así la colaboración, la empatía, y el orgullo de ser parte de nuestra compañía.

Llevamos varios años implementando una serie de iniciativas y voluntariados corporativos que permiten día a día hacer crecer a nuestros colaboradores pero también mejorar o brindar un buen momento en la vida de personas que están pasando por vulnerabilidades sociales o económicas.

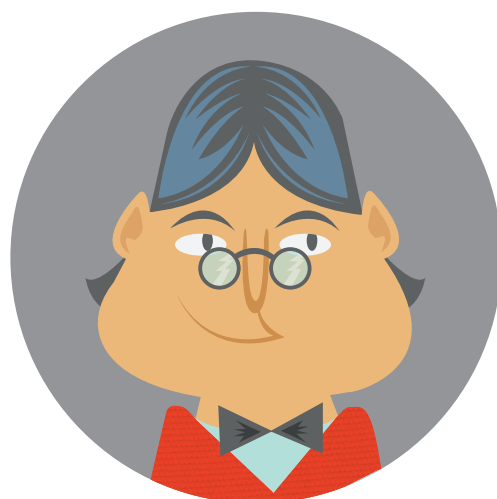
**Vivamos Hogar:** Iniciativa trabajada en conjunto con el DLCh y nuestros colaboradores a través del cual mejoramos 300mts<sup>3</sup> de áreas verdes del Jardín Infantil Carritos de Ilusión ubicado en la comuna de Puente Alto. En ésta, participaron 20 colaboradores y 5 voluntarios del DLCh, dando alegría a más de 200 niños pertenecientes al establecimiento.

**Compartiendo el espíritu de Navidad:** Junto a un grupo de colaboradores sorprendimos a cerca de 70 niños pertenecientes al Hogar de Menores del Sename "Galvarino" llevándoles alegría y un buen momento. Esta iniciativa permitió compartir con niños vulnerables a través de actividades recreacionales y la instalación del espíritu navideño con un bello árbol de navidad que decoramos en conjunto. Fue una gran jornada de reflexión y solidaridad que nos permitió retornar a nuestra jornada laboral recargados de energía.

## ¡FELICITACIONES! a la proactividad y solidaridad de nuestro equipo

Nuestros colaboradores de la localidad de Temuco proactivamente se sumaron a la iniciativa regional de donación de sangre para enfermos de la comuna. Para esta campaña, facilitamos nuestras instalaciones para que nuestros colaboradores donaran sangre.

Esta iniciativa, que fue de carácter voluntario, contó con gran participación, contribuyendo así a mejorar la salud de quienes más lo necesitan.



**EASY 2014**  
60 Puntos



**EASY 2015**  
62 Puntos



**EASY 2016**  
72 Puntos



*La encuesta GPTW nos permite identificar las dimensiones que son una fortaleza para seguir construyendo un mejor lugar para trabajar.*

#### Clima Laboral [DSCL14] - [DSCL15]

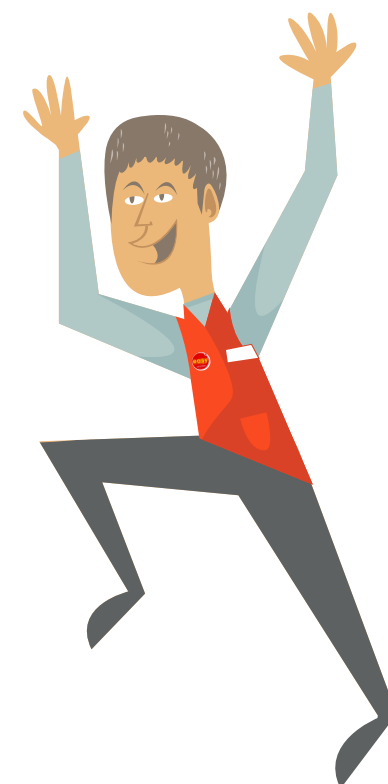
Todos los beneficios antes mencionados y actividades extra laborales permiten el desarrollo de un mejor clima laboral. Para nuestra Compañía aquello es fundamental, y por ello año tras año, desde el 2012, participamos de la encuesta Great Place to Work (GPTW), a través de la cual recogemos las opiniones de nuestro equipo.

La aplicación de esta encuesta cada año obtiene mejores resultados, desde el 2012 con 54 puntos obtenidos, a un 2016 con 72 puntos y logrando la participación de 4.978 colaboradores, subiendo así 10 puntos versus los resultados del año 2015. Esto nos demuestra que día a día estamos trabajando en conjunto con nuestros colaboradores para construir un gran lugar para trabajar.

A partir de los resultados obtenidos en la encuesta, hemos implementado un plan de trabajo transversal poniendo

especial foco en aquellas áreas más relevantes y que impactan negativamente en el desarrollo de ambientes gratos para trabajar. Este plan define los principales lineamientos para que los líderes y referentes de Recursos Humanos implementen los planes de acción según las necesidades propias de cada tienda, área o gerencia.

Durante el 2016, nos centramos en trabajar las áreas de imparcialidad, respeto y credibilidad. Se definieron acciones base que debían realizarse en todas nuestras tiendas, Centro de Distribución y diferentes gerencias de la Administración Central. Recolectamos información con los equipos de trabajo y, brindamos apoyo y asesoramiento a cada líder, principalmente Gerentes y Sub administradores de tiendas, para poder implementar y ampliar su gestión de clima, reforzando continuamente en que se trata de una construcción permanente y en la cual todos podemos participar.



# 5.3 SEGUROS EN NUESTRO TRABAJO

## SALUD Y SEGURIDAD

[G4-LA5] - [G4-LA6] - [G4-LA8]

La seguridad es un foco estratégico y se trabaja en torno a dos grandes ejes de gestión; el desarrollo e implementación de una cultura organizacional de seguridad en el trabajo y la reducción sistemática en las tasas de accidentabilidad. Para ello, llevamos 4 años implementando nuestros lineamientos a través de nuestra Política de Salud y Seguridad Ocupacional, la cual nos ha permitido el cumplimiento de nuestros objetivos de manera exitosa.

Una de las novedades en salud y seguridad que desarrollamos durante el 2016 fue la iniciativa del Departamento de Prevención, que impulsó un programa de evaluaciones de higiene industrial que consistía en realizar dos tipos de evaluaciones: evaluaciones cualitativas

y evaluaciones cuantitativas de higiene ocupacional de baja complejidad.

Evaluaciones cualitativas de higiene ocupacional: En conjunto con Mutua de seguridad se evaluó el ambiente laboral en el cual nuestros colaboradores se desempeñan para poder determinar la presencia de diferentes tipos de agentes, ya sean químicos, físicos y/o biológicos. Para esto, y en torno a nuestra constante preocupación por las personas, nos planteamos el propósito de estudiar posibles exposiciones que puedan afectar la salud ocupacional. Esta evaluación se realizó en las 35 tiendas y Centros de Distribución que componen Easy.

Evaluaciones cuantitativas de higiene ocupacional de baja complejidad:

Consistía en evaluar a través de instrumentos de medición la calidad del aire; confort térmico; ruido ocupacional; e iluminación. En total se realizaron 108 mediciones.

Estos estudios nos permiten detectar oportunidades para mejorar nuestros ambientes de trabajo, brindando espacios más confortables y seguros para nuestros colaboradores. Aquellos aspectos mejores evaluados fueron la iluminación, climatización, el espacio físico en tiendas y Centros de Distribución permiten buena calidad de aire y habitabilidad, la humedad relativa entre otros. Este proyecto no sólo se realizó durante el 2016, si no que se continuará durante el 2017, por lo cual nos permitiremos seguir avanzando en estos aspectos.

### DMA: Salud y Seguridad Ocupacional

• **¿POR QUÉ ES RELEVANTE?:** Nuestro rubro comercial implica una serie de riesgos para nuestros colaboradores presentes en tiendas y Centro de Distribución. Ante esto, tenemos la necesidad de año a año superarnos en torno a los indicadores relativos a la temática. Para ello desplegamos una serie de iniciativas que refuerzan el compromiso de proteger a nuestros colaboradores brindándoles ambientes de trabajo seguros y confiables.

• **¿QUÉ GRUPOS LO MENCIONAN?:** Colaboradores

• **¿CÓMO SE GESTIONA?:** A través del Departamento de Prevención de riesgos implementamos una serie de medidas de control, evaluaciones anuales y auditorías que nos permiten identificar los peligros, evaluar los riesgos e implementar mejoras en nuestras operaciones. A su vez, en conjunto con nuestros comités paritarios y sindicatos, nos aseguramos del cumplimiento de nuestra Política de Seguridad y Salud Ocupacional y sus lineamientos internos para el cumplimiento de los objetivos en esta materia.

[G4- LA5] - [G4- LA6] - [G4-LA8]

### Corresponsables: Comités Paritarios de Higiene y Seguridad

Nuestro rubro tiene por naturaleza el contener una gran variedad de riesgos para los colaboradores, ya sea en locales como en el Centro de Distribución. Es por esto, que además de contar con nuestra Política de salud y Seguridad Ocupacional trabajamos en conjunto con los Comités Paritarios en función de disminuir la siniestralidad de nuestros procesos y desarrollar una cultura de seguridad consistente.

Hoy contamos con el 96% de los colaboradores representados formalmente a través de un comité manteniendo así la cifra del último reporte 2015. Contamos con 36 comités de higiene y seguridad, constituidos, vigentes y en funciona-

miento, de los cuales 35 son en tiendas y 1 de Centro de Distribución. Estos comités tienen por objetivo fortalecer la cooperación activa de todas las partes interesadas de nuestra empresa, que conjuntamente con nuestros ejecutivos llevan a cabo rigurosos programas y de alta exigencia de cumplimiento de seguridad laboral.

Como resultado de ello, es el premio “Destacada Estrategia SSO” que recibimos el 2016 otorgado por Mutua de Seguridad de la Cámara Chilena de Construcción. Este premio se lo debemos al Departamento de Prevención de Riesgos, quienes incorporaron a nuestra estrategia de gestión de seguridad y salud ocupacional el modelo de certificación externa de nuestros comités paritarios de Mutua de seguridad.

La certificación de comités paritarios contaba con tres categorías:

Oro: Evidenciando que los comités paritarios están constituidos de acuerdo al decreto supremo 54 y que además tiene un funcionamiento constante “1 año” en función de la normativa. Se destaca además a aquellos comités que se auto gestionan, toman decisiones y cierran acuerdos en función de los programas de trabajo establecidos por el Departamento de Prevención de Riesgos. Demostrando así un funcionamiento avanzado y de primer nivel, cada comité para obtener esta distinción debe cumplir 33 actividades.

Plata: Evidencia que los comités paritarios se constituyen de acuerdo al decreto supremo 54 y además tienen un funcionamiento constante “últimos 6 meses” en función de la normativa.

Bronce: Evidencia que los comités paritarios están constituidos de acuerdo al decreto supremo 54.

Con mucho orgullo les comunicamos que logramos la máxima distinción, certificando bajo oro a 23 de nuestros 36 comités paritarios a nivel país, 15 de ellos pertenecientes a la Región Metropolitana, 4 en la V Región, 4 en la VIII Región, más dos certificaciones nivel bronce una en la IV Región y la VI Región. De las 95.000 empresas adherentes a Mutua de Seguridad a nivel país, con 2.000.000 de trabajadores afiliados, 150 comités paritarios de distintas empresas obtuvieron la máxima certificación nivel oro, de los cuales 23 son nuestros (equivalente al 15% del total). A raíz de este reconocimiento, es que nos convertimos en la empresa adherente de la Mutua de Seguridad con la mayor cantidad de comités paritarios certificados en categoría oro.





Copa de Oro de Prevención de Riesgos

Otro de nuestros proyectos emblemáticos en torno a la intervención de salud y seguridad ocupacional es nuestra competencia interna por la Copa de Oro de Prevención de Riesgos. En su tercera versión, se implementa con el objetivo de desarrollar actividades de impactos medibles y auditables, con foco en la seguridad de las personas. A través de esta campaña año tras año, fomentamos la participación de los colaboradores en todos los niveles organizacionales premiando buenas prácticas en tiendas y Centro de Distribución.

Esta tercera versión de la campaña se desarrolló entre junio y agosto con el objetivo de disminuir en un 20% los accidentes en el lugar de trabajo respecto del mismo período el año anterior. A diferencia de años anteriores, sumamos una nueva actividad llamada Prevención y Familia, en la cual los hijos de nuestros colaboradores visitaron los locales dónde trabajaban sus padres.

Esta Copa de Oro contó con un 94% de participación destacando así el sentido de pertenencia que tienen nuestros colaboradores a través de la realización de 1.300 actividades en torno a la seguridad laboral.



COPA DE ORO  
1º LUGAR EASY MAIPÚ  
2º LUGAR EASY QUILICURA

Reconocimientos especiales:  
“Mejor Innovación” Easy Quilicura  
“1 año sin accidentes” Easy El Llano

Siniestralidad y accidentabilidad Laboral

Todas las actividades y reconocimientos antes descritos dan cuenta de nuestro esfuerzo por otorgar espacios laborales más seguros para nuestros colaboradores.

Las tiendas Easy obtuvieron una tasa de siniestralidad de 29,7% con 1.589 días perdidos, indicándonos que vamos por un buen camino a comparación del 2015 con una tasa de siniestralidad del 39,4% , reduciendo un 25% nuestra siniestralidad en un año.

En tanto, en nuestro Centro de Distribución el índice de siniestralidad alcanzó el 75,07% con un total de 281 días perdidos.

Por parte de nuestras instalaciones en Administración Central se mantuvo la tasa de siniestralidad igual a cero.

La tasa de accidentabilidad laboral y la cantidad de días perdidos han bajado de manera sostenida los últimos 4 años, logrando una reducción de siniestralidad de un 62% (entre 2012 y 2016).

Hemos superado el resultado de Accidentabilidad de la actividad económica Comercio (4,2% AL 2015 - indicador entregado por la SUSESO), contribuyendo a la reducción de accidentes del país.

\* Es importante aclarar que en nuestros datos de accidentabilidad, enfermedades y ausentismo no se incluyen a los contratistas, sólo a trabajadores propios. A su vez, nuestra metodología para realizar el cálculo, mensual y anual, se aplica según lo establecido en los Decretos Supremos 40 y 67, reglamentos de la Ley 16.744, que establecen que debemos llevar control de las tasas de accidentabilidad, siniestralidad, gravedad y frecuencia. Adicionalmente, en Easy establecemos metas internas a través de un modelo de control de gestión de casos diseñado por el Dpto. de prevención de Riesgos.

|                                   | Colaboradores contratados |       |                        |       |                        |      |        |        |
|-----------------------------------|---------------------------|-------|------------------------|-------|------------------------|------|--------|--------|
|                                   | Tiendas                   |       | Centro de Distribución |       | Administración Central |      | Total  |        |
|                                   | 2015                      | 2016  | 2015                   | 2016  | 2015                   | 2016 | 2015   | 2016   |
| Índice de accidentes con lesiones | 3,38%                     | 2,8%  | 2,61%                  | 2,94% | 0%                     | 0%   | 3,32%  | 2,7%   |
| Tasa de siniestralidad            | 39,37%                    | 29,7% | 38,63%                 | 75%   | 0%                     | 0%   | 39,32% | 31,50% |
| Días perdidos                     | 2.262                     | 1.589 | 163                    | 281   | 0                      | 0    | 2.425  | 1.870  |
| Víctimas mortales                 | 0                         | 0     | 0                      | 0     | 0                      | 0    | 0      | 0      |

Con respecto a nuestra tasa de accidentabilidad, superamos incluso la meta que nos habíamos propuesto que era disminuir en un 16% con el objetivo de cerrar el año con un 2,8% de accidentes laborales. Finalmente, sobrepasamos la meta alcanzando la tasa de reducción del 18%, logrando un cierre del 2,7% de accidentes laborales.

Los resultados obtenidos en los últimos años han sido exitosos y son el fruto del esfuerzo realizado en conjunto con nuestros colaboradores. Desde el 2012 al 2016 en Easy, hemos logrado reducir en un 67,3% nuestra tasa de accidentabilidad, bajando de alrededor de 500 a 161 accidentes anuales, reduciendo así a más de la mitad la ocurrencia de accidentes al interior de la compañía.

Queremos reconocer que el esfuerzo es de todos, nuestros colaboradores, comités paritarios que día a día son parte de este desafío. Como también lo son nuestras directivas sindicales, y los socios integrantes del Sindicato que cooperan activamente, promoviendo en todo momento el acatamiento de las normas de seguridad del trabajo contenidas en el Reglamento Interno.

Además, para complementar nuestro compromiso con la salud y seguridad de nuestros colaboradores cuentan con un “Seguro de Vida” y con el beneficio “Seguro de Salud Complementario” al que se pueden integrar de manera voluntaria junto a su grupo familiar. Nuestra Compañía aporta una parte del costo de este seguro, que reembolsa un porcentaje de los copagos por atenciones médicas, hospitalizaciones y medicamentos.

Tercer año consecutivo premiados por “Buenas prácticas de Seguridad”

Primer año por “Destacada Estrategia de SSO 2016”







# 5.4 CRECIENDO JUNTOS

## DESARROLLO DE CARRERA

[G4-LA9] - [G4-LA10] - [G4-LA11]

### Escuela Easy

En Easy nos hemos propuesto la misión de brindar mayores y mejores habilidades a nuestros colaboradores con el objetivo de que se desarrollen profesionalmente al interior de nuestra Compañía. Para esto disponemos de diferentes instancias de profesionalización y apoyos económicos, a través de becas de estudios, convenios universitarios y cursos de formación.

Durante el 2016 el Equipo de Capacitación Easy Chile gestionó 151.543 horas de capacitación, las cuales ayudan a la integración y desarrollo de nuestros colaboradores, como también para otorgar herramientas y así mejorar el respectivo desempeño al interior de la Compañía.

### DMA: Desarrollo de Carrera

- **¿POR QUÉ ES RELEVANTE?:** En Easy pieza fundamental de nuestro crecimiento son nuestros colaboradores, es a través de ellos que logramos establecer una cultura organizacional amigable y con buenos resultados en torno al desempeño en equipo.
- **¿QUÉ GRUPOS LO MENCIONAN?:** Colaboradores y clientes



LOCALES

Capacitación:

144.531 hrs.

Participación:

7550 hrs.



CENTRO DE DISTRIBUCIÓN

Capacitación:

1.814 hrs.

Participación:

47 hrs.



ADMINISTRACIÓN CENTRAL

Capacitación:

5.198 hrs.

Participación:

108 hrs.

- **¿CÓMO SE GESTIONA?:** Nuestro Equipo de Capacitación de la gerencia de RR.HH se encuentra a cargo de desplegar anualmente un plan de capacitaciones que esté acorde a las necesidades de la empresa y de nuestros colaboradores. Esto a través de nuestra Escuela Easy y diversas plataformas, tanto presenciales como digitales.

[G4-LA9] [G4-LA10] [G4-LA11]

### Expansión Campus Cencosud

Durante el 2016 dimos continuidad al Proyecto Campus Cencosud, desplegando la infraestructura tecnológica para casi el 50% de nuestras tiendas. Esta iniciativa consiste en una plataforma virtual de capacitación en donde nuestros colaboradores podrán entrenarse en cualquier momento y de manera más eficiente, además de la entrega de los computadores y mobiliario necesario en nuestras operaciones. Dentro del Campus Cencosud, los colaboradores pueden encontrar cursos, videos y materiales que les permiten entrenarse continuamente para apoyar su desarrollo profesional. Algunos de los cursos disponibles son:

- ADN & Cultura Cencosud
- Código de Ética
- Certificación en Políticas de Gestión de Personas
- Gestión del Desempeño
- Competencias Cencosud

Este proyecto se está desplegando en todos los países en los que Cencosud tiene presencia, y en todas sus banderas, con lo que se aspira a llegar al 100% de cobertura de capacitación dentro del 2017.

### Oportunidades de formación

**Convenios Universitarios:** A través del instituto Cencosud, se dispuso de una amplia gama de diplomados, máster, MBA y cursos de especialización con prestigiosas universidades a las cuales nuestros colaboradores podían

Algunos de los cursos disponibles en Campus Cencosud



acceder con valores preferenciales sólo por pertenecer al grupo de empresas Cencosud.

**Becas de estudio:** Durante el 2016 proporcionamos un total de 21 becas de estudios, permitiendo cubrir una de los aranceles de los colaboradores beneficiados en distintos centros de educación del país.

Es importante señalar que estos convenios y nuestras becas se asocian exclusivamente a temáticas relacionadas con nuestro negocio.

### Plan de Capacitación

Se gestionaron e implementaron cursos para nuestros colaboradores de Administración Central, Centro de Distribución y locales, tanto en modalidad pre-

sencial como e-learning.

Algunas de las capacitaciones realizadas fueron:

- Diplomado de Autogestión y Sentido Organizacional
- Programa de Especialista en Categoría (Productos)
- Negociación Básica y Avanzada
- Cursos Técnicos
- Esencia del Líder
- Cursos de Herramientas Comunicacionales
- Liderazgo y Trabajo en Equipo
- Cajeros de Contingencia

Para el cumplimiento de nuestros objetivos en torno al crecimiento profesional es que contamos con nuestras Tiendas Escuela: Easy La Florida y Easy La Dehesa.



Tienda Escuela Easy La Florida tiene la misión de facilitar la integración laboral a los nuevos colaboradores de locales. Además, en septiembre de 2016 inauguramos en nuevo centro de entrenamiento y formación, lugar que nos permitirá potenciar y fortalecer nuestra misión, acogiendo las actividades y necesidades que tengan los equipos y gerencias de la empresa.

Tienda Escuela La Dehesa, es el lugar donde nuestros futuros jefes de tienda adquieren las herramientas conductua-

les y técnicas para afrontar un nuevo desafío. Esto se hace a través de capacitaciones en aula, así como también, de un período de sombreado a un monitor. Cabe destacar que Easy La Dehesa proporciona sus instalaciones para este fin, mientras la tienda siga funcionando de manera normal para recibir a sus clientes.

Durante el 2016 se realizaron 5.540 horas de capacitación en Tienda Escuela La Dehesa, con un total de 69 jefaturas aprobadas.



Programa de excelencia en servicio

Este programa tiene como objetivo el reforzar la experiencia que viven nuestros clientes en tienda, centrándonos en sus necesidades, con una excelente actitud de servicio y proactividad. Esta capacitación va de la mano con el reconocimiento que hoy se hace en

tienda a nuestros colaboradores que tienen una conducta destacada durante el mes e implementan buenas prácticas.

Durante el 2016 comenzamos a implementar el programa en tiendas íco-

nos de la zona oriente de Santiago, en donde participaron Gerentes de local, Subadministradores, Jefes de sección y Jefes de RR.HH. Programa al cual se le dará continuidad durante el 2017 a lo largo de nuestras tiendas.

Durante 2016 participaron un total de 5.162 colaboradores en la evaluación de desempeño.

Evaluación de Desempeño

Ésta evaluación es una herramienta fundamental para gestionar el desarrollo profesional y la movilidad laboral interna de nuestros colaboradores. Durante el 2016 se lanzó un nuevo modelo que consta de 6 competencias fuertemente alineadas con el ADN Cencosud y que comparte la totalidad de las empresas del grupo.

El modelo busca ser simple y ágil. Pone al centro el cómo logramos nuestros

objetivos y que resultados alcanzamos, siempre alineados con las necesidades del negocio, nuestros clientes y colaboradores. La etapa de evaluación de desempeño busca por un lado generar una instancia de retroalimentación respecto a como nuestros colaboradores se están desenvolviendo en sus puestos de trabajo identificando sus fortalezas pero también aquellos aspectos que podrían mejorar. Durante el proceso, movilizamos a nuestros líderes y colaboradores a establecer conversaciones de confianza.

| Evaluación del desempeño laboral durante 2016 | 2015    |         | 2016    |         |
|---|---------|---------|---------|---------|
|   | Mujeres | Hombres | Mujeres | Hombres |
| N° de colaboradores evaluados                 | 2.113   | 2.900   | 2.229   | 2.933   |
| % respecto del total de colaboradores         | 42,75%  | 57,86%  | 43,23%  | 56,78%  |

La gestión de desempeño, es un proceso clave para cumplir nuestras metas, permitiéndonos conversar en confianza sobre nuestro trabajo, identificar el grado de reconocimiento y crecimiento anual y periódico. Estas evaluaciones se aplican transversalmente y se llevan a cabo en relación al cargo y responsabilidad de cada colaborador.

Como consecuencia de estos resultados, es que muchos de nuestros colaboradores son ascendidos a cargos de mayor responsabilidad y que brindan mejores oportunidades de desarrollo. Durante el 2016 registramos un total de 318 trabajadores con movilidad interna, de los cuales 265 fueron entre cargos de locales, 26 en el CD y 24 en Administración Central. Además existieron 2 movimientos de cambio de cargo desde Administración Central a locales y 1 desde el CD a Administración Central.





# 06.

## MEDIO AMBIENTE Y SOCIEDAD

Enfocamos nuestros esfuerzos en promover una operación sostenible, alineada con la protección y respeto del medio ambiente, a través de iniciativas de eficiencia en las instalaciones, uso de tecnologías más amigables y concientización de nuestros grupos de interés. Asimismo, nos hemos orientado a generar instancias valiosas para la sociedad, como también para nuestras comunidades aledañas, a través de aportes sociales.



**Más de 45.000**  
beneficiados en distintos  
programas sociales, en 3  
años de alianza con Desafío  
Levantemos Chile

**100 emprendedores**  
participaron en Ferias de  
emprendimiento Easy en Viña  
del Mar, Quilín, Florida Center  
y Linares



**4.000**  
bolsas ecológicas  
repartidas a clientes

**20 toneladas**  
de productos en desuso y de alto  
impacto ambiental reciclados



## 6.1 DIMENSIÓN AMBIENTAL

### Gestión de nuestra huella de carbono

En Easy estamos comprometidos con el cuidado del medio ambiente, por lo que anualmente medimos nuestra huella de carbono, la cual considera nuestras emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) en sus distintos Alcances, registradas en unidades de dióxido de carbono equivalente (CO<sub>2</sub>e). Para su medición, se analizan las emisiones tanto directas (Alcance 1) como indirectas (Alcance 2) generadas por la operación, como también otras emisiones indirectas

(Alcance 3) propias de la cadena de abastecimiento y los procesos de venta.

Para efectos de este Reporte de Sostenibilidad, la información referente a las mediciones de GEI durante 2016, en sus Alcances 1 y 2, presentan una cobertura del 92% y 97%, respectivamente. Por su parte, las emisiones indirectas en su Alcance 3 no son consideradas para efectos de informe, ya que se escapan momentáneamente del control efectivo de nuestra empresa, sin embargo, esperamos comenzar su medición durante 2017.

*Los indicadores Ambientales aquí expuestos entregan información referente a todas las tiendas de Easy, excluyendo al CD y Administración Central*

### DMA: Emisiones y residuos de la operación

• **¿POR QUÉ ES RELEVANTE?:** El seguimiento y gestión de las emisiones y residuos de nuestra operación son fundamentales para poder medir el impacto que generamos en nuestro entorno y a partir de esto, proyectar nuestra empresa de manera sostenible y responsable en el corto, mediano y largo plazo.

• **¿QUÉ GRUPOS LO MENCIONAN?:** Colaboradores

• **¿CÓMO SE GESTIONA?:** Realizamos un completo seguimiento desde la Gerencia Corporativa de Mantenimiento, lo que nos permite generar iniciativas enfocadas en la reducción de todas nuestras emisiones y residuos, impulsando una operación más limpia y respetuosa con el medio ambiente.

[G4-EN15] - [G4-EN16] - [G4-EN20] - [G4-EN23]



Para efectos de este Reporte de Sostenibilidad, la información referente a las mediciones de GEI realizadas durante 2016, en sus Alcances 1 y 2, presentan una cobertura del 92% y un 97%, respectivamente.

Por su parte, las emisiones indirectas en su Alcance 3, no fueron consideradas en este informe, ya que se escapan por el momento del control efectivo de nuestra empresa, sin embargo, se espera comenzar su medición durante 2017.

| Emisiones de gases de efecto invernadero (tCO2e)    | Unidad  | 2014   | 2015   | 2016   | Variación respecto a 2015 |
|---|---------|--------|--------|--------|---------------------------|
| Emisiones directas (Alcance 1)                      | tCO2e   | 1.654  | 1.926  | 1.147  | -44,45%                   |
| Compras de combustibles                             | tCO2e   | 1.169  | 1.555  | 509    | -67,28%                   |
| Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono | kg R11e | 10     | 7      | 8,2    | 17,14%                    |
| Fugas de gases refrigerantes                        | tCO2e   | 485    | 371    | 638    | 72,02%                    |
| Emisiones indirectas (Alcance 2)                    | tCO2e   | 17.209 | 17.039 | 18.285 | 7,30%                     |

*En Easy estamos comprometidos con el cuidado del medio ambiente, por lo que anualmente medimos nuestra huella de carbono, la cual considera nuestras emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI).*

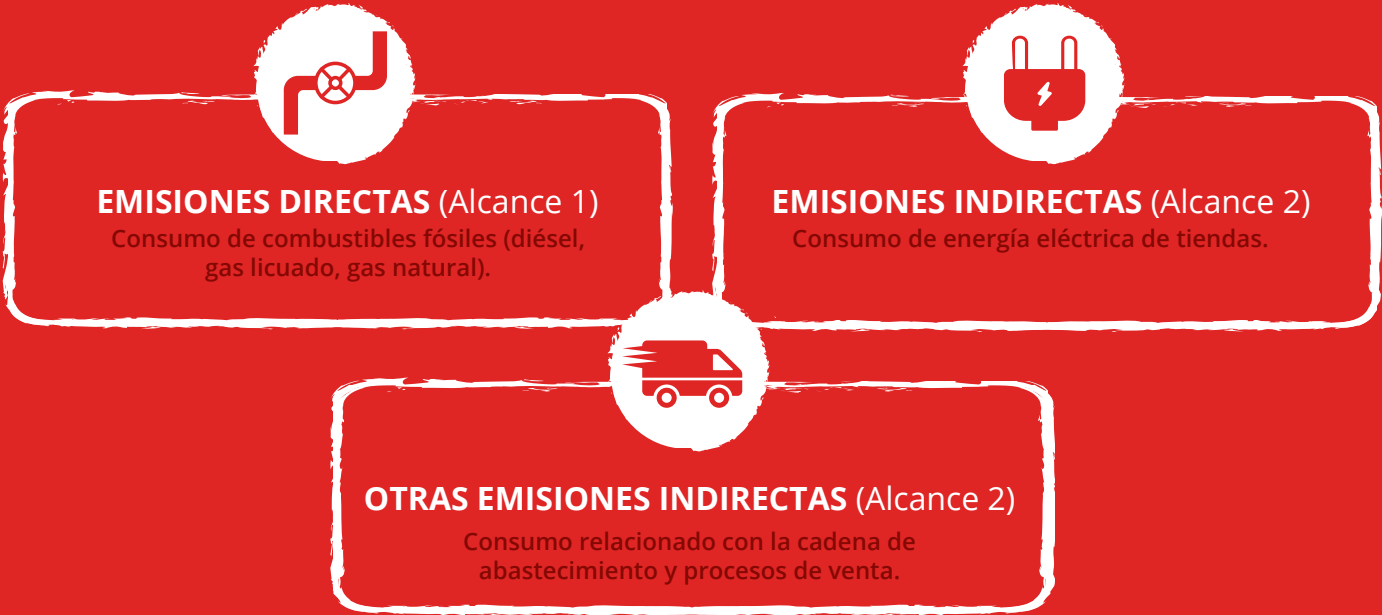
En Easy nos hemos propuesto reducir las emisiones directas de gases de efecto invernadero de nuestra operación. Para el caso específico de los gases refrigerantes, la meta establecida considera una reducción del 30% de las cargas utilizadas al año 2020, tomando como referencia el año 2014.

Durante 2016, nuestros esfuerzos se enfocaron en detectar e identificar los equipos de climatización que se en-

cuentran en nuestros locales y que presentan pérdidas o fugas por desgaste de material u otras razones. Esto debido a un aumento en las emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (medidas en kg R11-equivalente). De esta manera pudimos reemplazarlos o repararlos de manera inmediata y evitar las emisiones de refrigerantes R22 y R141, buscando disminuir la emisión por fugas.



## EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (GEI)



Gestión de residuos

En Easy velamos por la reducción progresiva de los residuos que se producen en nuestras tiendas, los cuales son gestionados a través de distintos métodos de eliminación. Lo anterior se condice con nuestro compromiso de aumentar en un 30% el reciclaje de los materiales utilizados en nuestras operaciones al año 2020, teniendo el 2014 como año base.

Durante 2016, más de 1.000 toneladas de cartón fueron recicladas, con el fin de darle otro uso a este material. El retiro de cartón y su posterior reciclaje, fue gestionado por parte de nuestros proveedores. Asimismo, casi 10.000 toneladas de residuos asimilables a domiciliarios, aquellos en los que se hace difícil realizar una separación y clasificación, fueron dispuestos en vertederos para su eliminación. El total de residuos eliminados durante 2016 fue bastante superior a la cantidad registrada en años anteriores, sin embargo, esto se debe principalmente a un mayor manejo de información por parte de los distintos proveedores que retiran nuestros residuos y se encargan de su reciclaje o disposición final.

Eco Bolsas

Durante los meses de febrero y septiembre de 2016, todos los clientes que compraron con su tarjeta Cencosud en nuestras tiendas de Antofagasta, La Serena, Viña del Mar, Valparaíso, Temuco y Bío Bío, tuvieron la posibilidad de obtener de forma gratuita una bolsa ecológica reutilizable con el slogan “Reutilizar es Easy”. En esta oportunidad, la tiendas que lideraron la entrega de bolsas, fueron aquellas ubicadas en Temuco y Bío Bío, en dónde por normativas municipales se restringió el uso de bolsas plásticas en el comercio. Lo anterior, con el fin de educar a la población sobre el cuidado del medio ambiente y el resguardo de éste, aspecto que se vio reforzado por nuestra empresa, logrando repartir más de 4.000 bolsas entre nuestros clientes y duplicando la cifra de bolsas entregadas durante la campaña realizada en 2015.

En Easy velamos por la reducción progresiva de los residuos que se producen en nuestras tiendas, los cuales son gestionados a través de distintos métodos de eliminación.

| Métodos de eliminación de residuos (ton) |                                      |       |       |       |
|--|--------------------------------------|-------|-------|-------|
| Disposición final                        | Tipo de residuo                      | 2014  | 2015  | 2016  |
| Reciclaje en tiendas                     | Cartón                               | 1.070 | 961   | 1.205 |
| Vertedero                                | Residuos asimilables a domiciliarios | 4.850 | 5.112 | 9.748 |

RECAMBIA

Como les mencionamos en nuestro Capítulo de Clientes, en Easy estamos comprometidos con el medio ambiente y el trabajo en conjunto con nuestros clientes. Es por esto, que durante 2016 desarrollamos la segunda versión de la campaña Recambia, la cual permitió el reciclaje de productos en desuso y de alto impacto ambiental. Esta versión consistió en un intercambio de pilas y baterías, permitiendo recolectar más de 20.000 kilos de productos.



6.2 AHORRO DE ENERGÍA Y CONSUMO DE AGUA

Consumo energético

Con el objetivo de seguir reduciendo nuestro consumo energético, en Easy nos hemos propuesto la meta de disminuir en un 20% el consumo eléctrico de nuestras instalaciones al año 2020, tomando como referencia el año 2014, y contar con un 15% de nuestros suministros eléctricos a partir de Energías Renovables No Convencionales (ERNC) al año 2025.

A partir de lo anterior, elaboramos una medición del consumo en todas nuestras tiendas, logrando disminuir en un 11,80% el consumo energético interno total durante 2016. Por su parte, el consumo de diésel disminuyó en un 36,62% respecto al período anterior y el uso de gas licuado, significativamente en un 65,87%. Asimismo, la energía adquirida para el consumo de electricidad, calefacción y refrigeración disminuyó en un 6,60%, respecto a 2015.

DMA: Ahorro de energía y consumo de agua

- ¿POR QUÉ ES RELEVANTE?: En Easy promovemos el uso responsable de la energía y consumo responsable del agua, con el fin de reducir el impacto que se genera a partir de nuestras operaciones y promover una cultura medioambiental consciente.
- ¿CÓMO SE GESTIONA?: Mediciones de consumo, planes de reducción y protocolos de iluminación y clima
- ¿QUÉ GRUPOS LO MENCIONAN?: Colaboradores

[G4-EN3] - [G4-EN5] - [G4-EN6] - [G4-EN8]





A partir de lo anterior, elaboramos una medición del consumo en todas nuestras tiendas, logrando disminuir en un 5,93% el consumo energético interno total durante 2016. El consumo de diésel se vio disminuido en un 36,62% respecto al período anterior y el uso de gas licuado, significativamente en un 79,35%. Por su parte, la energía adquirida para el consumo de electricidad, calefacción y refrigeración disminuyó en un 3,47%, respecto a 2015.

Con el fin de calcular la eficiencia en el consumo de energía en base a la

| Consumo energético interno (MWh)  |                 |        |        |        |                           |
|---|-----------------|--------|--------|--------|---------------------------|
| Disposición final   | Tipo de residuo | 2014   | 2015   | 2016   | Variación respecto a 2015 |
| Consumo de combustibles no renovables   | Diésel          | 1.070  | 961    | 1.205  | -36,62%                   |
| Consumo de combustibles no renovables   | Gas licuado     | 5.505  | 7.494  | 2.558  | -65,87%                   |
| Consumo de combustibles renovables  | -               | -      | -      | 1.842  | -                         |
| Consumo de energía eléctrica (electricidad, calefacción, refrigeración y vapor que se adquiere para su consumo) | -               | 47.804 | 49.246 | 45.994 | -6,60%                    |
| Total consumo energético interno  | -               | 53.793 | 57.218 | 50.439 | -11,80%                   |

superficie de nuestras salas de venta, en Easy medimos nuestra intensidad energética en más de un 80% de nuestras tiendas desde el año 2013, la cual resulta de la medición del uso de kWh por metro cuadrado.

A partir de lo anterior, durante 2016 logramos desconectar 100 kW de potencia aproximadamente, lo que se debe en mayor medida a una importante disminución en el consumo de gas licuado en relación al período anterior. Con el objetivo de guiar el uso eficiente de la energía y reducir su consumo en todas las tiendas Easy, desde 2015 implementamos un “Protocolo de iluminación y clima”, orientado directamente al correcto uso de la iluminación y los sistemas de climatización. A partir de esto, hemos logrado disminuir nuestro gasto en electricidad, aprovechando al máximo la luz natural y reduciendo el consumo nocturno, lo que ha permitido prolongar la vida útil de nuestra luminaria y dispositivos de climatización.

Complementariamente, el cambio de casi 3.000 luminarias convencionales por luminarias LED en distintas secciones, aplicaciones puntuales y algunas oficinas a lo largo de nuestras 35 tiendas, ha permitido avances significativos en la reducción de nuestro consumo energético. Lo anterior, se ha visto reflejado en la reducción del consumo energético en 6.779 MWh, respecto del año 2015, Esto se condice también directamente con nuestra meta de implementar en el 100% de nuestras remodelaciones y nuevas tiendas luminaria LED, privilegiando las tecnologías amigables con el medio ambiente.

| Intensidad energética (kWh/m2)                            |      |      |      |                           |
|---|------|------|------|---------------------------|
|   | 2014 | 2015 | 2016 | Variación respecto a 2015 |
| Combustible Total / Total superficie de ventas            | 19   | 25   | 8    | -32,00%                   |
| Electricidad Total / Total superficie de ventas           | 155  | 151  | 147  | -2,90%                    |
| (Combustible + Electricidad) / Total superficie de ventas | 175  | 176  | 155  | -11,80%                   |

Uso del agua

En Easy estamos preocupados por optimizar nuestro consumo de agua, por lo que hemos guiado nuestro actuar en base a un uso consiente y eficiente del recurso hídrico, por lo que a partir del año 2017, nos hemos comprometido a implementar en el 100% de nuestras remodelaciones y nuevas tiendas, tecnologías que promuevan la disminución del consumo de agua potable.

El suministro de agua que abastece nuestras operaciones proviene directamente desde la red pública de agua potable. Durante 2016, la captación total de agua registrada fue de aproximadamente 240 mil litros cúbicos. Esta cifra fue bastante superior a la registrada en años anteriores, sin embargo, esto se atribuye principalmente al levantamiento progresivo de datos que se ha realizado en cada una de nuestras tiendas.

TALLERES ECO EASY:

Con gran interés por parte de nuestros clientes fueron recibidos los 4 talleres “Eco Easy”, realizados en distintos locales durante 2016. Estas charlas estuvieron enfocadas en orientar a los clientes hacia el uso y consumo de productos más amigables con el medio ambiente, elaboración de huertos, como también en el uso eficiente del agua. Durante el transcurso de los talleres, los participantes recibieron Catálogos Easy junto a una bolsa ecológica de regalo. Lo anterior, con el fin de desincentivar el uso de las bolsas plásticas entre nuestros clientes.

*Durante 2016 no registramos multas significativas ni sanciones por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental.*





Vivamos mejor



## 6.2 APORTES A NUESTRA COMUNIDAD

### Relaciones y diálogo con la comunidad

La relación que establecemos con la comunidad es un eje fundamental en el desarrollo de nuestras actividades. Es por esto que año a año nos hemos preocupado por generar vínculos con las personas que nos rodean y que forman parte de las comunidades aledañas a nuestras operaciones.

Con el fin de consolidar nuestro actuar, desde 2014 generamos una alianza estratégica con la fundación Desafío Levantemos Chile (DLCh), con

el propósito de ser un apoyo importante en las iniciativas que ésta desarrolla, pero sobre todo, ser un aporte para la sociedad.

A lo largo de estos 3 años de trabajo conjunto, hemos logrado beneficiar a más de 150.000 personas en distintos ámbitos, tales como emprendimiento, capacitación, acceso a la salud, mejoramiento de establecimientos educacionales, proyectos culturales y deportivos, los cuales han permitido estrechar las relaciones con cada una de las comunidades en las que hemos estado presentes.

### DMA: Relaciones y diálogo con la comunidad

• **¿POR QUÉ ES RELEVANTE?:** En Easy nos hemos propuesto ser una empresa referente y cercana con las comunidades que se encuentran aledañas a nuestras tiendas y operaciones. Nos enfocamos en generar diversas instancias que nos permiten relacionarnos directamente con ellas, colaborando en la resolución de problemas, emergencias y potenciando el mejoramiento de sus hogares. De igual forma, nuestros colaboradores instalan sus esfuerzos en incentivar la donación y la organización de voluntariados.

• **¿QUÉ GRUPOS LO MENCIONAN?:** Comunidad, clientes y colaboradores

• **¿CÓMO SE GESTIONA?:** A través de una serie de iniciativas, programas y campañas generadas a partir de la alianza estratégica que hemos establecido con la fundación Desafío Levantemos Chile (DLCh), como también por medio de Easy Repair.

G4-SO1, EASY 9, EASY 12

En estos 3 años de trabajo conjunto hemos logrado beneficiar a más de 150.000 personas en distintos ámbitos, tales como emprendimiento, capacitación, acceso a la salud, mejoramiento de establecimientos educacionales, proyectos culturales y deportivos.





**En alianza mejoramos la vida de las personas**

Durante 2016, alrededor de 45.000 personas se vieron beneficiadas gracias a la implementación de programas y campañas implementadas a lo largo de Chile. Como parte de estas iniciativas, en Easy implementamos el programa “Vivamos Hogar”, voluntariado corporativo con foco en el relacionamiento de las comunidades en las que estamos presentes.

Gracias a la participación de nuestros colaboradores, en conjunto con voluntarios de la fundación, durante 2016 logramos mejorar aproximadamente 300 metros cuadrados de áreas verdes en el Jardín Infantil Carritos de Ilusión, establecimiento ubicado en un sector vulnerable de la comuna de Puente Alto. Los resultados de esta experiencia fue comunicada en la Gran Guía Jardín Easy, con el fin de dar a conocer la importancia de esta iniciativa, en conjunto con el impacto generado.

Asimismo, realizamos 4 versiones del voluntariado “Noche Digna”, por medio del cual los colaboradores, una vez terminadas sus jornadas de trabajo, fueron a hacer entrega de alimentos preparados y compartieron junto a personas que se encuentran en situación de calle. Durante 2016, contamos con la participación de 50 colaboradores de distintos locales Easy en estas jornadas solidarias.

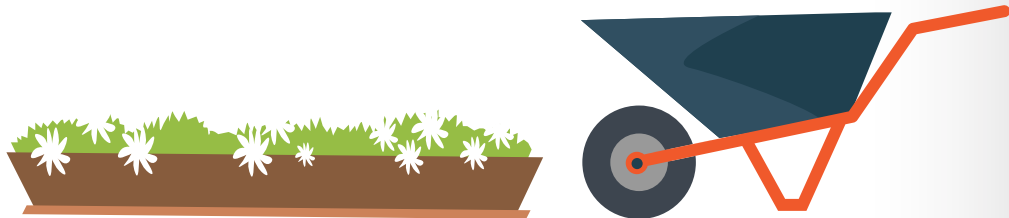
Como parte de las celebraciones de fin de año, durante el mes de diciembre, compartimos el espíritu navideño con cerca de 70 niños del Hogar Galvarino del Sename, a través de una campaña de Navidad Solidaria. Los



*Durante 2016, beneficiamos a alrededor de 45.000 personas.*

sorprendimos con simpáticas actividades y un hermoso árbol de pascua, el cual decoramos en conjunto con cariño y dedicación. A través de esta gratificante experiencia, y con la par-

ticipación de nuestros colaboradores, logramos generar una instancia de recreación y esparcimiento para estos niños, reforzando una vez más nuestro compromiso con la comunidad.



**Ferias de emprendimiento**

Durante 2016 desarrollamos una serie de ferias de emprendimiento en nuestras tiendas Easy, ubicadas en Viña del Mar (9), Quilín (3), Florida Center (2) y Linares (1), con el fin de potenciar el trabajo realizado por emprendedores de diferentes rubros a lo largo de Chile y ofrecer una nueva oferta de productos a nuestros clientes. Por medio de estas instancias, más de 100 emprendedores lograron dar a conocer sus productos, generando un ingreso económico extra y alcanzando un importante número de clientes.

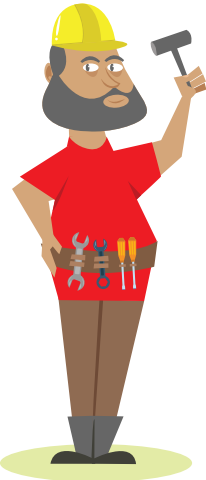
La promoción de cada una de estas ferias a través de las redes sociales de Easy y DLCh, fue clave para la difusión de estas actividades, logrando convocar a un importante número de visitas.

**Easy Repair**

Porque en Easy sabemos que reparar un objeto antiguo es dar una segunda vida a los recuerdos, el día 30 de enero de 2016, invitamos a la comunidad a

ser parte de nuestro evento “Easy Repair”, orientado a darle una nueva vida a aquellos artículos en desuso que tienen un valor sentimental para sus dueños, incentivando su reutilización y reciclaje. El taller “Santiago Maker”, ubicado en barrio Italia, fue el elegido para este primer encuentro de reparaciones, recibiendo a casi un centenar de personas que pudieron arreglar sus muebles, artículos eléctricos y bicicletas de forma gratuita. Lo anterior, en compañía de expertos en reparación, quienes compartieron sus conocimientos y permitieron que las personas pudieran presenciar y aprender directamente del proceso y las herramientas involucradas en cada reparación.

De manera de hacer parte a la comunidad de esta primera instancia de Easy Repair, la información fue difundida por medio de distintos medios de comunicación, tales como mailing a clientes de la comuna de Providencia, entrega de volantes e instalación de afiches en distintos sectores de la misma comuna y difusión por redes sociales.





07.

ANEXO

TRAZABILIDAD

| Total colaboradores                                    |       |       |
|--|-------|-------|
|  | 2015  | 2016  |
| Tiendas  | 5.361 | 5.298 |
| Administración Central                                 | 216   | 214   |
| Centro de Distribución (Almacenamiento y distribución) | 416   | 354   |
| Total  | 5.993 | 5.866 |

| Total colaboradores por sexo |         |         |       |         |         |       |
|------------------------------|---------|---------|-------|---------|---------|-------|
|                              | 2015    |         |       | 2016    |         |       |
|                              | Mujeres | Hombres | Total | Mujeres | Hombres | Total |
| Nº de colaboradores          | 2.547   | 3.446   | 5.993 | 2.484   | 3.382   | 5.866 |
| Porcentaje del total         | 42%     | 58%     | 100%  | 42,3%   | 57,7%   | 100%  |

| Colaboradores según tipo de contrato |                     |         |       |                       |         |       |                     |         |       |                       |         |       |
|--------------------------------------|---------------------|---------|-------|-----------------------|---------|-------|---------------------|---------|-------|-----------------------|---------|-------|
|                                      | 2015                |         |       |                       |         |       | 2016                |         |       |                       |         |       |
|                                      | Contrato indefinido |         |       | Contrato a plazo fijo |         |       | Contrato indefinido |         |       | Contrato a plazo fijo |         |       |
|                                      | Mujeres             | Hombres | Total | Mujeres               | Hombres | Total | Mujeres             | Hombres | Total | Mujeres               | Hombres | Total |
| Tiendas                              | 2.141               | 2.774   | 4.915 | 189                   | 257     | 446   | 2.154               | 2.850   | 5.004 | 128                   | 166     | 294   |
| Centro de Distribución               | 113                 | 284     | 397   | 1                     | 18      | 19    | 97                  | 243     | 340   | 1                     | 13      | 14    |
| Administración Central               | 102                 | 111     | 213   | 1                     | 2       | 3     | 102                 | 109     | 211   | 2                     | 1       | 3     |
| Total                                | 2.356               | 3.169   | 5.525 | 191                   | 277     | 468   | 2.353               | 3.202   | 5.555 | 131                   | 180     | 311   |

| Colaboradores con jornada completa |                     |         |       |                       |         |       |                     |         |       |                       |         |       |
|------------------------------------|---------------------|---------|-------|-----------------------|---------|-------|---------------------|---------|-------|-----------------------|---------|-------|
|                                    | 2015                |         |       |                       |         |       | 2016                |         |       |                       |         |       |
|                                    | Contrato indefinido |         |       | Contrato a plazo fijo |         |       | Contrato indefinido |         |       | Contrato a plazo fijo |         |       |
|                                    | Mujeres             | Hombres | Total | Mujeres               | Hombres | Total | Mujeres             | Hombres | Total | Mujeres               | Hombres | Total |
| Tiendas                            | 2.141               | 2.774   | 4.195 | 189                   | 257     | 446   | 2.154               | 2.850   | 5.400 | 128                   | 166     | 294   |
| Centro de Distribución             | 113                 | 248     | 361   | 1                     | 18      | 19    | 97                  | 243     | 340   | 1                     | 13      | 14    |
| Administración Central             | 102                 | 111     | 213   | 1                     | 2       | 3     | 102                 | 109     | 211   | 2                     | 1       | 3     |
| Total                              | 2.356               | 3.169   | 5.525 | 191                   | 277     | 468   | 2.353               | 3.202   | 5.555 | 131                   | 180     | 311   |

| Distribución colaboradores por región |   |       |       |
|---------------------------------------|---|-------|-------|
| Región                                | Tiendas incluidas   | 2015  | 2016  |
| Antofagasta                           | Calama, Antofagasta   | 307   | 271   |
| Atacama                               | Copiapó   | 162   | 161   |
| Coquimbo                              | La Serena   | 172   | 181   |
| Valparaíso                            | Valparaíso, Viña del Mar, El Belloto, Quillota, Los Andes   | 764   | 769   |
| O'Higgins                             | Rancagua  | 216   | 221   |
| Maule                                 | Cuircó, Talca, Linares  | 427   | 408   |
| Bío-Bío                               | Chillán, Los Ángeles, Chiguayante, Bío-Bío, Coronel   | 695   | 677   |
| Araucanía                             | Temuco  | 200   | 203   |
| Los Lagos                             | Osorno, Puerto Montt  | 299   | 300   |
| Región Metropolitana                  | Puente Alto, Cerrillos, El Llano, Ochagavía, Quilicura, Maipú, Quilín, Alto las Condes, La Florida, Costanera Center, La Dehesa, La Reina, San Bernardo, Chicureo | 2.119 | 2.107 |

| Representación sindical |                                       |                   |                  |                                       |                   |                  |
|-------------------------|---------------------------------------|-------------------|------------------|---------------------------------------|-------------------|------------------|
| Tipo de contrato        | 2015                                  |                   |                  | 2016                                  |                   |                  |
|                         | Total de colaboradores sindicalizados | % sindicalización | Nº de sindicatos | Total de colaboradores sindicalizados | % sindicalización | Nº de sindicatos |
| Indefinido              | 4.032                                 | 73%               | 15               | 4.601                                 | 82,82%            | 15               |
| Plazo fijo              | 26                                    | 6%                | 5                | 23                                    | 7,4%              | 6                |
| Total                   | 4.058                                 | 68%               | 15               | 4.624                                 | 78,8%             | 15               |



# 08.

## INDICADORES GRI

| Indicador GRI                | Nombre Indicador   | Capítulo                      | Página                 |
|------------------------------|--|-------------------------------|------------------------|
| Contenidos básicos generales |  |                               |                        |
| G4-1                         | Declaración del responsable principal de las decisiones de la organización   | Bienvenidos a nuestro Reporte | 4                      |
| G4-2                         | Descripción de los principales efectos, riesgos y oportunidades de la organización   | 2                             | 20                     |
| G4-3                         | Nombre de la organización  | 2                             | 25                     |
| G4-4                         | Marcas, productos y servicios más importantes de la organización   | 2                             | 25-28                  |
| G4-5                         | Lugar donde se encuentra la sede de la organización  | 2                             | 25                     |
| G4-6                         | Describa en cuantos países opera la organización   | 2                             | 25                     |
| G4-7                         | Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica  |                               | 20                     |
| G4-8                         | Mercados servidos con desglose geográfico  | 2                             | 25                     |
| G4-9                         | Escala de la organización  | 2                             | 25                     |
| G4-10                        | Número de empleados por contrato laboral y sexo, cargo, entre otros  | 5                             | 52                     |
| G4-11                        | Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos   | 5                             | 56-57                  |
| G4-12                        | Descripción de la cadena de suministro de la organización  | 4                             | 45                     |
| G4-13                        | Cambios significativos en la empresa   | 2                             | 25                     |
| G4-14                        | Indique cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución  | Nota 1                        | Tabla GRI Pacto Global |
| G4-15                        | Principios y otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado | 2                             | 29                     |

| Indicador GRI | Nombre Indicador  | Capítulo                  | Página |
|---------------|---|---------------------------|--------|
| G4-16         | Asociaciones y organizaciones de promoción nacional o internacional   | 2                         | 29     |
| G4-17         | Listado de entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes | 2                         | 19     |
| G4-18         | Contenido del reporte y cobertura de cada aspecto   | 1                         | 14     |
| G4-19         | Lista de los aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido del reporte            | 1                         | 15     |
| G4-20         | Cobertura dentro de la organización de cada aspecto material  | 1                         | 14     |
| G4-21         | Cobertura fuera de la organización de cada aspecto material   | 1                         | 14     |
| G4-22         | Consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas                       | 1                         | 13     |
| G4-23         | Cambio significativo en el alcance y cobertura de cada aspecto con respecto a reportes anteriores                           | 1                         | 13     |
| G4-24         | Lista de los grupos de interés vinculados a la organización   | 1                         | 11-12  |
| G4-25         | Base de la elección de los grupos de interés con los que se trabaja en la organización                                      | 1                         | 11     |
| G4-26         | Enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés  | 1                         | 11     |
| G4-27         | Cuestiones y problemas claves que han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés                           | 1                         | 11     |
| G4-28         | Período objeto del reporte  | Hitos del Año / 1         | 11     |
| G4-29         | Fecha del último reporte  |                           | 6      |
| G4-30         | Ciclo de presentación del reporte   | Hitos del Año Metodología | 6      |
| G4-31         | Punto de contacto para solventar dudas  | Hitos del Año / 1         | 6      |
| G4-32         | Índice GRI  | Lista de indicadores      | 86     |
| G4-33         | Verificación externa  | Metodología               | 11     |
| G4-34         | Estructura de gobierno de la organización   | 2                         | 21-23  |
| G4-56         | Valores, principios, estándares y normas de la organización   | Nuestro Hogar             | 23-24  |



| Indicador GRI                  | Nombre Indicador   | Capítulo | Página                 |
|--------------------------------|--|----------|------------------------|
| Contenidos básicos específicos |  |          |                        |
| G4-EC1                         | Valor económico directo generado y distribuido   | 2        | 28                     |
| G4-EC7                         | Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructura y los tipos de servicio  | 2        | 25                     |
| G4-EC8                         | Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos  | 2        | 25                     |
| G4-EN3                         | Consumo energético interno   | 6        | 77                     |
| G4-EN4                         | Consumo energético externo   | Nota 9   | Tabla GRI Pacto Global |
| G4-EN5                         | Intensidad energética  | 6        | 77-78                  |
| G4-EN6                         | Reducción del consumo energético   | 6        | 77-78                  |
| G4-EN8                         | Captación total del agua según la fuente   | 6        | 79                     |
| G4-EN15                        | Emisiones directas de Gases de Efecto Invernadero  | 6        | 73-75                  |
| G4-EN16                        | Emisiones indirectas de Gases de Efecto Invernadero  | 6        | 75                     |
| G4-EN20                        | Emisiones de sustancias que agotan el ozono  | 6        | 75                     |
| G4-EN23                        | Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento   | 6        | 76                     |
| G4-EN28                        | Porcentaje de los productos vendidos y sus materiales de embalaje que se regeneran al final de su vida útil, por categorías de productos | Nota 10  | Tabla GRI Pacto Global |
| G4-LA4                         | Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de estos en los convenios colectivos                                | Nota 2   | Tabla GRI Pacto Global |
| G4-LA5                         | Porcentaje de colaboradores representado en comités formales de seguridad y salud  | 5        | 63                     |
| G4-LA6                         | Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales                             | 5        | 64 - 65                |
| G4-LA8                         | Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales  | 5        | 62                     |
| G4-LA9                         | Promedio de horas de capacitación  | 5        | 66                     |
| G4-LA10                        | Programa de gestión de habilidades y de formación  | 5        | 66-69                  |

| Indicador GRI | Nombre Indicador   | Capítulo | Página                 |
|---------------|--|----------|------------------------|
| G4-LA12       | Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional, sexo, edad, pertenencia a minoría y otros indicadores de diversidad | Nota 3   | 21                     |
| G4-PR5        | Resultados de las encuesta para medir la satisfacción de los clientes  | 3        | 39                     |
| G4-PR6        | Venta de productos prohibidos o en litigio   | Nota 7   | Tabla GRI Pacto Global |
| G4-PR7        | Número de casos de incumplimiento de la normativa en relación en comunicaciones en el mercado.   | 4        | 33                     |
| G4-SO1        | Porcentaje de centros donde se han implementado programas de desarrollo  | 6        | 80                     |
| G4-SO4        | Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción  | 2        | 23-24                  |
| G4-SO6        | Valor de las contribuciones políticas, por país y destinatario   | Nota 5   | Tabla GRI Pacto Global |
| G4-SO8        | Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa                             | Nota 5   | Tabla GRI Pacto Global |
| G4-HR3        | Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas  | Nota 4   | Tabla GRI Pacto Global |
| G4-HR10       | Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a derechos humanos  | 4        | 46-47                  |

|                    |                                     |   |       |
|--------------------|-------------------------------------|---|-------|
| Contenidos Propios |                                     |   |       |
| Easy 7             | Cantidad de reclamos por tipo       | 3 | 33    |
| Easy 9             | Programa de apoyo al emprendimiento | 6 | 83    |
| Easy 11            | Beneficios colaboradores            | 5 | 59    |
| Easy 12            | Relación con la comunidad           | 6 | 80-82 |





| Indicador GRI                           | Nombre Indicador   | Capítulo | Página                 |
|---|--|----------|------------------------|
| Lista de Indicadores de Acción          |  |          |                        |
| GC1                                     | Proceso de materialidad presentado al Directorio y/o representante legal de la empresa   | 2        | 15                     |
| GC2                                     | Política de participación en otros directorios   | Nota 8   | Tabla GRI Pacto Global |
| GC3                                     | Frecuencia temporal de participación en los directorios  | 2        | 21                     |
| DSCL.14                                 | Estudio de clima laboral en la organización  | 5        | 61                     |
| DSCL.15                                 | Principales medidas implementadas para la gestión del clima laboral  | 5        | 61                     |
| DSCL.16                                 | Porcentaje total de personas que fueron promovidas a un cargo superior, como proporción del total de colaboradores                       | 5        | 69                     |
| DSCC.18                                 | N° de iniciativas diseñadas con clientes/consumidores que están implementadas o en proceso de desarrollo                                 | 3        | 40-41                  |
| DSCC.20                                 | Captación total del agua según la fuente   | 3        | 40-41                  |
| Principios Pacto Global Naciones Unidas |  |          |                        |
| PG1                                     | Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia | 2        | 24                     |
| PG3                                     | Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva                | 2        | 56-57                  |
| PG6                                     | Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación                                       | 5        | 52                     |
| PG7                                     | Las empresas deben apoyar un enfoque de precaución respecto a los desafíos del medio ambiente  | Nota 11  | Tabla GRI Pacto Global |
| PG8                                     | Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.   | 6        | 73                     |
| PG10                                    | Las empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.                         | 2        | 24                     |

## Notas GRI – Pacto Global

- Nota 1: G4-14**  
 Dentro de la operación de Easy, no se ha estudiado todavía el impacto ambiental en relación al principio de precaución al que se hace alusión en este indicador.
- Nota 2: G4-LA4**  
 Actualmente no contamos con protocolos acerca del número de semanas específicas de pre aviso a los sindicatos por cambios organizacionales que los pudieran afectar, no obstante nuestros canales de comunicación internos, como los boletines mensuales, las revistas “Nuestro Mundo” y la radio interna son mecanismos efectivos de comunicación y aviso ante cambios que comprometan a los colaboradores de Easy.
- Nota 3: G4-LA12**  
 Ningún miembro del Directorio pertenece a algún grupo minoritario.
- Nota 4: G4-HR3**  
 Durante el 2016 no se registraron casos judiciales (en curso o finalizados) sobre situaciones de discriminación.
- Nota 5: G4-SO6**  
 Durante 2016 no se realizaron contribuciones políticas económicas ni en especies, tanto directa como indirectamente.
- Nota 6: G4-SO8**  
 En lo que respecta a nuestras responsabilidades legales, durante el 2015 no fueron cursadas multas monetarias o sanciones no monetarias significativas en temas sociales o comunitarios.
- Nota 7: G4-PR6**  
 Durante el año 2016 entre los productos que vende Easy no se registraron productos cuestionados, prohibidos o en litigio pos sus componentes o funcionamiento.
- Nota 8: GC2**  
 El directorio de Cencosud aprobó una política (PO015), la cual señala que se espera que cada Director destine exclusivamente al desempeño de su cargo, todo el tiempo que le sea necesario para el adecuado y diligente cumplimiento de sus deberes como Director.
- Nota 9: G4-EN4**  
 El consumo energético externo forma parte de la medición de la huella de carbono en su Alcance 3, el cual se escapa del control efectivo de nuestra empresa.
- Nota 10: G4-EN28**  
 El porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje recuperados al final de su vida útil, es información que no se ha cuantificado hasta la fecha.
- Nota 11: PG7**  
 Dentro de la operación de Easy, aún no se estudia el impacto ambiental en relación al principio de precaución de la compañía.



*Vivamos mejor*



*Vivamos mejor*

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