



REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

2015





QUEREMOS SER...







Para nuestros clientes

QUEREMOS SER UN
PROVEEDOR QUE LOS
CONOCE Y QUE LES
OFRECE SOLUCIONES DE
ALTO VALOR, EN QUIEN
PUEDEN CONFIAR Y
APOYARSE PARA AVANZAR
Y LOGRAR SUS METAS.





Para el país

QUEREMOS SER UN FACTOR DE UNIÓN Y CONEXIÓN A LO LARGO DEL TERRITORIO Y CON EL MUNDO; UN ACTOR PRINCIPAL PARA IMPULSAR EL EMPRENDIMIENTO Y, MUY ESPECIALMENTE, GRANDES FACILITADORES DEL CRECIMIENTO Y DESARROLLO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.



chilexpress

chilexpress

HV-BS-93



Para el medioambiente

QUEREMOS SER UNA ORGANIZACIÓN RESPONSABLE, QUE NO DESCANSA EN LA BÚSQUEDA DE OPORTUNIDADES DE DISMINUIR LOS IMPACTOS QUE PRODUCE Y QUE COMPARTE SUS ESTRATEGIAS Y AVANCES PARA INSPIRAR A OTROS ACTORES DE LA INDUSTRIA.



chilexpress

HV BS-93



Para las comunidades donde operamos

QUEREMOS SER UN BUEN
VECINO, QUE AYUDA A LA
INTEGRACIÓN, EL PROGRESO
Y DESARROLLO LOCAL.



chilexpress

Wiley



Para nuestros trabajadores

QUEREMOS SER UN BUEN LUGAR PARA TRABAJAR, DONDE SE PROMUEVE EL DESARROLLO Y CALIDAD DE VIDA DE LAS PERSONAS, CON BENEFICIOS Y COMPENSACIONES JUSTAS Y COMPETITIVAS.





Para nuestros accionistas

QUEREMOS SER UNA EMPRESA SÓLIDA, QUE LIDERA SU MERCADO Y QUE SE PROYECTA AL FUTURO CON UN MODELO DE NEGOCIOS ORIENTADO AL CRECIMIENTO, RENTABILIDAD Y SOSTENIBILIDAD DE LARGO PLAZO.

Contenido

En este informe presentamos los aspectos que son claves para nuestra sostenibilidad, cómo los estamos gestionando y los resultados de 2014 y 2015.



16	Carta del Presidente	36	Calidad de servicio
18	Nuestra empresa	50	Operación sostenible
24	Gobierno corporativo	66	Prácticas laborales
28	Visión estratégica	80	Contribución al desarrollo
30	Avances destacados		
32	Reconocimientos	92	Acerca de este reporte



— Carta del Presidente



La demanda que enfrenta la industria del Courier y transporte expreso ha estado históricamente muy ligada a la trayectoria de la actividad económica del país en su conjunto. Los dos años que han transcurrido desde nuestro primer Reporte de Sostenibilidad han sido particularmente desafiantes ya que nos han situado en un contexto económico de bajo crecimiento acompañado, sin embargo, de una sostenida presión sobre los costos. En este contexto hemos redoblado nuestro foco en desarrollar nuevas fuentes de crecimiento y concentrado esfuerzos en mejorar la eficiencia y productividad de nuestra operación.

Es así como el año 2015 hemos podido continuar expandiendo nuestros negocios a tasas de doble dígito, al tiempo que hemos mantenido nuestros márgenes históricos como consecuencia de una operación con mayores niveles de productividad y a la vez con especial atención de continuar respondiendo al valioso aporte de nuestros colaboradores.

En este contexto, les presento nuestro segundo Reporte de Sostenibilidad donde presentamos con satisfacción importantes avances que refuerzan nuestro compromiso con la búsqueda del desarrollo y crecimiento de nuestros negocios, conjuntamente con la profundización de nuestro trabajo en torno a asegurar una nítida perspectiva de

sostenibilidad en el largo plazo. Estamos comprobando que ambos objetivos no sólo se pueden perseguir simultáneamente, sino que vemos con claridad que se potencian y retroalimentan positivamente.

Nos enorgullecemos de mostrar progresos importantes en diversos frentes, particularmente en materia medioambiental, lo que además nos han valido un significativo reconocimiento de la comunidad al haber sido distinguidos con el Premio Nacional de Medio Ambiente otorgado por Fundación Recyclópolis, Pontificia Universidad Católica de Chile y El Mercurio. Reconocimiento que se suma al Sello de Eficiencia Energética otorgado por el Ministerio de Energía y al primer lugar en la industria en el Ranking de Reputación Corporativa publicado por Hill+ Knowlton y Adimark, por quinto año consecutivo.

Durante este año mejoramos nuestros indicadores medioambientales y consolidamos un avance de más de 50% hacia nuestras metas al 2020, mejoramos nuestros indicadores en materia de seguridad laboral, continuamos expandiendo nuestra cobertura que ya cuenta con 344 oficinas en 290 comunas y localidades donde reside más del 98% de la población del país, desarrollamos nuevos servicios que nos están situando a la vanguardia de los servicios logísticos para el e-commerce y hemos comenzado a implementar un modelo de gestión que con una perspectiva definitivamente cliente céntrica.

Con este nuevo reporte queremos reforzar nuestro compromiso con clientes, colaboradores, accionistas, con el medio ambiente y el país en general, y compartirles nuestra visión y avances en los cuatro aspectos principales en los que consideramos se basa nuestra sostenibilidad de largo plazo; Calidad de Servicio, Operación Sostenible, Prácticas Laborales y Contribución al Desarrollo.

Los saluda atentamente,



Juan Eduardo Ibáñez Walker
Presidente de Chilexpress

Nuestra empresa

G4-3

G4-4

G4-5

G4-7

G4-8

G4-9

G4-10

Chilexpress es una sociedad anónima cerrada. El control de su propiedad se ha mantenido en manos de quienes fundaron la compañía hace más de 25 años.

Actualmente es la empresa líder del mercado del Courier y envíos expresos en el país. Proveemos una amplia gama de soluciones de distribución, valor agregado en logística y comercio electrónico para personas y empresas de todos los tamaños, y desarrollamos servicios financieros relacionados con recaudaciones y giros de dinero nacionales e internacionales. Gracias a las alianzas y acuerdos que mantenemos con empresas líderes a nivel mundial, Chilexpress hoy cuenta con una extensa cobertura internacional.

Desde 2014 también operamos directamente en Estados Unidos a través de nuestras filiales CXP-USA y CXP-International. Su propósito es fortalecer y potenciar los servicios internacionales de la empresa, entre los que se encuentran casillas internacionales, exportaciones e importaciones.



344

sucursales

75

centros de operaciones

1.759

trabajadores internos y
1.088 externos

18.000.000

piezas movilizadas en 2015

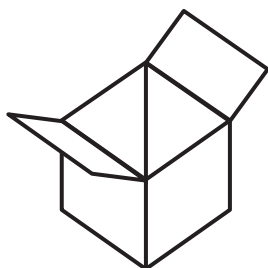
600

vehículos entre
propios y externos

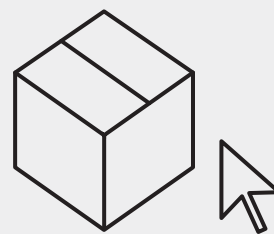
6

clasificadores automáticos de
documentos y encomiendas

> NUESTROS CLIENTES



Los servicios de Chilexpress son requeridos por distintos tipos de clientes. Para cada uno de ellos, la compañía ofrece servicios diferenciados, de acuerdo a sus propias necesidades.



Personas

→ A través de un modelo de atención presencial en la red de sucursales, ofrecemos a las personas una amplia gama de alternativas para enviar y recibir documentos o encomiendas desde y hacia Chile y el mundo. De igual forma, los clientes pueden enviar o recibir dinero desde y hacia la red mundial Western Union. Complementan estos servicios principales, los de pago de cuentas, recargas telefónicas y otros servicios de conveniencia.

Pequeñas y medianas empresas

→ Para cubrir las necesidades diversas de este segmento, combinamos el modelo de atención en oficinas comerciales con un servicio de retiro a domicilio y atención dedicada de ejecutivos de cuenta, quienes facilitan el acceso a servicios más complejos, como transporte internacional de muestras y carga, pago a proveedores extranjeros y servicios orientados específicamente al e-commerce, como integraciones, botón de pago y fulfillment.

Grandes empresas

→ Respondiendo a sus necesidades particulares y altos volúmenes, les proveemos servicios especialmente adaptados. Entre estos, integraciones sistémicas, servicios in-house, operaciones dedicadas y diversos servicios logísticos de valor agregado. Las grandes empresas son atendidas por ejecutivos especializados y por una unidad de soporte operacional.

Sector Gobierno / Estado

→ Requiere tanto de servicios cotidianos de envíos Courier en todas las instituciones adheridas a ChileCompra como de operaciones de alto volumen y complejidad logística. Estas últimas son abordadas vía licitaciones especiales, por ejemplo, la distribución de textos escolares de Mineduc.

> NUESTRA RED

ESTAMOS PRESENTES DONDE
RESIDE MÁS DEL 98% DE LA POBLACIÓN
DE CHILE Y CONTAMOS CON ALCANCE
GLOBAL A TRAVÉS DE ALIANZAS CON
COURIERS INTERNACIONALES.





- Cobertura Nacional
- Cobertura Internacional

290

comunas y localidades

344

sucursales

75

centros de operaciones

3

Casillas Internacionales,
en Miami, Madrid y Shenzhen



> TRAYECTORIA

Confiabilidad, rapidez y cobertura nos han permitido alcanzar una posición de liderazgo en la industria del Courier en Chile y extender nuestros servicios hacia otras áreas relacionadas con la distribución y la logística.



1989

Inicio de actividades, con envíos certificados cubriendo todo el territorio nacional entre Antofagasta y Puerto Montt.



1993

Primeras operaciones internacionales mediante alianzas con empresas de Courier internacional.

1999

Alianza con el Gobierno de Estados Unidos para el procesamiento, admisión y distribución de visas.



2008

Inicio de estrategia de consolidación de infraestructura inmobiliaria operacional en regiones.

1990

Alianza comercial con Western Union para habilitar los servicios de envíos internacionales de dinero.



1994

Cobertura nacional de envíos entre Arica y Punta Arenas.



2004

Construcción del centro de distribución nacional con equipamiento automático de clasificación de piezas y la habilitación del edificio corporativo, ambos en el Parque Industrial Enea, cercano al aeropuerto y a las principales rutas troncales urbanas e interurbanas.





2013

Adquisición de un centro operativo en Miami, Estados Unidos, para proveer servicios internacionales, a través de la filial CXP-USA Corp., constituida en dicho país.

Lanzamiento de estrategia de sostenibilidad de Chilexpress, elaborada con el apoyo de la Fundación Chile y desarrollada mediante el programa "El Futuro nos Mueve".



2015

Habilitación de nuevas instalaciones en Enea para la prestación de servicios de Fulfillment, consistentes en la recepción, almacenaje, procesamiento y armado de pedidos, orientados principalmente a clientes e-commerce y a la realización de grandes proyectos institucionales.



2012

Constitución de Inmobiliaria CXP S.A. junto con nueva estrategia de capitalización inmobiliaria.



2014

Publicación del primer Reporte de Sostenibilidad de Chilexpress elaborado bajo la metodología de Global Reporting Initiative.

Consolidación de estrategia de infraestructura operacional en regiones, con los centros de distribución de Antofagasta, Copiapó, Valparaíso, Concepción, Valdivia y Puerto Montt.



Gobierno Corporativo

G4-34

G4-56

Las prácticas de Gobierno Corporativo de Chilexpress son revisadas periódicamente, con el propósito de asegurar el cumplimiento de las disposiciones legales vigentes y de las normas de autorregulación establecidas de acuerdo con sus valores corporativos.



La estructura de Gobierno Corporativo de la compañía es liderada por un directorio conformado por seis miembros, que cuenta como instancias de apoyo con el Comité Ejecutivo de Directores y el Comité de Directores de Auditoría y Control. Desde 2011, funciona en forma permanente una unidad de Auditoría Interna que colabora con este último comité, reportando información sobre las distintas variables y riesgos que se defina recomendable controlar.

En Chilexpress la sostenibilidad es una tarea transversal a toda la empresa y es liderada por un Comité de Sostenibilidad conformado por el gerente general y los gerentes de las áreas de Operaciones, Personas, Finanzas, Marketing, Comercial y Asuntos Legales.

Chilexpress cuenta con un Código de Ética a través del cual hace explícitos y difunde los valores, principios y normas que guían sus actividades empresariales. De manera clara y concisa, este documento señala las pautas de conducta y los criterios por los cuales se deben regir todos los colaboradores de la compañía al actuar o tomar decisiones como parte de la organización.

Las denuncias, reclamos o consultas respecto del Código de Ética son procesadas en forma anónima y resueltas directamente por la gerencia general.

> NUESTROS VALORES

Respeto

Abordamos las relaciones con nuestros colaboradores, clientes y proveedores con el máximo respeto. Asimismo, respetamos tanto los compromisos adquiridos como las leyes que nos rigen y, en consecuencia, asumimos la responsabilidad por nuestros actos y compromisos.

Integridad

La vinculación con nuestros colaboradores, clientes y proveedores es siempre íntegra, honesta, transparente y mutuamente beneficiosa. Efectuamos nuestro trabajo diario de acuerdo a nuestros principios éticos. Actuamos con integridad cuando entregamos información fidedigna y completa, y atención eficiente y oportuna a todos nuestros clientes.

Confianza

Al generar confianza y valorar las diferencias de opinión, promovemos la participación activa de todos los miembros de la empresa. De la misma manera, a través de un comportamiento intachable, fomentamos la confianza de todos quienes se relacionan con nuestras actividades.

Compromiso

Nuestro éxito individual y colectivo proviene del trabajo conjunto y cada miembro de la compañía es partícipe de su consecución. Chilexpress está comprometida a proporcionar a sus trabajadores una compensación justa por sus servicios, un ambiente de trabajo grato y recursos apropiados para lograr su desarrollo y sus metas. A su vez, la empresa espera de sus trabajadores el compromiso de perfeccionarse cada día y entregar lo mejor de sí en el cumplimiento de sus labores.

Creatividad

Nos esforzamos constantemente por ser creativos e innovadores en todo lo que emprendemos. Alentamos a todos los miembros de la empresa a participar con nuevas ideas para un mejor desempeño y a cuestionar, de manera constructiva, las actuales formas de hacer las cosas.

> DIRECTORIO

G4-34



PRESIDENTE

Juan Eduardo Ibáñez Walker
Abogado



VICEPRESIDENTE

Rafael Wilhelm Matthei
Ingeniero civil



Fernando Alcalde Saavedra
Ingeniero civil
Director



Andrés Jana Linetzky
Abogado
Director



Juan Eduardo Ibáñez Barros
Ingeniero comercial
Director



Felipe Pérez Walker
Abogado
Director



Armando Briceño Goycoolea
Ingeniero civil
Asesor del Directorio

> EJECUTIVOS PRINCIPALES

→ Gerente General

Alfonso Díaz Ibáñez

Ingeniero comercial

→ Gerente Corporativo de Finanzas y Planificación

Verena Horst Von Thadden

Ingeniero comercial

→ Gerente Corporativo de Operaciones e Ingeniería

Cristián González Garay

Ingeniero civil industrial

→ Gerente Corporativo Comercial y Sucursales

Juan Pablo Sepúlveda Bareyns

Ingeniero comercial

→ Gerente de Personas

Verónica Villarroel Molina

Psicóloga y Licenciada en Filosofía

→ Gerente de Marketing y Productos

Ricardo Rodríguez Arancibia

Ingeniero civil industrial

→ Gerente de Administración y Finanzas

Preben Larsen Löwenborg

Ingeniero comercial

→ Gerente Tecnologías de la Información

Pedro Prats Gaviño

Ingeniero civil informático

→ Gerente de Ingeniería

Antonio Jiménez Valdés

Ingeniero civil

→ Subgerente de Asuntos Legales y Contraloría

Cristóbal Lyon Labbé

Abogado

→ Gerente Zonal Norte

Alex Hasbún Harris

Ingeniero comercial

Gerentes de Sucursal

Arica

Iquique

Antofagasta

Calama

Copiapó

La Serena

Pablo Lillo G.

Georgina Suzarte Q.

Alex Hasbún H.

Johnny Bugueño C.

Rubén Triviño E.

Eduardo Aldea R.

→ Gerente Zonal Centro

Hernán Barrientos Gutiérrez

Ingeniero comercial

Gerentes de Sucursal

Valparaíso

Rancagua

Talca

Chillán y Los Ángeles

Hernán Barrientos G.

Pedro Illanes P.

Patricio Foitzick F.

Claudio Daza H.

→ Gerente Zonal Sur

Sergio Catalán González

Contador

Gerentes de Sucursal

Concepción

Temuco

Valdivia

Osorno

Puerto Montt

Coyhaique

Punta Arenas

Sergio Catalán G.

Juan Manuel Sanhueza S.

Segundo Poblete P.

César Martínez V.

Leopoldo Valenzuela O.

Rodrigo Chaparro C.

Carlos Naranjo P.

— Visión estratégica

G4-1



EN LA MEDIDA EN
QUE GESTIONAMOS
NUESTRO NEGOCIO
CON EFICIENCIA Y
PRODUCTIVIDAD,
LOGRAMOS
IMPACTOS POSITIVOS
EN EL ENTORNO.

Alfonso Díaz Ibáñez
Gerente general de Chilexpress

¿Qué tendencias relevantes han sido consideradas en la estrategia de la compañía?

Buscamos que nuestra estrategia se haga cargo de los cambios de la industria en la que participamos, principalmente en lo referido a la evolución de nuestros clientes y sus necesidades, así como el acelerado desarrollo del e-commerce, de los desafíos internos en los ámbitos de excelencia operacional y desarrollo del capital humano y, muy especialmente, de la necesidad de construir un modelo de negocios sostenible en el largo plazo.

¿Qué respuesta está dando Chilexpress a estas tendencias?

Estamos dedicados a entender profundamente a nuestros clientes e identificar las formas en las que podemos integrarnos a su cadena de valor y colaborarles en su propio desarrollo. En el segmento e-commerce hemos estado especialmente activos, concretando dos iniciativas que complementan todos nuestros esfuerzos por ser la mejor alternativa para distribuir y manejar la logística reversa de las empresas que están participando del comercio online. En concreto, invertimos en la infraestructura necesaria y desarrollamos una propuesta para que nuestros clientes puedan encargarnos el manejo de su inventario y la preparación de los pedidos que concretan en sus plataformas online, permitiéndoles contar con una logística escalable, flexible, sin costos fijos y completamente integrada a la distribución y reversa de los envíos. También orientado al mercado e-commerce, constituimos una filial para apoyar desde el desarrollo de plataformas de venta y marketing online.

En paralelo, hemos seguido avanzando y profundizando en nuestra estrategia de sostenibilidad, especialmente en los aspectos medioambientales y de capital humano.

¿Cómo evalúa los avances con respecto a las metas de mediano plazo?

Hemos avanzado en nuestra estrategia de sostenibilidad al 2020 más rápido de lo que esperábamos. Por ejemplo, en los primeros tres años, la reducción de la intensidad de nuestra Huella de Carbono ya ha logrado más de la mitad de la disminución que establecimos como meta a esa fecha. Han contribuido a esto, no solo las medidas



específicas adoptadas, sino también las mejoras en productividad y eficiencia operacional que impactan positivamente en todos los indicadores medioambientales.

¿Qué factores han influido en los logros obtenidos?

Creo que lo principal ha sido la consistencia entre nuestros focos para la sostenibilidad de largo plazo y nuestra agenda de trabajo y avance cotidiano. Todo lo que estamos haciendo, incluso las metas de corto plazo, está contribuyendo directa o indirectamente al logro de nuestros objetivos de sostenibilidad. Hemos logrado alinear la estrategia de negocios con la estrategia de sostenibilidad, lo que nos permite un avance a paso firme.

¿De qué forma seguirán avanzando?

Seguiremos profundizando en nuestra estrategia de negocios y asegurándonos de que se mantenga asociada a las claves de nuestra sostenibilidad de largo plazo. Estamos confiados en la dirección de nuestro avance y nuestro desafío es encontrar la forma de avanzar aún más rápida y focalizadamente.

Estamos comprometidos con una visión cliente céntrica de nuestra organización, con la entrega de propuestas de valor segmentadas, con la excelencia operacional y con el desempeño de un rol principal en el impulso del e-commerce en el país.

Avances destacados



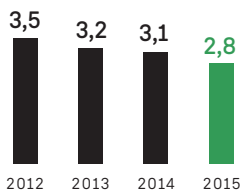
Reducción de la intensidad de la Huella de Carbono

En relación con la línea base establecida en 2012, la Huella de Carbono por pieza transportada en 2015 se ubicó en un nivel que representa más del 50% de avance con respecto a la meta de reducción de 30% al 2020.

-19%

Variación 2015 vs. 2012

kgCO₂ generados por cada encomienda vendida



→ Más información en página 56

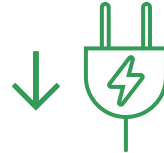


Introducción de camionetas a gas natural

Chilexpress fue la primera empresa en el país que adquirió, para su flota, camionetas con tecnología bivalente, la cual permite reducir en 40% las emisiones de CO₂ y no genera material particulado cuando funciona con gas (autonomía de 200 km).



→ Más información en página 58



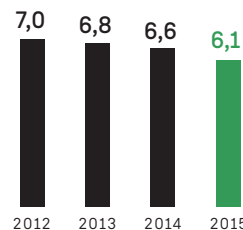
Disminución de la intensidad energética

Medidas como la instalación de paneles solares en los centros de operaciones han contribuido a rebajar el consumo de energía por pieza vendida a niveles que acercan la meta de reducción de 30% con respecto a 2012 fijada para 2020.

-12,7%

Variación 2015 vs. 2012

kWh consumido por cada pieza vendida

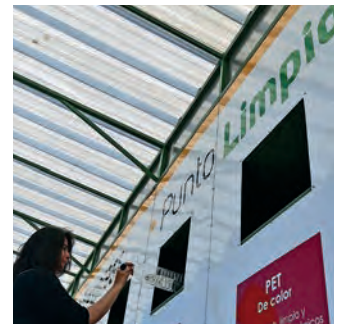


→ Más información en página 60



Puesta en marcha del primer Punto Limpio

En noviembre de 2015, Chilexpress inauguró en el Centro de Distribución de Enea su primer Punto Limpio. Este sistema permite la recepción de más de 20 tipos de materiales diferentes, entre plásticos (en todas sus categorías), papeles, vidrios y metales.



→ Más información en página 64



Rediseño de la experiencia de clientes

En 2014, la compañía inició el rediseño de la experiencia de cliente en sus servicios principales, para hacer sistemática y sostenida la forma en que ofrece soluciones valoradas por estos. Esta iniciativa es coherente con el objetivo estratégico de consolidar a Chilexpress como una empresa decididamente centrada en el cliente.



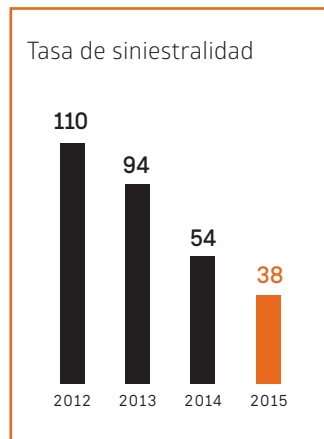
→ Más información en página 46



Avances en seguridad laboral

En 2015, la compañía logró reducir nuevamente la tasa de accidentabilidad, que se ubicó en 5,99%, y la tasa de siniestralidad, que descendió desde 53,5% en 2014 a 37,8% en el último año.

-29%
Variación 2015 vs. 2014



→ Más información en página 76



Nuevos servicios para el e-commerce

En 2015 la compañía creó una nueva unidad de negocios, Chilexpress Fulfillment, con el propósito de apoyar a las empresas que participan en el e-commerce B2C, ofreciendo soluciones de alto estándar, en forma escalable y flexible.



→ Más información en página 86

Reconocimientos



Premio Nacional de Medio Ambiente

Chilexpress fue distinguido con el Premio Nacional de Medio Ambiente 2015, en la categoría Fuego (uso eficiente y consumo responsable de los recursos energéticos), por los resultados obtenidos con la creación del primer Centro de Operaciones Verde del país, ubicado en Avenida Brasil, en el centro de Santiago.

Este reconocimiento, otorgado en octubre de 2015 por Fundación Recyclápolis, El Mercurio y la Pontificia Universidad Católica de Chile, fue creado con el patrocinio del Gobierno para destacar los esfuerzos en sustentabilidad que realizan las empresas y organizaciones del país; promover las nuevas tendencias ambientales y mostrar casos de soluciones exitosas que sean compatibles con el respeto al medioambiente.

La evaluación para otorgar este premio considera, como criterios, el impacto positivo en el medio ambiente, la innovación del proyecto, el involucramiento de la comunidad, las posibilidades de que el proyecto pueda volver a ser implementado en otros emprendimientos, el número de personas involucradas directa o indirectamente y la reputación corporativa de la empresa que lo desarrolla.



Crédito Foto: PWC Chile

- El presidente de Chilexpress, Juan Eduardo Ibáñez Walker (al centro en la fotografía) recibió esta distinción entregada a la compañía por sus logros en el ámbito de la eficiencia energética.

52%

redujo su consumo energético el primer Centro de Operaciones Verde de Chilexpress

Sello de eficiencia energética

En noviembre de 2014, Chilexpress recibió el Sello de Eficiencia Energética, Sello EE, otorgado por el Ministerio de Energía con el propósito de distinguir a empresas líderes en el desarrollo de la eficiencia energética a nivel nacional.

El reconocimiento a Chilexpress consideró la política de eficiencia energética y las acciones que ha estado realizando la compañía de acuerdo con esta: reemplazo total de la flota propia por vehículos con filtro de partículas, uso de bicicletas eléctricas en lugar de motos donde sea posible, uso de sistemas de energía solar en sus centros de operaciones, entre otras medidas.



Crédito Foto: Ministerio de Energía

→ Cristián González, Gerente Corporativo de Operaciones e Ingeniería de Chilexpress (en el extremo derecho de la fotografía), recibió el reconocimiento en nombre de la compañía.

Reputación corporativa

Por quinto año consecutivo, Chilexpress lideró la categoría de Correos y servicios expresos en el Ranking de Reputación Corporativa 2015, elaborado por Hill+Knowlton Strategies y GfK Adimark. En esta reciente medición, la compañía además subió tres puestos en el ranking general, ubicándose en el lugar 16 entre 70 compañías.



2014



2015

Nº1

en la categoría
**Correos y Servicios
Expresos**

Claves para nuestra Sostenibilidad



A través del análisis de nuestro contexto de negocios y las tendencias nacionales y globales; la opinión de representantes de nuestros grupos de interés y la consideración de los factores críticos para el éxito de nuestra gestión, identificamos a los siguientes como los temas más relevantes para la sostenibilidad de nuestra compañía.

El proceso para establecer la materialidad de estos aspectos, de acuerdo a las directrices de la guía para memorias de sostenibilidad de GRI, se describe en las páginas 92 a 103 de este informe.



Calidad de servicio



Operación sostenible



Prácticas laborales



Contribución al Desarrollo

01.

Calidad de servicio

➤ ES EL PRINCIPAL FACTOR DE DIFERENCIACIÓN QUE NUESTROS CLIENTES RECONOCEN, Y POR TANTO ESTÁ EN EL CENTRO DE NUESTRA ESTRATEGIA DE NEGOCIO Y DE SOSTENIBILIDAD.





— En la era del cliente digital

LAS TECNOLOGÍAS DE HOY CONTINÚAN REFORMANDO EL COMPORTAMIENTO Y LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES.



“Las tecnologías de hoy continúan reformulando el comportamiento y las necesidades de los clientes, a tal punto que todos los consumidores se han convertido en clientes digitales, aun cuando se mueven a diferentes velocidades”, advierte la consultora Accenture a partir de los resultados 2014 del estudio que realiza anualmente, desde hace una década, para evaluar las actitudes de los consumidores con relación a su experiencia como clientes (incluyendo prácticas de marketing, ventas y servicio al cliente), a través de encuestas a más de 23.600 consumidores finales en 34 países¹.

El consumidor chileno, de acuerdo a esta consultora, se está alineando con los indicadores del consumidor de países más desarrollados: está haciendo uso de medios digitales, tiene una mayor tendencia al cambio y menos niveles de satisfacción con el servicio. Según el estudio “Global Consumer Pulse Research Chile”, realizado en 2014, el 81% de los clientes chilenos se cambia cuando la atención que recibe de los proveedores del servicio es deficiente. Pero las oportunidades de retención son altas: 86% de los encuestados que cambiaron algún servicio señalaron que si la compañía hubiese hecho algo al respecto (resolver el problema en el primer contacto, ofrecer mejores opciones de soporte y contacto proactivo, entre otras) se habrían quedado.



95%

de los consumidores chilenos usa al menos un canal online para conocer sobre productos y servicios²

→ (1) Accenture, Customer 2020: ¿Está listo para el futuro o está volviendo a vivir el pasado? (2014).
 → (2) Accenture. Global Consumer Pulse Research Chile (2015).

Nuestro compromiso

VEMOS EN EL CAMBIO UNA
OPORTUNIDAD DE AGREGAR
VALOR A NUESTROS CLIENTES.

G4-DMA

G4-PR5

65%

de las empresas en Chile nos tienen como su proveedor principal³

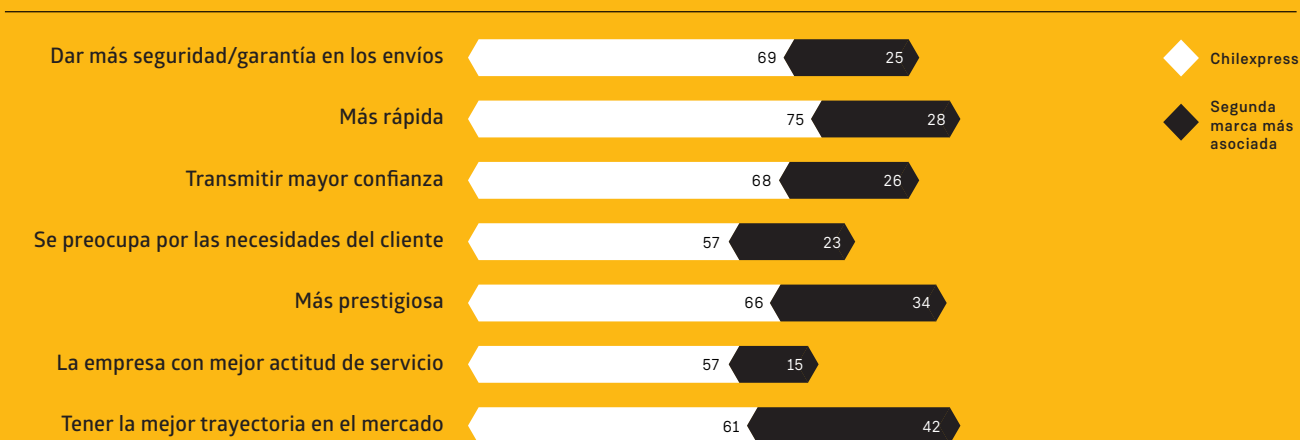
Las actividades de Chilexpress forman parte de la cadena de valor de sus clientes de los segmentos de empresas e instituciones. Desde esta perspectiva, nuestro desafío es convertirnos en sus aliados estratégicos y poder brindarles soluciones que realmente agreguen valor a sus negocios. Nos interesa poder conectarlos con Chile y el mundo, integrarnos en los procesos de logística y distribución, y adaptarnos a la medida y las necesidades específicas de cada uno de ellos.

En este contexto, nuestro compromiso con la calidad de servicio se expresa a través de acciones en los siguientes ejes prioritarios:

1. Conocimiento profundo de los clientes, para ofrecerles propuestas de valor segmentadas de acuerdo a sus necesidades.
2. Desarrollo de servicios y estrategias que permitan a los clientes ser exitosos en la era digital y del e-commerce.
3. Énfasis en la calidad como objetivo central de todos los procesos internos.

Asociación de las marcas a cada atributo⁴

Porcentaje de las empresas que asocian cada marca a cada atributo



> NUESTROS SERVICIOS PARA EL E-COMMERCE



> Distribución a domicilio

Servicios de distribución con cobertura nacional y variados tiempos de entrega.

> Distribución en sucursales

Servicio de entrega en la red de sucursales de Chilexpress distribuidas a lo largo del territorio nacional.

> Envíos por pagar

Servicio de distribución con pago en destino, en el momento que el destinatario retira.

> Logística de reversa

Servicio de envíos desde los clientes finales para gestión de cambios y devoluciones.

> Fulfillment

Solución integral que incluye, almacenaje, preparación de pedidos y despacho de los productos, que otorga escalabilidad y flexibilidad a la cadena logística.

> Botón de pago

Plataforma que centraliza la operación con Web Pay y las transferencias con gran parte de los bancos de la plaza.

→ (3) Estudio realizado por Amint. Encuestas efectuadas entre el 1 de diciembre y 13 de febrero de 2015 a una muestra de 858 empresas de todo el país –con excepción del sector de Gobierno / Estado– usuarias recientes de alguno de los servicios que ofrecen las compañías proveedoras del mercado de mensajería y paquetería empresarial.

→ (4) Estudio realizado por Amint. 2015.

— Excelencia operacional

ESTAMOS INCORPORANDO
NUEVAS HERRAMIENTAS
DE GESTIÓN PARA MEJORAR
LOS NIVELES DE SERVICIO.



Uno de los pilares estratégicos de Chilexpress es la eficiencia y productividad orientada a satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes. Para ello, la compañía está constantemente revisando sus procesos e incorporando nuevas tecnologías.

Chilexpress es una de las empresas pioneras en clasificación automática de documentos y encomiendas en Chile. Desde 2006, su principal centro de distribución, ubicado en el parque industrial Enea, está equipado con dos sorter para sobres y encomiendas. En 2014, los centros de distribución de Valparaíso y Antofagasta comenzaron a implementar sistemas de clasificación automática. Estos equipos y los escáneres de piezas le han permitido disminuir los tiempos de proceso y asegurar la trazabilidad de las piezas en todo el ciclo de servicio. A través de distintas tecnologías y dispositivos de última generación, los clientes pueden confirmar en línea los

servicios de entrega y retiro, y hacer un seguimiento online de los envíos.

La compañía utiliza un software de optimización de recorridos que permite determinar la cantidad de vehículos requeridos, sus dimensiones, la carga transportada y la secuencia que estos deben seguir entre los distintos puntos de la cadena operativa. Desde 2013, esta programación se hace a diario y en forma dinámica hacia el Centro de Distribución Enea, lo cual significa que la secuencia óptima de recorridos cambia de acuerdo a los requerimientos de los clientes. La aplicación de este sistema impactó positivamente en todo el ciclo del proceso, haciendo más eficientes los recorridos e impactando positivamente en nuestra Huella de Carbono.

Durante 2014 y 2015, Chilexpress siguió avanzando en el ámbito de la excelencia operacional con la incorporación de nuevos



sistemas y herramientas de gestión en todas las áreas de la compañía, como la migración a la plataforma ERP de SAP, el desarrollo de sistemas de geocalización y otras iniciativas orientadas a maximizar la experiencia de los clientes.

Optimización de procesos

Durante 2015 comenzamos un ambicioso proyecto de optimización de procesos administrativos y de back office que nos llevó a redefinir la forma en que los llevamos a cabo y a incorporar el software SAP para darles soporte. Este proyecto quedará concluido durante 2016.

Ingeniería territorial

En septiembre de 2015 cumplimos el primer hito en el programa de desarrollo del Sistema de Información Geográfica. La instalación de nuevas herramientas nos

permitirá administrar datos geoespaciales para la optimización de rutas, diseño y análisis de coberturas, cálculo y análisis de tiempos de desplazamiento, entre otras actividades, que contribuirán a una operación más eficiente y a una disminución de nuestra Huella de Carbono.

Trazabilidad

Para mejorar la gestión y la visibilidad de los envíos, en 2015 iniciamos un proceso de rediseño e implementación de los estados del tracking de seguimiento orientado a maximizar la experiencia de servicio.

› CERTIFICACIONES VIGENTES

GESTIÓN DE CALIDAD

ISO 9001:2008

- Certificado otorgado por Bureau Veritas Certification, para acreditar los procesos del Servicio Courier de centro de Distribución ENEA.
- Emitido desde 2010 y renovado en 2013.

Esta norma internacional aborda diversos aspectos de la gestión de la calidad y proporciona orientación y herramientas para asegurar que los productos y servicios cumplen consistentemente con los requerimientos del cliente, y que el mejoramiento de la calidad es continuo.

OPERACIÓN DE CARGA AÉREA

DAP 1704 Acreditación de agencias de carga, correo, Courier y certificación de embalajes

- Otorgada por la Dirección General de Aeronáutica Civil, DGAC.
- LAN Cargo exige esta certificación a las empresas que requieran transportar carga aérea a nivel nacional.
- Establece procedimientos para la acreditación de agencias de carga, correo y Courier, y certificación de embalajes utilizados para el transporte de mercancías peligrosas por vía aérea.

El proceso para obtener esta acreditación genera la adopción de medidas eficaces de prevención, lo cual permite reducir la cantidad de piezas que son inspeccionadas justo antes del embarque en el avión y, consecuentemente, el tiempo de proceso en esta etapa. Para obtener esta certificación es necesario contar con personal certificado en el manejo de mercancías peligrosas y equipos de Rayos X en las instalaciones propias.

FLOTA

Certificado de Inspección y/o Reparación TC8

- Otorgado por la Superintendencia de Electricidad y Combustibles, SEC.
- Referido a estanques de acero para combustibles líquidos; hermeticidad de cañerías anexas a estanques enterrados de combustibles líquidos en servicio y procedimiento para declarar instalaciones de combustibles líquidos ante la SEC.

El procedimiento electrónico TC8 permite a los organismos de certificación e inspección periódica evaluar la conformidad de los productos y sistemas de combustibles mencionados.



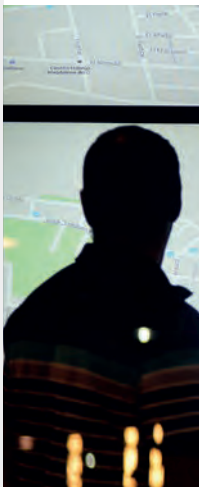
> CALIDAD EN TODO EL PROCESO

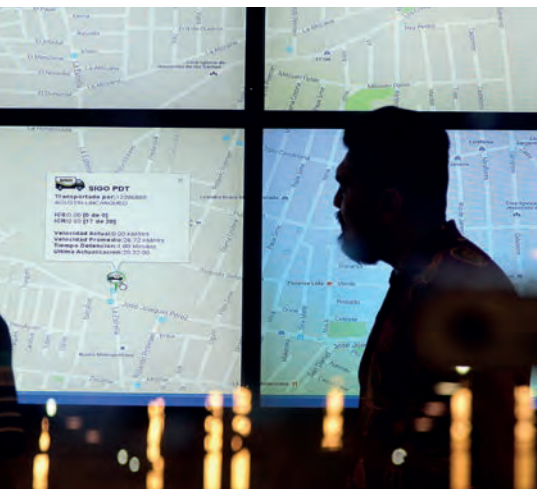
QUEREMOS ASEGURAR UNA EXPERIENCIA DE SERVICIO MEMORABLE.

En línea con nuestra decisión de ser una empresa cliente-céntrica, en octubre de 2014 iniciamos un proyecto de rediseño de la experiencia de cliente que nos permitirá hacer sistemática y sostenida la forma en que ofrecemos soluciones que simplifiquen su vida y les ayuden a alcanzar sus metas.

Durante 2015 definimos nuestra promesa de servicio e identificamos las distintas etapas de interacción con nuestros clientes, y las variables que ellos valoran y que son críticas al evaluar el nivel de satisfacción con respecto a nuestro servicio en esos momentos. También establecimos los puntos de contacto, físicos y digitales, y cómo garantiremos que la experiencia que los clientes vivan en estos haga que su vínculo con nuestra empresa sea permanente.

Durante 2016 realizaremos una experiencia piloto para la puesta en práctica de esta conceptualización y continuaremos avanzando en la transformación organizacional que hará posible que esta visión sea sostenible.





ESTUDIOS DE PERCEPCIÓN E IMAGEN DE LOS CONSUMIDORES NOS SITUAN EN UN LUGAR DESTACADO.

G4-PR5

Nuestro posicionamiento



Por quinto año consecutivo lideramos la categoría de Correos y Servicios Expresos del Ranking de Reputación Corporativa, elaborado por Hill+Knowlton Strategies y GfK Adimark, y en la reciente medición subimos tres puestos en el ranking general, ubicándonos en el lugar 16 entre 70 compañías.

Este estudio mide la reputación de las empresas desde la percepción de los consumidores, a través de entrevistas telefónicas semi-estructuradas a personas mayores de 18 años residentes en 10 ciudades del país. La reciente encuesta consideró 4.480 casos totales, 256 casos por empresa, y fue realizada durante agosto y septiembre de 2015.

El 55% de los encuestados se declaró cliente de Chilexpress. Los clientes que evaluaron mejor a nuestra compañía lo hicieron fundamentalmente en la dimensión emocional y luego, en productos y servicios.

Por otra parte, el estudio realizado para nosotros por Amint, con encuestas a una muestra de 858 empresas de todo el país, arrojó resultados que ubican a Chilexpress en el Top of Mind de la industria de proveedores de mensajería y paquetería empresarial. El trabajo de campo de esta investigación se realizó entre el 1 de diciembre de 2014 y 13 de febrero de 2015, incluyendo a diversos sectores económicos, excepto Gobierno.

90%

de las empresas cita espontáneamente a Chilexpress⁵

49%

de las empresas menciona en primer lugar a nuestra empresa. Con esta cifra, lideramos el Top of Mind de la industria de Courier⁶

73%

de las empresas considera a Chilexpress a la hora de contratar servicios de Courier. Esta cifra es casi el doble de la obtenida por la segunda compañía⁷



→ (5)(6)(7) Estudio realizado por Amint. 2015.

02.

Operación sostenible

➤ LA ADOPCIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS Y SISTEMAS NOS ESTÁ PERMITIENDO AFRONTAR EL DESAFÍO DE CRECER Y, AL MISMO TIEMPO, DISMINUIR LOS IMPACTOS DE NUESTRAS ACTIVIDADES EN EL ENTORNO.





EL MUNDO ESTÁ TRANSITANDO HACIA UNA ECONOMÍA BAJA EN CARBONO.

— En el contexto más amplio

En diciembre de 2015, los 195 países participantes en la Conferencia Internacional sobre Cambio Climático, COP21, acordaron realizar esfuerzos para mantener el calentamiento global por debajo de los 2 grados Celsius, límite establecido por científicos como el máximo aceptable. Para lograr esta meta, se comprometieron a fijar cada cinco años sus objetivos nacionales para reducir la emisión de gases de efecto invernadero. Este es el primer acuerdo en que tanto naciones desarrolladas como países en desarrollo se suman activamente a este desafío.

El Panel Intergubernamental sobre el Cambio Climático de Naciones Unidas (IPCC) proyecta que durante el siglo XXI el cambio climático reducirá significativamente los recursos renovables de aguas superficiales y subterráneas en la mayoría de las regiones secas subtropicales, intensificando la competencia por el agua entre diversos sectores.

En nuestro país, de acuerdo a proyecciones climatológicas locales, se esperan impactos importantes en las condiciones de las diferentes cuencas hidrográficas del país, particularmente, en aquellas ubicadas entre las regiones de Coquimbo y Los Lagos (en las que en gran parte se concentra también la generación hidroeléctrica).

Los gases de efecto invernadero (GEI) -entre los cuales destaca el dióxido de carbono (CO₂) generado en la quema de combustibles fósiles, entre otras actividades- han sido identificados como los principales causantes del calentamiento global. Si bien Chile solo es responsable del 0,25% de las emisiones globales, es altamente vulnerable a sus efectos, debido al bajo nivel de las costas a lo largo de su territorio, al régimen glacial de sus ríos, a los tipos de bosques que posee, y a sus océanos que, como fuente de la pesca, constituyen un recurso clave para el país.



30%

es el compromiso que ha asumido Chile de reducción de la intensidad de sus emisiones de gases de efecto invernadero hacia 2030 (vs. 2007)



Nuestra estrategia

G4-DMA

EN TRES AÑOS LOGRAMOS MÁS DE LA MITAD DE LA REDUCCIÓN DE LA INTENSIDAD DE NUESTRA HUELLA DE CARBONO ESTABLECIDA COMO META HACIA 2020.

En cada una de las etapas del ciclo de vida de un producto o servicio se producen emisiones de gases de efecto invernadero por el consumo de combustibles, energía eléctrica o por la generación de residuos. Para Chilexpress, el primero de estos efectos es significativo, porque para otorgar sus servicios de Courier en todo el país, su flota de vehículos debe recorrer alrededor de 21 millones de kilómetros en un año, y para conectar a sus clientes con las zonas

más extremas del país debe usar transporte aéreo. Consciente de esto, la compañía tomó la decisión de abordar el compromiso de contribuir a enfrentar el desafío global del Cambio Climático y el problema de la contaminación atmosférica en las ciudades, de una manera sistemática. Con la asesoría de Fundación Chile, estableció metas concretas y planes de acción articulados en una estrategia de sostenibilidad que comenzó a ejecutar en 2013, bajo el lema El Futuro nos Mueve.

EL FUTURO NOS MUEVE

Nuestras metas al 2020 (vs. 2012)

Huella de Carbono	Contaminación atmosférica	Eficiencia energética	Gestión de residuos	Abastecimiento responsable
↓30%	↓90%	↓30%	↓90%	↑100%
Disminución de la intensidad de la Huella de Carbono	Reducción de las emisiones de material particulado de la flota de distribución	Menor consumo energético de Chilexpress (o reemplazo por fuentes de Energías Renovables No Convencionales, ERNC)	Disminución de los residuos enviados a vertederos 55% Nivel de reciclaje	Proveedores evaluados de acuerdo a criterios de sostenibilidad

Conformación de nuestra Huella de Carbono



Total Alcance 1

→ Emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) directas (que provienen de fuentes de propiedad o que son controladas por la organización).

6.533
tCO₂e anuales

Total Alcance 2

→ Emisiones GEI asociadas a la generación de la energía eléctrica consumida por la organización.

1.512
tCO₂e anuales

Total Alcance 3

→ Emisiones de GEI indirectas no cubiertas en el alcance 2.

8.647
tCO₂e anuales

Emisiones totales 2015

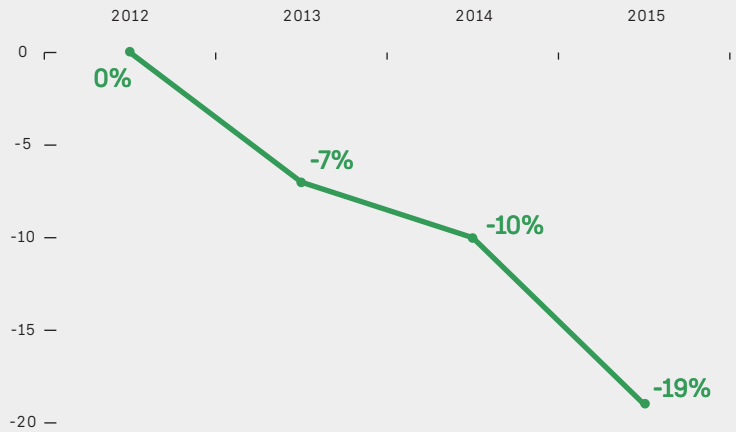
16.692
tCO₂e anuales

→ La medición de la Huella de Carbono busca calcular, de forma estandarizada, la cantidad de Gases de Efecto Invernadero (GEI) que son emitidos directa o indirectamente a la atmósfera durante los procesos productivos de la empresa. Este indicador nos ayuda a enfocarnos en desarrollar medidas para reducirlos.

Disminución de la Intensidad de las emisiones de GEI de Chilexpress

↓19%

rebajamos nuestra Intensidad de Huella de Carbono entre 2012 y 2015



G4-EN18

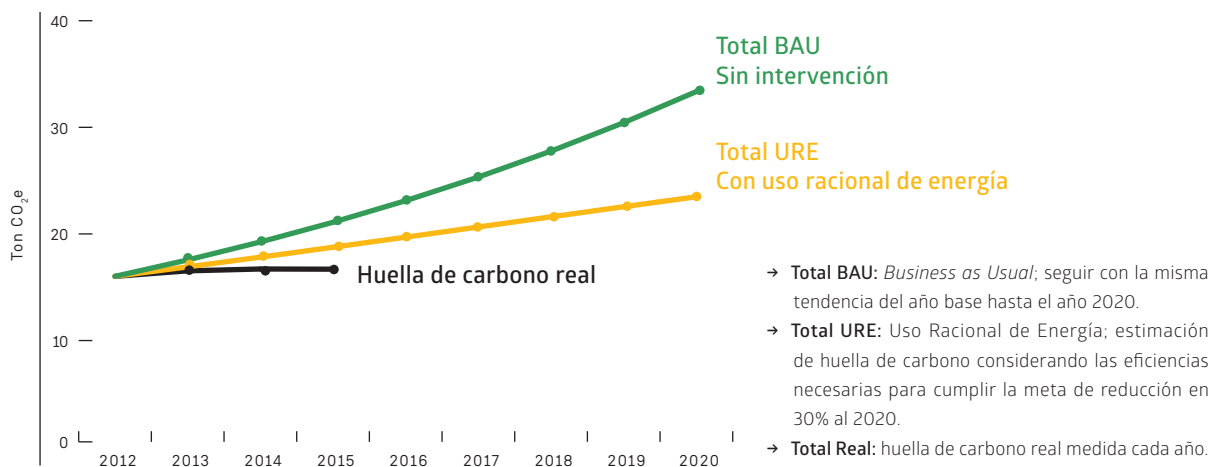
G4-EN19

G4-EN30

Evolución de las emisiones totales de GEI (tCO₂e)

Alcance	Actividad	Fuente de Emisión	Emisiones [tCO ₂ e]				Variación Intensidad de la Huella de Carbono
			2012	2013	2014	2015	2015 vs. 2012
Alcance 1	Combustión	Recorrido locales	2.008	1.889	1.419	1.606	-38%
		Recorrido Motos	395	435	377	344	-32%
		Rutas Interurbanas	3.334	3.948	4.530	4.583	7%
Total Alcance 1			5.737	6.272	6.326	6.533	
Alcance 2	Consumo eléctrico		1.506	1.560	1.564	1.512	-22%
Total Alcance 2			1.506	1.560	1.564	1.512	
Alcance 3	Adquisición de insumos		764	834	923	967	-1%
	Combustión	Recorrido locales	1.821	1.925	2.163	2.044	-13%
	Transporte	Carga Aérea (kilos)	6.194	5.947	5.735	5.636	-29%
Total Alcance 3			8.779	8.706	8.821	8.647	
Total general			16.022	16.538	16.711	16.692	-19%

Proyección de nuestra Huella de Carbono



Emisiones

En las áreas urbanas de Chile, el nivel de partículas PM10 –aquellas suficientemente pequeñas como para penetrar hasta la parte más profunda de los pulmones– es de 46,2 microgramos por metro cúbico, la cifra más alta entre los países de la OCDE, donde el promedio es de 20,1 microgramos por metro cúbico, y mucho mayor que el límite anual recomendado por la Organización Mundial de la Salud, de 20 microgramos por metro cúbico.

En forma directa o en alianzas público-privadas, Chilexpress está colaborando para encontrar opciones de transporte terrestre que eviten estas emisiones y las aún más nocivas fracciones finas PM2,5.

G4-DMA

G4-EN21

Nuestros avances hacia la movilidad limpia

27 Bicicletas eléctricas

Alimentadas con energía de paneles fotovoltaicos del Centro de Operaciones, reducen en 33% la huella de carbono de las motos, y no emiten material particulado.

3 camionetas a gas natural

Emiten 40% menos CO₂ que las camionetas diésel.

108 camionetas bajo estándar Euro V, con filtro de partículas

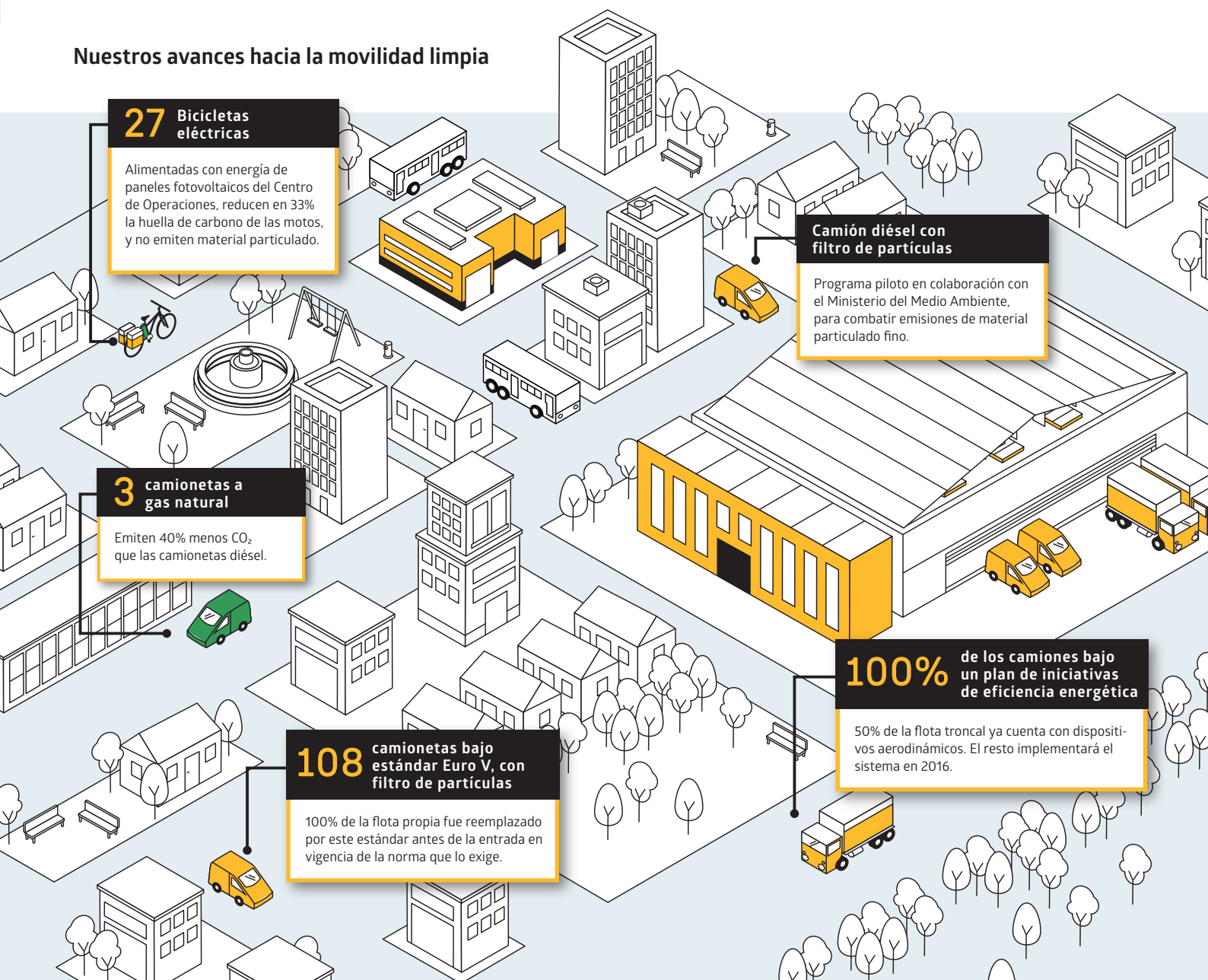
100% de la flota propia fue reemplazado por este estándar antes de la entrada en vigencia de la norma que lo exige.

Camión diésel con filtro de partículas

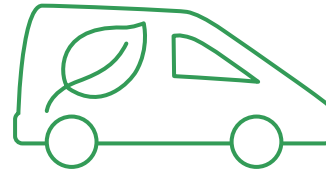
Programa piloto en colaboración con el Ministerio del Medio Ambiente, para combatir emisiones de material particulado fino.

100% de los camiones bajo un plan de iniciativas de eficiencia energética

50% de la flota troncal ya cuenta con dispositivos aerodinámicos. El resto implementará el sistema en 2016.



Desde 2014 estamos colaborando con el Ministerio del Medio Ambiente para la prueba de un filtro de partículas en vehículos de carga anteriores a la norma Euro IV.

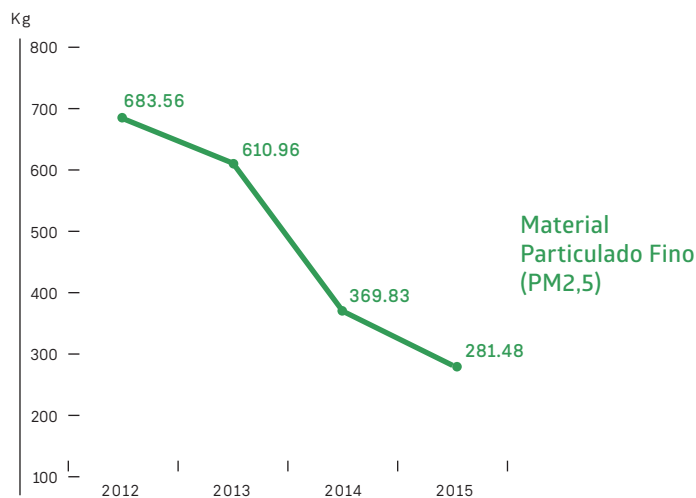


Reemplazo de flota

En 2014 incorporamos tres camionetas a gas natural Mercedes Benz Sprinter NGT, equipadas con tecnología bivalente. Esto les permite funcionar con gas natural, con una autonomía de 200 km, y con gasolina, como fuente alternativa. Gracias a esto, emiten un 40% menos de CO₂ que el diésel y no generan material particulado cuando funcionan a gas.

Para continuar con este plan de reemplazo de flota, iniciado con la adopción temprana, en 2013, del estándar Euro V Diésel –que reduce en 90% la emisión de material particulado fino–, estamos evaluando la introducción, durante 2016, de nuevos vehículos de tecnologías limpias (gas natural, eléctricos o de otro tipo).

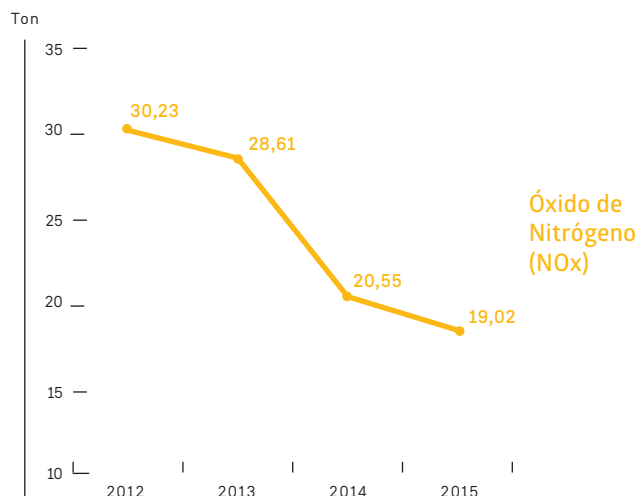
La incorporación de filtros de partículas en nuestra flota está permitiendo reducir significativamente las emisiones de material particulado fino PM2,5 y de óxidos de nitrógeno (NOx).



Filtro de partículas en plan piloto

Desde 2014 estamos colaborando con el Ministerio del Medio Ambiente para la prueba de un filtro de partículas en vehículos de carga anteriores a la norma Euro IV. Este dispositivo les permitiría eliminar la emisión de material particulado fino (PM2,5).

Como parte de este programa, estamos utilizando este filtro bajo condiciones controladas en un camión de nuestra flota que opera en el anillo de la circunvalación Américo Vespucio.



- Cálculo inicial Fundación Chile año 2013.
- Considera vehículos propios y externos.



Eficiencia energética

G4-DMA

G4-EN3

G4-EN4

G4-EN5

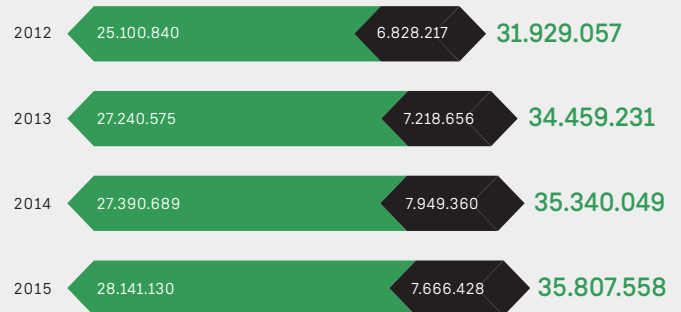
G4-EN6

El sector Transporte es el segundo mayor consumidor de energía en Chile –después de Industria y Minería–, con un 33% del consumo total al año 2014. Esta energía provino, casi en un 99%, de derivados del petróleo (principalmente diésel y gasolina asociados al transporte caminero), según consigna el documento Energía 2050, Política Energética de Chile, elaborado por el Ministerio de Energía. La eficiencia energética es uno de los cuatro pilares en los que se funda esta Política y, en el caso del transporte, apunta a lograr un parque con menor consumo de combustible y bajas emisiones de gases contaminantes.

↓12,7%

menos energía consumimos
para enviar una encomienda
(2015 vs. 2012)

Consumo total de energía kWh año



◆ Energía Interna*

◆ Energía Externa**

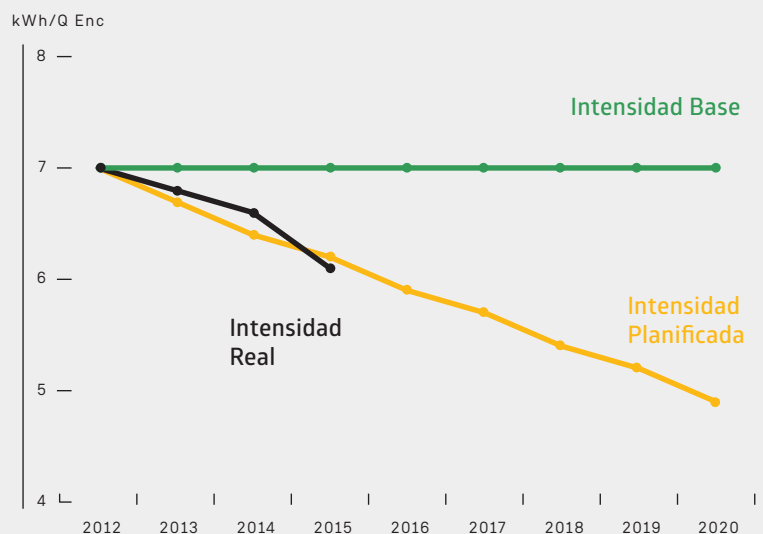
→ * Incluye flota y electricidad interna.

→ ** Considera solo flota externa.

Intensidad energética

Año	Intensidad	Variación
2012	7,0	-
2013	6,8	-3,0%
2014	6,6	-4,8%
2015	6,1	-12,7%

Nuestra Intensidad energética real y proyectada





Sello de Eficiencia Energética

Chilexpress fue una de las 35 empresas que, en noviembre de 2014, recibió el Sello de Eficiencia Energética, Sello EE, una iniciativa creada por Ministerio de Energía en 2013, con el objetivo de identificar y premiar anualmente a empresas líderes en el desarrollo de la eficiencia energética a nivel nacional, en distintos sectores productivos.

Requisitos del sello EE

- Contar con una unidad encargada de la gestión energética de la empresa postulante;
- política de eficiencia energética;
- indicadores de eficiencia energética;
- metas anuales de eficiencia energética, expresadas en porcentajes estimados de reducción de consumo y de acuerdo a los indicadores establecidos;
- planificación de medidas anuales de eficiencia energética, que permitan alcanzar las metas, incorporando el seguimiento y evaluación de estas, y
- haber desarrollado al menos una medida exitosa de eficiencia energética, en términos de efectividad al producir los ahorros proyectados y que implique ahorro.

Este sello se renueva con una periodicidad de dos años.

Aun cuando no representa una certificación, este sello exige para su aprobación políticas de eficiencia energética y unidades a cargo de la gestión energética de la empresa; ambos, requisitos básicos de una certificación como la ISO 50001, norma internacional que regula los Sistemas de Gestión Energética (SGE).

Más información en www.selloee.cl

Control integrado de consumo energético

Para gestionar el consumo de energía y asegurar el mejoramiento continuo de los indicadores asociados a este aspecto, implementamos en 2014 el software Efizity, una plataforma web que actualiza de forma mensual los datos de los consumos de electricidad en la red de sucursales y de combustible de la flota, a partir de información entregada por las compañías eléctricas y los sistemas de control interno.

La plataforma genera indicadores y entrega una visión transversal del uso de la energía, lo cual permite gestionar desviaciones en los consumos, obtener diferentes tipos de reportes, controlar los proyectos en esta área y calcular la huella de carbono, entre otras actividades.

Eficiencia en ruta

El uso de diésel por las flotas de transporte es el factor de control interno en donde se tiene mayores oportunidades de mejora en relación con las metas propuestas al 2020. Por esto, hemos definido un plan que tiene por objetivo disminuir el consumo de energía producto del uso de combustibles en un 30% al 2020, a partir de la aplicación de iniciativas de eficiencia energética.

Principales medidas

- Control de combustible, con indicadores que muestren el grado de eficiencia logrado y el cumplimiento de las metas anuales;
- medición de presiones de neumáticos, con nuevas tecnologías y metodologías de control;
- capacitaciones en eficiencia para conductores de vehículos interurbanos y de distribución local;
- estudio y evaluación constantes de tecnologías más eficientes y limpias, y
- aplicación de nuevos y mejores dispositivos aerodinámicos en la totalidad de la flota troncal.



Avances al término de 2015

- Desarrollo de indicadores de control de la eficiencia energética para monitorear los resultados de las iniciativas realizadas;
- instalación de nuevos y mejores dispositivos aerodinámicos en cerca del 50% de la flota troncal;
- implementación de sistema de control y llenado de aire para camiones en el CD Enea.
- realización de un plan piloto para medir el impacto de las capacitaciones en conducción eficiente, utilizando modernos simuladores.
- capacitación de 20 conductores, a partir de los resultados del programa piloto. El propósito es capacitar, cada año a la mitad de los conductores propios, locales e interurbanos, respectivamente.



Centros de operación verde

En 2013 iniciamos la transformación de nuestros centros de operación, distribución y reparto con el propósito de transformarlos en unidades que logren un consumo eficiente de la energía, con aportes de energías renovables; que promuevan el reciclaje y el cuidado del medioambiente entre sus colaboradores, y que sirvan de ejemplo para la comunidad y la industria. El plan considera la creación y adaptación de 10 centros de operaciones de Chilexpress hacia el año 2020, dando prioridad a aquellos ubicados en ciudades con altos niveles de contaminación ambiental.

Al término de 2015 se intervinieron en esta línea el centro de operaciones de Avenida Brasil, en Santiago (el primero del país), los centros de reparto y de distribución de Osorno y de Temuco, y el Centro de Operaciones de Viña del Mar.



Centro de Operaciones Brasil

Mercedor del Premio Nacional de Medio Ambiente

El Centro de Operaciones Brasil recibe, procesa y despacha diariamente más de 12.000 envíos, lo cual lo convierte en el centro de operaciones más grande del país. Cuenta con 35 mensajeros, una flota de 13 camionetas y 7 bicicletas eléctricas, 6 motocicletas y 1 camión mediano.

Ubicado en el microcentro de Santiago, es uno de los 75 centros de operaciones que

forma parte de la red logística de Chilexpress. Por todo lo anterior, fue elegido por la compañía para iniciar, en noviembre de 2013, el proyecto de transformación que busca incorporar soluciones que contribuyan al cuidado del entorno. El éxito de esta experiencia hizo merecedor a Chilexpress del Premio Nacional de Medio Ambiente 2015, en la categoría Fuego, otorgado por la Fundación Recyclápolis, Pontificia Universidad Católica y El Mercurio.

El fuego representa la energía que permite el progreso y el dinamismo, pero que también puede originar contaminación y cambio climático. En esta categoría se incluyen

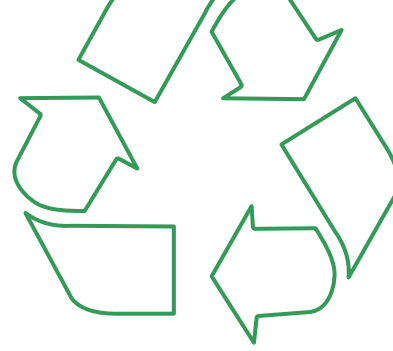
proyectos orientados al uso eficiente y el consumo responsable de los recursos energéticos. En este sentido, se consideran iniciativas de producción sustentable de energía, uso de combustibles renovables, distribución y transporte eficiente de energía, y mecanismos de optimización de energía, entre otros.

El proyecto de transformación del Centro de Operaciones Brasil representó una inversión que puede ser recuperada en un plazo estimado de 5,6 años.



Experiencia de nuestro primer Centro de operaciones verde

Objetivo	Acciones	Resultados
<ul style="list-style-type: none"> → Reducir el consumo total de energía. 	<ul style="list-style-type: none"> → Cambio de todas las luminarias del centro por tecnologías más eficientes (fluorescente e incandescente por LED). → Implementación en 2014 del software Efizity, plataforma que actualiza de forma mensual los datos de consumo energético. 	<ul style="list-style-type: none"> → En su primer año de funcionamiento, el centro disminuyó un 52% su consumo de energía respecto del período anterior. → En 2014 se logró un 67% de reducción de la huella de carbono por consumo de energía eléctrica respecto de la línea base de 2012, lo que significa una disminución de 16,8 toneladas de CO₂ equivalentes al año. → Los paneles solares contribuyeron a disminuir 5,9 toneladas de CO₂ durante 2014.
<ul style="list-style-type: none"> → Reducir la huella de carbono del centro de operaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> → Reemplazo del 67% de las motos convencionales destinadas al reparto de los servicios de Courier por bicicletas eléctricas. → Renovación del 100% de la flota propia del centro de operaciones por vehículos que cumplen con la norma Euro V Diésel, equipados con un filtro de partículas que disminuye la exposición al aire de los contaminantes. 	<ul style="list-style-type: none"> → El reemplazo por camionetas Euro V permitió reducir en un 99,6% la emisión de material particulado, un 8% la de NOx y un 51% el CO₂.
<ul style="list-style-type: none"> → Aportar al consumo de energía con energías renovables autogeneradas. 	<ul style="list-style-type: none"> → Instalación de 38 paneles fotovoltaicos de 260 W, cada uno conectado a un inversor trifásico de 10 KW, sobre estructuras seguras ubicadas en el techo del Centro de Operaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> → Autogeneración de electricidad y producción de agua caliente con energía solar. → 100% de energía consumida por bicicletas eléctricas generada por paneles fotovoltaicos.
<ul style="list-style-type: none"> → Reducir la demanda de energía a través de la eficiencia energética. 	<ul style="list-style-type: none"> → Instalación de equipos solares térmicos con capacidad de acumulación de 500 litros y una superficie captadora compuesta de 30 tubos <i>Heat pipe</i>, para que aporte el 70% de la energía necesaria para la generación de agua caliente consumida por duchas que son usadas por el personal del centro de reparto. 	<ul style="list-style-type: none"> → Reducción de 50% de la demanda de energía en iluminación por cambio de tecnología.
<ul style="list-style-type: none"> → Reciclar los residuos producidos en el centro de operaciones. → Mejorar la infraestructura del centro favoreciendo el ambiente de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> → Instalación de infraestructura para reciclaje de plásticos, papeles y cartones, y capacitación de personal a través de charlas. 	<ul style="list-style-type: none"> → Información no disponible aún.



Gestión de residuos

EN ESTE EJE DE
NUESTRA ESTRATEGIA DE
SOSTENIBILIDAD APLICAMOS
LA FILOSOFÍA DE REUSAR-
REDUCIR-RECICLAR.

La Comisión de Medio Ambiente del Senado despachó en diciembre de 2015 el Proyecto de Ley de Fomento al Reciclaje y Responsabilidad Extendida del Productor, el cual pasó a la Comisión de Hacienda para ser llevado luego a la sala, para su trámite final. Esta iniciativa establece un marco general para la gestión de los residuos en el país, basada en una visión que busca prevenir la generación de residuos y, si ello no es posible, fomentar—en este orden— la reducción, reutilización, reciclaje, valorización energética, tratamiento y disposición final de los mismos (última alternativa).

Nuestro primer Punto Limpio

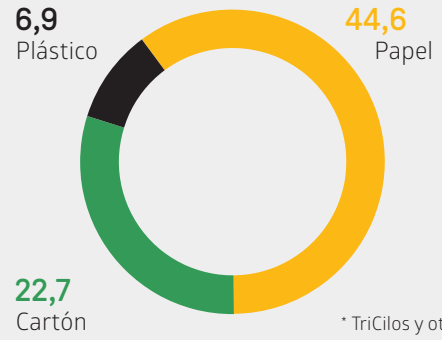
Con este mismo enfoque, Chilexpress se ha propuesto reducir en 90% los residuos enviados a rellenos sanitarios y alcanzar un 55% de reciclaje hacia 2020. En 2013 inició un programa de optimización de su gestión de residuos, asesorada por TriCiclos. En este marco, en 2015 entregó a empresas especializadas 74,2 toneladas de materiales reciclables y, en noviembre de ese año, inauguró un punto limpio propio en el Centro de Distribución Enea, que le permitirá centralizar gran parte del reciclaje de sus operaciones en la Región Metropolitana.

Esta unidad funciona como un centro de acopio y una mini planta de valorización, que opera con una máquina enfardadora y un encargado de la administración del proceso completo de recuperación de materiales en su etapa de posconsumo. Este módulo permite la recepción de más de 20 tipos de materiales diferentes, entre las familias de plásticos (en todas sus categorías), papeles, vidrios y metales.





Retiros de proveedores de reciclaje*
(Cifras en toneladas año 2015)



* Tricilos y otras empresas

Durante los 2 meses de operación de 2015 se recuperaron 1.067 kg de celulosa (papeles y cartones) y 1.081 kg de plásticos (diferentes tipos). Según la línea base de Enea, realizada por Tricilos, la meta es procesar 7,3 toneladas de material al mes, a través del Punto Limpio.

74,2

**toneladas de material
reciclable recuperamos
en 2015**



03.

Prácticas laborales

➤ NUESTRO OBJETIVO ES ATRAER Y RETENER A LOS MEJORES COLABORADORES, APASIONADOS POR EL TRABAJO Y COMPROMETIDOS CON LA EXCELENCIA; OFRECERLES OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO Y DESARROLLO, Y RECONOCER SUS APORTES.





UN EMPLEADO CONTENTO CON SU TRABAJO Y ORGULLOSO DE PERTENECER A UNA EMPRESA ES EL PRIMER Y EL MÁS POTENTE MEDIO PARA QUE UNA COMPAÑÍA CUMPLA CON LA PROMESA QUE FORMULA A SUS CLIENTES.

— Desafío mayor



¿Qué factor es determinante en el éxito de una empresa? Su capital humano. Este es un principio que reiteradamente constatan la experiencia y las investigaciones. La consultora multinacional Towers Watson realizó un estudio con base en una encuesta a 32 mil empleados de todo el mundo sobre temas de atracción, retención y compromiso de los trabajadores con sus organizaciones. La investigación muestra que se está tornando crecientemente difícil para las empresas conseguir y conservar empleados con alto potencial o con desempeños destacados. Inciden en este fenómeno tendencias como la globalización y las nuevas tecnologías. Los elementos claves para lograr los tres objetivos señalados, según las conclusiones de Towers Watson, son una remuneración

competitiva, oportunidades de avance en la carrera, líderes y gerentes efectivos, y seguridad laboral.

Si los empleados sienten que su tarea es aburrida, será menos probable que puedan entregar una buena experiencia de compra a sus clientes. “Lo que se busca es que los empleados sean los primeros clientes de la empresa, los ‘clientes internos’. Si ellos no son los primeros prescriptores de la misma, si no se sienten orgullosos de pertenecer a la compañía y si jamás recomendarían ese producto o servicio, la empresa tiene un gravísimo problema”¹, advierte la ejecutiva española Beatriz Navarro, en el *eBook Customer Experience*.



74%

de las organizaciones de países en desarrollo están teniendo dificultades para retener empleados con habilidades críticas²



→ (1) Navarro, Beatriz. *Customer Experience. Una visión multidimensional del marketing de experiencias.* #CEMBook.
 → (2) Towers Watson. *Global Talent Management and Rewards Study.* 2014.

Cultura cliente céntrica

G4-DMA

G4-11

NUESTROS PROCESOS DE GESTIÓN DEL CAPITAL HUMANO ESTÁN SIENDO ORIENTADOS AL LOGRO DE NUESTRO OBJETIVO PRIORITARIO.

100%

de avance registra la aplicación del nuevo sistema de selección que busca elegir a los candidatos con mayor calce con la cultura Chilexpress

Uno de los objetivos estratégicos de Chilexpress es ser una empresa centrada en el cliente. Este es un desafío que hace necesario alinear la conceptualización, el desarrollo y la comercialización de nuestros servicios, con las necesidades y deseos de nuestros clientes, para entregarles la mejor experiencia en todas las instancias de interacción. Implica, por lo tanto, involucrar a toda nuestra organización para sentir, pensar y actuar de forma coherente con este enfoque.

La gerencia de Personas está abordando este eje estratégico a través del proyecto Cultura Cliente Céntrica Chilexpress. Este asume el propósito de instalar desde los

procesos críticos de la gestión del capital humano (selección, inducción, comunicación, evaluación) una filosofía organizacional que promueva el cambio y la adopción de nuevos paradigmas basados en una cultura cliente céntrica.

La gerencia de Personas realiza su gestión a través de cuatro subgerencias: Desarrollo Organizacional, Compensaciones y Control de Gestión, Administración y Relaciones Laborales, y Entrenamiento y Comunicaciones. En coordinación, todas estas áreas están aplicando un modelo de transformación cultural que combina los tres ámbitos esenciales: sentir, pensar y actuar.

PILARES DE UNA CULTURA CENTRADA EN EL CLIENTE



Sentir

Pasión por servir y orgullo de pertenecer a una compañía que pone al centro a sus clientes.



Pensar

Creatividad para resolver los problemas, tomar decisiones e innovar, manteniendo el foco en el cliente.



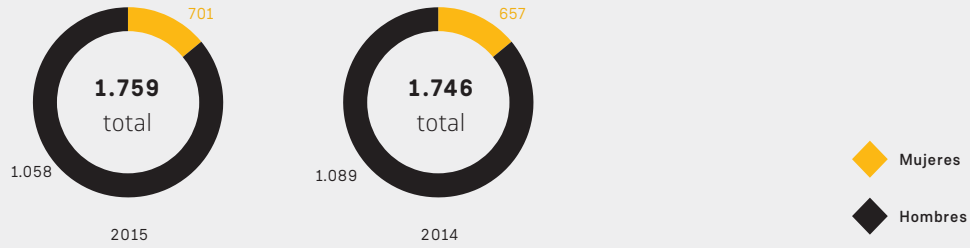
Actuar

Excelencia en la ejecución de las tareas que impactan en la experiencia del cliente.



> NUESTRA ORGANIZACIÓN

Empleados

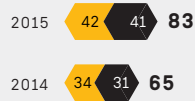


Distribución por tipo de contrato

→ Contrato Indefinido



→ Contrato Temporal

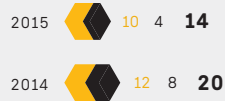


Distribución por tipo de empleo

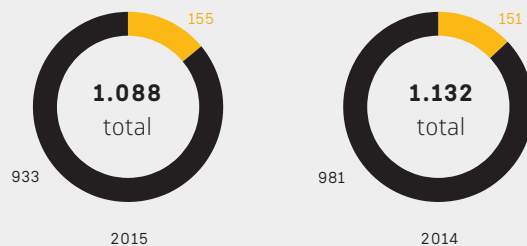
→ a tiempo completo



→ a tiempo parcial

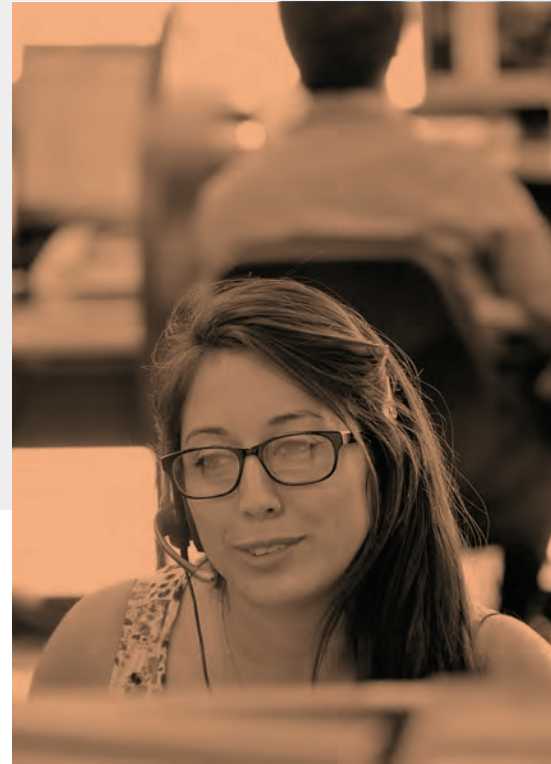


Trabajadores externos



Atracción y retención de talento

HEMOS PERFECCIONADO NUESTROS SISTEMAS PARA APOYAR LA GESTIÓN DE COMPENSACIONES, MOVILIDAD INTERNA Y DESARROLLO DE CARRERA.



Con la implementación de la plataforma integrada de gestión de personas *Success Factor Talent Management* de SAP, pusimos en marcha un nuevo sistema de reclutamiento y selección de los colaboradores, que permite un mayor nivel de predicción del desempeño futuro.

Asimismo, la plataforma facilita la planificación de carrera y la maximización del reclutamiento interno, aumentando nuestra capacidad de retener talentos.

333

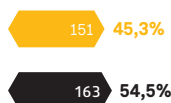
personas se incorporaron a
nuestra compañía en 2015

Nuevas contrataciones

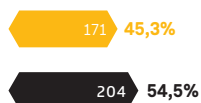
◆ 2015 ◆ 2014

Distribución por edad

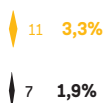
→ Menores de 30 años



→ Entre 30 y 50 años

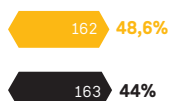


→ Mayores de 50 años

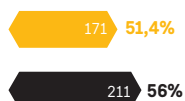


Distribución por género

→ Mujeres



→ Hombres



→ Total



→ Índice de contratación = nuevas contrataciones como proporción de la dotación total (empleados)

Tasa de rotación

◆ 2015 ◆ 2014

→ Total



Distribución por edad

→ Menores de 30 años



→ Entre 30 y 50 años



→ Mayores de 50 años



Distribución por género

→ Mujeres



→ Hombres



→ Tasa de Rotación= ((Ingresos + bajas)/2) / ((dotación mes actual + dotación mes anterior)/2)

Nueva batería de selección

Con el apoyo de expertos metodólogos se creó una herramienta de selección que corresponde a un mix entre una prueba sicométrica y una entrevista estructurada por competencias. Según el tipo de cargo se determinó el método apropiado para buscar a personas que, además de apasionadas por el trabajo, comprometidas y probas, calcen con el perfil definido.

Compensaciones

Los modelos de compensación son generados por la subgerencia de Compensaciones y Control de Gestión, área que apoya la toma de decisiones sobre la base de diversos indicadores, estudios de mercado y evaluación del desempeño, con el propósito de mantener la equidad y la competitividad de los cargos.

Beneficios

Los colaboradores pueden informarse sobre los beneficios que ofrece Chilexpress a través de una gran plataforma tecnológica denominada "Portal de Beneficios" que tiene como características el ser altamente participativa y el estar orientada no solo hacia el trabajador, sino también hacia su familia. Es por eso que contempla asesorías profesionales que van cambiando durante el año y que incluyen la participación de psicopedagogos para apoyar la gestión escolar y de sicólogos, abogados y nutricionistas, entre otros. Las consultas se pueden realizar en forma confidencial y la respuesta la recibe el interesado dentro de un plazo determinado.

EN CHILEXPRESS PRIVILEGIAMOS LA PROMOCIÓN INTERNA.

G4-LA9

G4-LA10

G4-LA11

Desarrollo organizacional

Parte importante de la planificación del desarrollo organizacional se sustenta en la información que provee la plataforma de gestión del capital humano, *SAP SuccessFactor*. Uno de los módulos que contiene esta herramienta es la evaluación del desempeño, medición que alimenta, entre otras tareas, la planificación de las actividades de capacitación.

En función de los resultados que arrojan las evaluaciones de desempeño, se focalizan las actividades destinadas a reducir brechas en determinadas competencias y los planes de acción diferenciados para aquellos colaboradores con un desempeño superior al esperado, lo que permite mantenerlos motivados.

Reconocimiento

Como un apoyo a la transformación cultural de la organización se han establecido recompensas adicionales a las monetarias. El reconocimiento a la trayectoria es una de ellas. En agosto de 2015, el Directorio entregó una distinción especial a los colaboradores que ayudaron a fundar la compañía, y a quienes cumplieron en ese año 25, 20,15 y 10 años en la empresa.

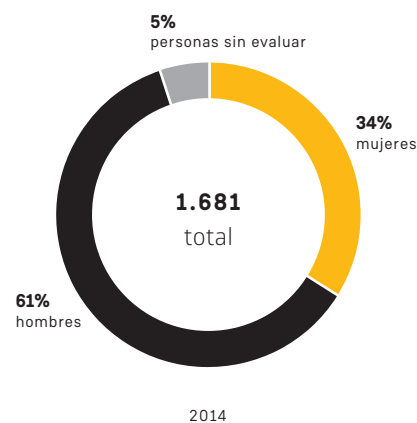
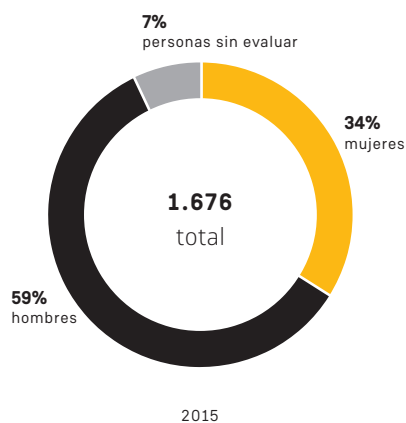
Evaluación de desempeño

El año 2015 fue el segundo año en que la evaluación de desempeño se aplicó a la totalidad de los cargos de la compañía. Uno de los aspectos mejorados del sistema es la pormenorización de los objetivos, es decir, se hicieron más visibles los parámetros en los que se basan las evaluaciones.

100%

de los trabajadores con contrato indefinido y antigüedad superior a seis meses, han sido evaluados en los dos últimos años.

Evaluación de desempeño

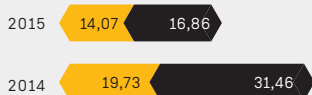


→ Nota: considera dotación con contrato indefinido

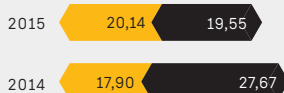


Promedio de horas de capacitación anual

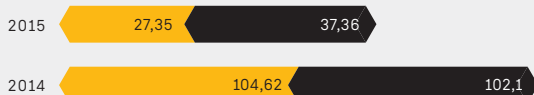
→ Ejecutivos



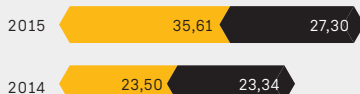
→ Profesionales



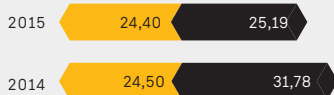
→ Mandos Medios



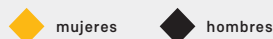
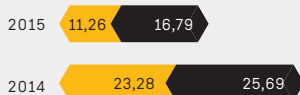
→ Administrativos



→ Calificados



→ Semi Calificados



Capacitación

Además de los programas de capacitación corporativos, gestionados por la gerencia de Personas, existen otros programas enfocados en objetivos específicos, como cambios en ciertos procedimientos, que son impartidos por distintas unidades. Tal es el caso de la capacitación de conductores, que corresponde a un proyecto del área Seguridad y Salud Ocupacional. La entidad creó mesas de trabajo multidisciplinarias para generar competencias que fomenten la conducción segura. Otro ejemplo de este tipo de programa es el que se realiza en las oficinas comerciales para instruir sobre tratamientos de embalajes y manejo de sustancias peligrosas.

Un programa de capacitación transversal, actualmente en curso, es el de supervisión, que forma parte de la escuela corporativa. Está orientado a los líderes y se denomina "Entrénate, aprende y crece". La primera versión se realizó en 2014 y tuvo por finalidad entregar herramientas para la evaluación de desempeño. Se capacitaron más de 300 personas. La nueva versión está destinada a transmitir la cultura del servicio al cliente.

Otro modelo de capacitación que ha resultado altamente exitoso se refiere a la experiencia del colaborador. Se basa en la visión a la que queremos llegar y trabaja desde la fortaleza de cada persona. Utiliza plataformas *e-learning* y actividades de *coaching*.

Becas de continuidad de estudios

Un hito en materia de capacitación marcó la creación, en 2014, de la beca de continuidad de estudios. Este beneficio consiste en el pago de un 100% del arancel de un año de una carrera profesional o de una carrera técnica. Durante 2015 fueron otorgadas 8 de estas becas, tras recibirse 32 postulaciones.

La compañía continuó su programa de apoyo para el financiamiento de estudios de especialización, con el otorgamiento en el último año de tres becas de posgrado, consistentes en el financiamiento del 60% del costo de programa.

Salud y seguridad en el trabajo

EL AVANCE HACIA UNA CULTURA PREVENTIVA PERMITIÓ BAJAR SIGNIFICATIVAMENTE LA TASA DE SINIESTRALIDAD.

23

comités paritarios a lo largo del país colaboran con la prevención de riesgos



Para desarrollar una visión integral del cuidado de las personas -que va más allá de la sola prevención de riesgos, y que busca generar una cultura preventiva-, durante el último año la compañía reestructuró esta área y creó la jefatura de Seguridad y Salud Ocupacional.

Con el apoyo de la Mutual de Seguridad, en 2015 se reorganizó el trabajo de los prevenicionistas de riesgos. Se formaron cuatro grupos de regiones, cada uno de los cuales quedó a cargo de un experto; se estandarizaron procesos, protocolos y procedimientos de modo tal que el área de Seguridad y Salud Ocupacional, tiene una forma de trabajar que es similar en todas las regiones.

El área trabaja activamente con 23 comités paritarios a lo largo de todo el país. Existen tres calificaciones creadas por la Mutual

de Seguridad para los Comités Paritarios: Bronce, Plata y Oro. Chilexpress tiene 8 comités Bronce. El comité de Copiapó actualmente está en la categoría de Plata y se ha propuesto avanzar hasta el Oro.

A través de diversas actividades se ha conseguido un cambio cultural significativo en términos de lograr que los colaboradores internalicen la importancia de adoptar medidas de seguridad. Estos avances se han extendido también al personal externo.

La seguridad con los subcontratistas se trabaja mediante control documental, a través de un portal en Internet. Chilexpress audita el cumplimiento de los subcontratistas en aspectos como existencia de contratos, entrega de elementos de seguridad, planificación de charlas de seguridad y entrega de reglamentos internos, entre otros procesos.





Certificación PEC

En 2014 se inició el proceso de Certificación de PEC Estándar de Mutual de Seguridad. Ese año obtuvieron el sello los centros de Copiapó, Curauma (Valparaíso) y Brasil (Santiago). En 2015 realizaron el proceso de certificación los centros de Iquique, Antofagasta, Concepción, Valdivia y Puerto Montt.

Durante 2016 se continuará avanzando en la certificación de otros centro de operación bajo el sistema de gestión PEC, proceso que tiene entre sus cualidades la auditoría externa y que ha gatillado un cambio cultural que se expresa en una actitud más proactiva de los trabajadores con respecto a la seguridad.

Indicadores de Seguridad en el trabajo

	2015	2014
Tasa de accidentabilidad	5,99	5,47
Tasa de siniestralidad	37,84	53,54
Tasa de gravedad	194,7	298,78
Índice de frecuencia	30,97	30,55

Fórmulas de cálculo:

→ Tasa de accidentabilidad:	$\frac{\text{Cantidad de accidentes en el período}}{\text{Promedio de trabajadores en el período}} \times 100$
→ Tasa de siniestralidad:	$\frac{\text{Cantidad de días perdidos en el período}}{\text{Promedio de trabajadores en el período}} \times 100$
→ Tasa de gravedad:	$\frac{\text{Total de días perdidos}}{\text{Horas hombre trabajadas}} \times 1.000.000$
→ Índice de frecuencia:	$\frac{\text{Cantidad de accidentes (con tiempo perdido + accidentes fatales)}}{\text{Horas hombre trabajadas}} \times 1.000.000$

EN 2015 FORMALIZAMOS NUESTRAS
ACTIVIDADES DE VOLUNTARIADO
CORPORATIVO Y ESTABLECIMOS
UN COMPROMISO FORMAL DE
COLABORACIÓN CON COANIQUEM.

— Relaciones laborales

71%

de los empleados de Chilexpress
 está sindicalizado

En la actualidad, el 71% de los empleados está sindicalizado y forma parte de alguno de los tres sindicatos que existen en la compañía: Sindicato Nacional de Trabajadores de la Empresa Chilexpress S.A. (684 afiliados), Sindicato Interempresa de Trabajadores de la Empresa Chilexpress S.A., (432) y el Sindicato Interempresa Enea 1 (112), creado en 2015.

Existen dos contratos colectivos vigentes desde 2013, con fecha de término en noviembre de 2016.

Los convenios colectivos producto de las negociaciones periódicas con la empresa, son aplicados tanto a los empleados con contrato indefinido como temporal que forman parte de estos sindicatos. Tampoco existe diferencia en relación con las prestaciones sociales entre trabajadores con distintos tipos de jornada laboral.

Los convenios colectivos no incluyen plazos de preaviso por cambios operativos significativos que pudieran afectar a los trabajadores, porque estos están definidos por la normativa legal contenida en el Código del Trabajo.

La comunicación que mantienen la gerente de Personas y el subgerente de Administración de Personas y Relaciones Laborales con los representantes de los sindicatos es permanente y fluida. Se realiza por intermedio de e-mails y llamados telefónicos diarios, reuniones periódicas o en el momento en que lo requieran los sindicatos. Esta coordinación ha permitido entregar soluciones oportunas a los temas planteados por ambas partes y mantener las relaciones de confianza que se han generado con el tiempo.



Voluntariado corporativo

Los trabajadores de Chilexpress han realizado su vocación de servicio, principalmente a través de Coaniquem. El vínculo con esta fundación que asiste a niños quemados, ha ido creciendo y consolidándose en el tiempo. Un nuevo paso trascendente en este proceso tuvo lugar en 2015, con el inicio de un Comité de Voluntariado integrado por 9 colaboradores realizando actividades para los niños en la casa abierta de la fundación, y a aquellos que asisten diariamente al centro de rehabilitación de la comuna de Pudahuel. Esta actividad se suma a otras que venían desarrollándose anteriormente, tales como la invitación a niños en tratamiento en Coaniquem a una tarde de cine en el marco de actividades de vacaciones de invierno. Asimismo se han realizado panoramas exclusivamente para ellos, como la presentación de un cuento, y un taller de pintura.

Otras vías para ayudar a Coaniquem a nivel de empresa es el soporte que Chilexpress le brinda a esta fundación en sus envíos y retiros de encomiendas.



04.

Contribución al Desarrollo

➤ ESTAMOS AMPLIANDO
NUESTROS SERVICIOS
PARA APOYAR, CON
SOLUCIONES INTEGRALES,
EL EMPRENDIMIENTO EN EL
MUNDO DEL E-COMMERCE.





DURANTE LAS DOS ÚLTIMAS DÉCADAS, EL COMERCIO ELECTRÓNICO HA CRECIDO EN CHILE A TASAS PROMEDIO DE 40% ANUAL*.



— Crecimiento exponencial

Según estimaciones de la Cámara de Comercio de Santiago, las ventas de comercio electrónico (B2C) crecieron cerca de 20% en 2015 con respecto al año anterior, alcanzando transacciones por más de US\$ 2.300 millones. En los próximos cinco años esta cifra podría duplicarse.

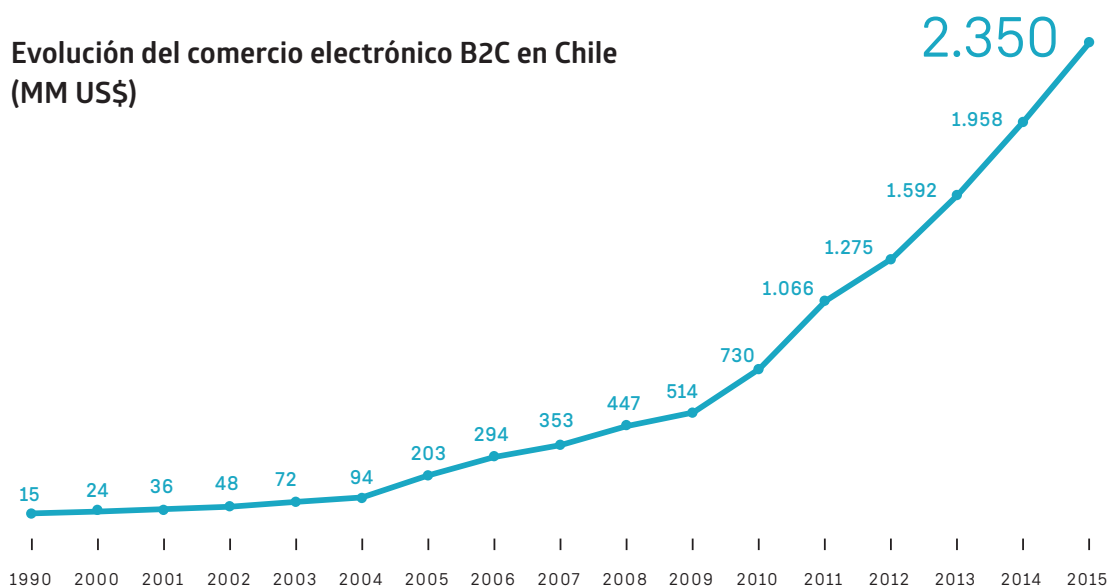
“Chile es una excelente plataforma para hacer negocios online dada su alta tasa de conectividad, su profundidad financiera y la digitalización de los medios de pago, lo que se ha traducido en tasas de crecimiento persistentemente por sobre del resto de las actividades comerciales”, destacó el

presidente de la CCS, Peter Hill, al presentar estas cifras. Sin embargo, reconoció que un sector emergente como este, de gran dinámica, “presenta obviamente grandes desafíos. Entre ellos, la necesidad de atraer cada vez más consumidores, seguir mejorando la percepción de seguridad del canal en su sentido más amplio, mejorar los medios de pago, la cadena logística y subir -prácticamente- a todo el comercio, incluido el más pequeño, al poderoso flujo del comercio electrónico”.





Evolución del comercio electrónico B2C en Chile (MM US\$)



→ B2C: Business-to-Consumer (empresa a consumidor)

→ Fuente: Cámara de Comercio de Santiago. Tendencias del Retail en Chile. 2016 (Cifras estimadas por CCS a partir de Transbank, GFK, encuestas, fuentes de la industria y proyecciones propias).

20%

de los consumidores
chilenos realiza compras
por Internet¹



→ (1) Cámara de Comercio de Santiago. Estudio Economía Digital 2016.

Efecto multiplicador

CREEMOS QUE CHILEXPRESS
TIENE UN ROL QUE CUMPLIR
COMO IMPULSOR DE LA
MASIFICACIÓN DEL
E-COMMERCE EN NUESTRO PAÍS.

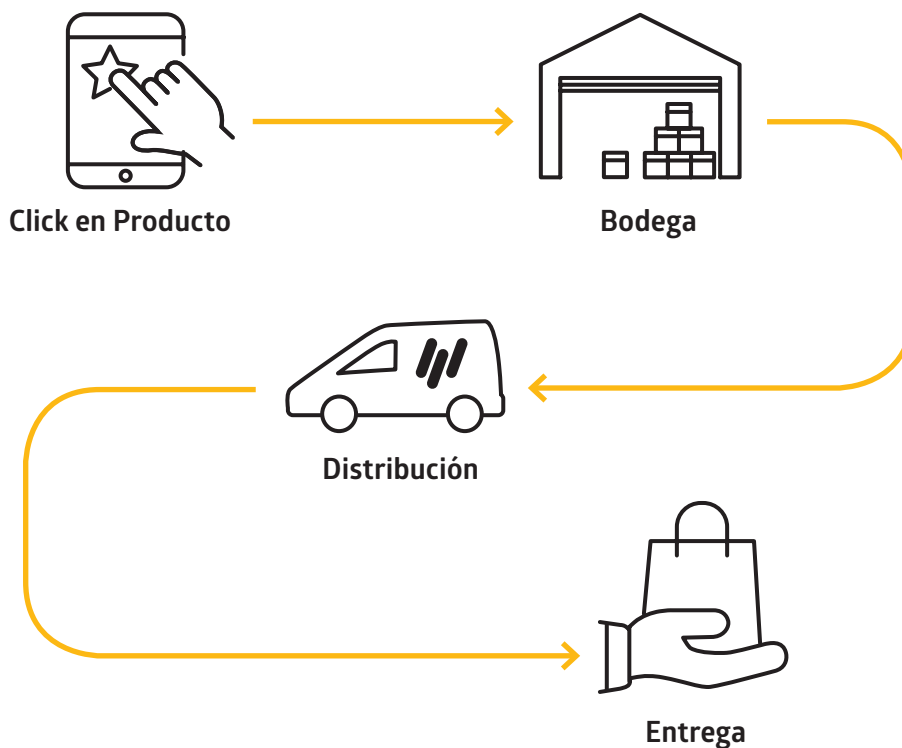
Han pasado 20 años desde el inicio de la adopción del e-commerce entre las empresas chilenas y ahora, por primera vez, el pequeño comercio ve comprometida la viabilidad de su negocio, producto del avance de este modelo, advierte la Cámara de Comercio de Santiago. Esto, principalmente, por la forma en que el comercio electrónico interactúa y se complementa con otros formatos, en la lógica de la omnicanalidad del comercio (implementación de múltiples canales transaccionales para atraer a los clientes y maximizar la probabilidad de venta). De acuerdo a estimaciones de esta entidad gremial, las tasas de adopción del comercio electrónico en el pequeño comercio no superan el 10%, contra el 100% de los grandes retailers².

Esta realidad ha llevado a Chilexpress a cuestionarse de qué forma puede contribuir en este contexto, más allá de sus servicios de distribución. En esta línea, lanzó en 2015 una nueva área de negocios llamada Chilexpress Fulfillment, con la misión de apoyar a los clientes en toda la logística previa a la distribución. Adicionalmente, creó la empresa Connex, destinada al desarrollo y administración de plataformas de comercio electrónico. De esta forma, la compañía apunta a ofrecer una solución integral para el e-commerce, que puede abarcar desde el diseño de la página web para venta por Internet o el desarrollo del botón de pago, hasta el proceso de devolución del producto si tal gestión es necesaria.





Nuestra participación en el ecosistema del e-commerce



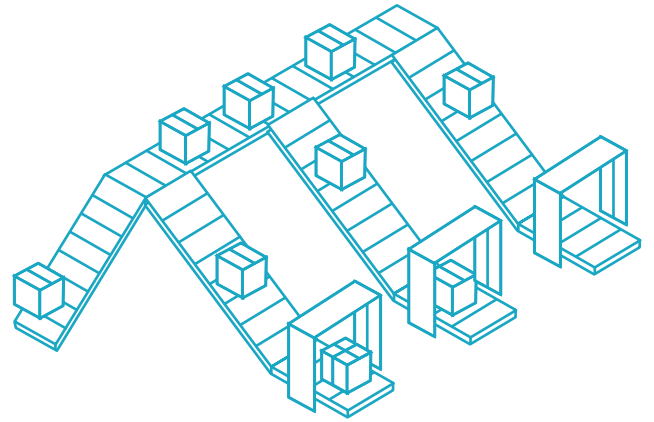
En Chilexpress queremos ayudar a que empresas de todos los tamaños puedan acceder a mercados geográficamente dispersos o distantes, ofreciendo sus productos en tiempo real. Adicionalmente, a través de nuestra filial Connex, las asesoramos o nos hacemos cargo de procesos clave del comercio online:

- Diseño y administración de una estrategia de marketing digital.
- Venta y recaudación en línea.
- Preparación y despacho de los pedidos.
- Entrega en el lugar elegido por el comprador.
- Gestión de cambios y devoluciones.

Negocios escalables

G4-EC8

PODEMOS AYUDAR A LAS EMPRESAS A
EXPANDIR CONSIDERABLEMENTE SU MERCADO
DE UNA FORMA EFICIENTE Y SEGURA.



Nuestra empresa quiere ser el *partner* logístico de clientes que tienen el desafío de llegar con diversos tiempos de entrega a múltiples consumidores, ubicados en distintos lugares geográficos. Con Chilexpress Fulfillment queremos ayudar a las empresas a aumentar su rentabilidad sin invertir en infraestructura; a administrar de manera ordenada sus inventarios, reduciendo el costo de operación, y a gestionar su negocio con mayor flexibilidad con respecto a la demanda, que suele ser variable en función de la estacionalidad o de promociones especiales.

Chilexpress cuenta desde 2015 con instalaciones dedicadas a este propósito, ubicadas junto a su mayor centro de distribución y casa matriz, en el parque empresarial Enea. Allí, mantiene en stock los productos que sus clientes ofrecen a través de Internet.

Cadena de procesos de Chilexpress Fulfillment



AL OTORGAR FRANQUICIAS Y LICITAR RUTAS DE REPARTO, OTORGAMOS UNA OPCIÓN PREFERENTE A COLABORADORES DESTACADOS QUE QUIERAN FORMAR SU PROPIO NEGOCIO.

Creación de empresas



68

ex empleados formaron un emprendimiento y ahora son proveedores de Chilexpress en la entrega y retiro de piezas bajo el modelo de recorridos licitados

Gracias a las distintas iniciativas realizadas por la compañía, ex trabajadores de Chilexpress son hoy empresarios que le prestan servicios de transporte. Además, antiguos colaboradores han asumido la administración de sucursales dentro de nuestro programa de franquicias.

Recorridos licitados

El 50% de los empresarios que presta servicios de entrega y retiro de piezas desde los centros de reparto, ha sido empleado de Chilexpress. Desde 2011, la compañía

ofrece a personas con mayor antigüedad en la empresa, o que han prestado servicios, o estén relacionadas con trabajadores de Chilexpress, la opción de postular a la licitación de exclusividad en rutas que cumplan ciertos estándares de productividad o que permitan un beneficio mutuo. Esta modalidad ha demostrado ser una atractiva oportunidad de negocios para los colaboradores y ha permitido a la compañía contar con especialistas en cada sector, que contribuyen a mejorar la gestión y a hacerla más eficiente.



Modalidad de franquicias

Al término de 2015, 35 sucursales son administradas bajo el modelo de franquicias, en el cual todo el equipamiento y los procesos financieros, contables y tributarios son de Chilexpress, y la operación está a cargo del franquiciado. La compañía comenzó a operar este sistema en 2012, cuando rediseñó la operación de la red de sucursales, incorporando la entrega de la administración de oficinas propias, preferentemente, a colaboradores destacados, quienes de esta forma se transformaron en empresarios.

Conectividad

G4-EC6

UNA ROBUSTA RED DE DISTRIBUCIÓN Y SUCURSALES NOS PERMITE CONECTAR A NUESTROS CLIENTES DESDE ARICA A PUERTO WILLIAMS EN EL MENOR TIEMPO POSIBLE.



27

sucursales agregamos a nuestra red en los dos últimos años

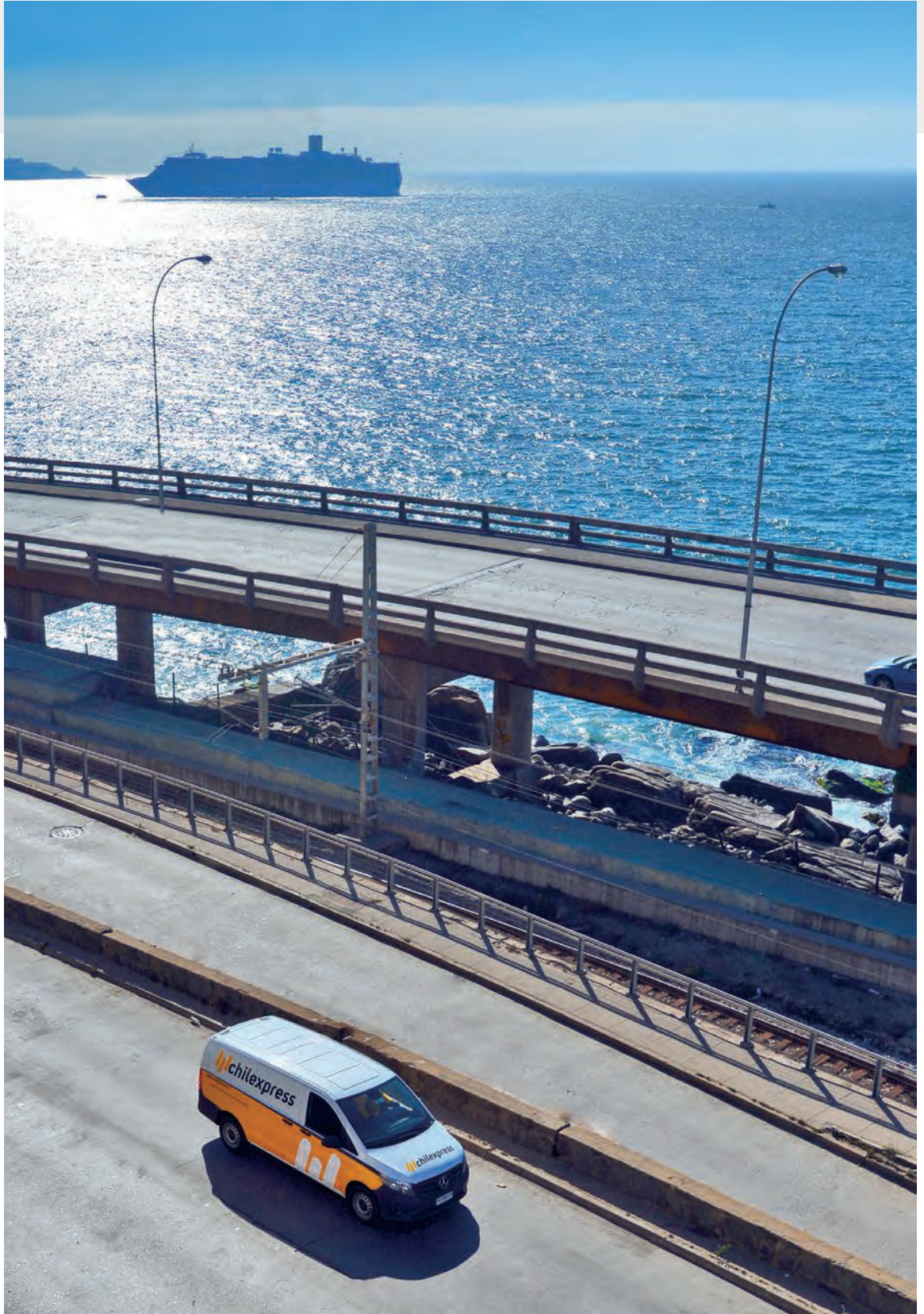
Chilexpress llega diariamente a todo el país, gracias a un sistema de transporte que integra medios terrestre, aéreos y marítimos propios y de terceros, junto a la más completa red de atención presencial de la industria con 344 sucursales y presencia en más de 290 comunas y localidades en el territorio nacional.

Esta red permite a la compañía ofrecer envíos al día siguiente en la gran mayoría de estas localidades.

Para que cada una de las zonas de operación de Chilexpress en el país pueda administrar sus recursos, tomar decisiones y resolver

dificultades con autonomía y rapidez, la compañía cuenta con tres gerencias zonales: Norte, Centro y Sur. Todas ellas son coordinadas por una gerencia Comercial y de Sucursales, que asegura la coherencia y alineamiento estratégico.

Este modelo de gestión, que agrupa las agencias de acuerdo a condiciones geográficas y económicas similares, permite generar e impulsar negocios intrazona y acrecentar la participación de la compañía como proveedor de servicios de actividades regionales, como la minería en el norte, o la acuicultura, en la zona sur.



Acerca de este reporte



➤ EN LA ELABORACIÓN DE ESTE REPORTE APLICAMOS LOS PRINCIPIOS DE LA GUÍA INTERNACIONAL *GLOBAL REPORTING INITIATIVE*, GRI, EN SU VERSIÓN G4.



Definición del contenido

G4-18

G4-19

G4-20

G4-21

G4-22

G4-23

ESTE INFORME INCLUYE LOS ASUNTOS
QUE HEMOS IDENTIFICADO COMO ESENCIALES
PARA LA SOSTENIBILIDAD DE NUESTRO
MODELO DE NEGOCIOS E IMPORTANTES PARA
NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS.

Para la selección de los contenidos de este informe, seguimos el siguiente proceso:

1. Identificación de asuntos relevantes

Usamos las siguientes fuentes para identificar los temas que, en principio, podrían ser incluidos en el reporte:

- Temas tratados en el primer Reporte de Sostenibilidad de Chilexpress (2013) y el Informe de Avance de 2014.
- Evaluación de ambos documentos a nivel interno, con entrevistas a ocho gerentes de la empresa, incluidos el gerente general y los integrantes del Comité de Sostenibilidad de Chilexpress.
- Evaluación del Reporte 2013 realizada por once representantes de grupos de interés, entrevistados entre octubre y noviembre de 2015.
- Temas tratados en otros reportes de la industria (DHL, La Poste, Fedex, UPS).
- Estudios sobre tendencias económicas, sociales y ambientales relevantes para Chile y la industria del Courier. Entre estos, los informes OCDE360 Chile 2015 y OCDE *Better Life Initiative Chile* (2015); Tendencias del retail en Chile (2016), estudio de la Cámara de Comercio de Santiago; Energía 2050. Política Energética de Chile (2015), del Ministerio de Energía; *Global Consumer Pulse Research 2014*, estudio de la consultora Accenture; *Global Talent Management and Rewards Study 2014*, realizado por la consultora Towers Watson.
- Principales conclusiones de estudios de mercado y análisis internos sobre asuntos específicos relevantes para la estrategia de negocios.

2. Selección de aspectos materiales

La elección de los temas incluidos en este reporte se efectuó aplicando los siguientes criterios:

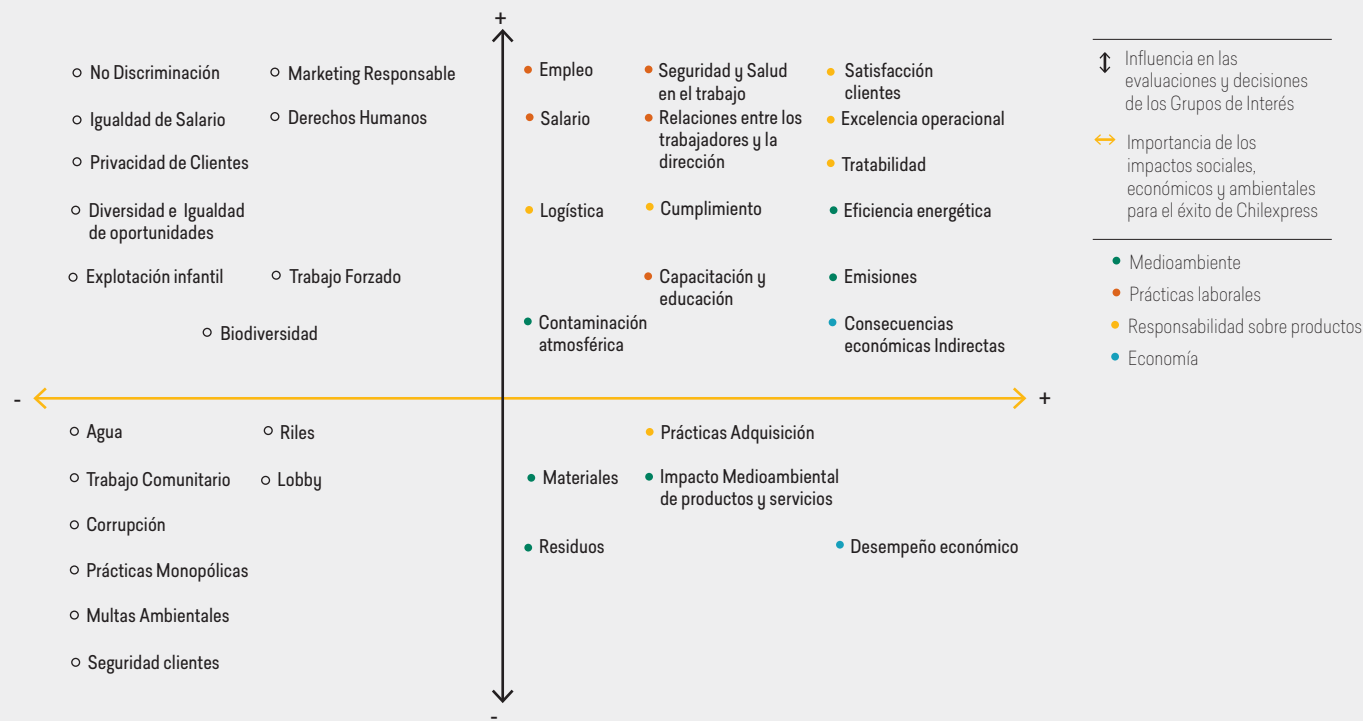
- Importancia estratégica.
- Magnitud del impacto generado por la empresa.
- Grado en que la empresa puede influir o aportar.
- Relevancia para los grupos de interés, expresada en las entrevistas.
- Presencia del asunto en los medios de comunicación.
- Oportunidades y riesgos de la industria.
- Regulación y políticas públicas.

Reformulaciones

Los indicadores reportados en este documento para el aspecto Satisfacción de clientes son diferentes a los incluidos en los informes de 2013 y 2014. La compañía se encuentra desarrollando un proyecto de rediseño de experiencia de clientes y, como parte de este, encargó nuevos estudios, que consideran parámetros directamente relacionados con los objetivos que persigue en esta área.

Chilexpress tiene desde 2013 dos filiales en Estados Unidos, pero sus operaciones no producen impactos significativos de acuerdo al criterio utilizado en la guía GRI G4. Por lo anterior, este reporte no incorpora cambios en el alcance o cobertura de los aspectos con respecto a los informes anteriores.

Matriz de materialidad



Aspecto material	Dónde se genera el impacto	
	Dentro de la organización	Fuera de la Organización
Satisfacción de clientes	X	
Excelencia operacional	X	
Trazabilidad	X	
Logística	X	
Cumplimiento	X	
Seguridad y Salud en el trabajo	X	X
Relaciones entre los trabajadores y la dirección	X	
Capacitación y Educación	X	
Empleo	X	X
Salario	X	
Eficiencia energética	X	X
Emisiones de Gases de Efecto Invernadero	X	X
Residuos	X	
Contaminación atmosférica	X	X
Consecuencias económicas indirectas	X	
Prácticas de adquisición	X	

— Participación de los grupos de interés



Mantenemos una relación estructurada y continua con entidades y personas a quienes nuestras actividades impactan o quienes pueden influir de manera significativa en el logro de nuestros objetivos de largo plazo.

Participación de los grupos de interés

El relacionamiento de la compañía con sus grupos de interés se mantiene, en gran parte de los casos, a través de las interacciones frecuentes en el desarrollo de las actividades comerciales, laborales y de cooperación. Sin embargo, Chilexpress ha desarrollado un compromiso más formal y estructurado con todos ellos, a través de reuniones, uso de redes sociales, medios de contacto por Internet, encuestas periódicas y comunicados de prensa.

Relación con nuestros grupos de interés

GRUPO DE INTERÉS	FORMA DE CONTACTO	FRECUENCIA
Accionistas	Reportes de Gestión	Mensual
	Informes gerenciales	Mensual
	Informes de Directorio	Mensual
	Reuniones de Directorio	Mensual
	Juntas de Accionistas	Anual
	Memorial Anual	Anual
	Sitio Web	Diaria
Colaboradores	Intranet / sitio web	Diaria
	Revista Infoexpress	Mensual
	Escuela Corporativa	Semanal
	Reuniones con la gerencia	De acuerdo a necesidad
	Comités Paritarios	Mensual
Proveedores de transporte	Sitio Web	Diario
	Capacitaciones	Permanente
	Diálogo con Gerencia de Operaciones	De acuerdo a necesidad
	Diálogo con Gerencia de Personas	De acuerdo a necesidad
	Departamento de Prevención de Riesgos	Diaria
Proveedores comerciales y operacionales	Sitio Web	Diaria
	Capacitaciones	Permanente
	Diálogo con Gerencia de Operaciones	Diaria
	Diálogo con Contraloría Interna.	Diaria
	Diálogo con Gerencia de Sucursales	Diaria
Clientes	Sitio Web	Diaria
	Web Contact	Diaria
	Call Center	Diaria
	Información en Sucursales	Diaria
	Material publicitario en medios	De acuerdo a necesidad
	Medios de prensa	De acuerdo a necesidad
	Cartas de Sernac	De acuerdo a necesidad
	Encuestas de Satisfacción	Anual
Redes Sociales	Diaria	
Comunidad	Sitio Web	Diaria
	Medios de comunicación masiva	De acuerdo a necesidad
Asociaciones empresariales y gremiales	Sitio Web	Diaria
	Colaboración en desarrollos y proyectos	De acuerdo a necesidad
Consumidores	Sitio Web	Diaria
	Web Contact	Diaria
	Call Center	Diaria
	Información en sucursales	Diaria
	Material publicitario en medios	De acuerdo a necesidad
	Medios de prensa	De acuerdo a necesidad
	Cartas de Sernac	De acuerdo a necesidad
	Encuestas de Satisfacción	Anual
Redes sociales	Diaria	
Organismos públicos	Oficios	De acuerdo a necesidad
	Requerimientos de servicios Courier	Diaria
Entidades académicas o de investigación	Proyectos de investigación conjunta	De acuerdo a necesidad

Colaboración para este reporte

Para confirmar la validez de los contenidos y la calidad en general de los informes de 2013 y 2014, realizamos entrevistas a representantes de nuestros grupos de interés, en las cuales les solicitamos evaluar la extensión, presentación, claridad y utilidad de la información incluida.

Durante este proceso, recibimos como sugerencias:

- Mantener los temas incluidos, pero dar más información sobre la gestión de cada uno de los aspectos, en forma de relatos de procesos, prácticas o avances relacionados con estos.
- Optimizar el uso del espacio y utilizar papel reciclado en la versión impresa.
- Usar más infografías.
- Mantener el estilo de diseño, con uso de fotografías y cifras destacadas.
- Utilizar distintos formatos de publicación (web y versiones impresas resumidas), dependiendo de los medios preferidos por los distintos grupos de interés.

Perfil del reporte

G4-28

G4-29

G4-30

G4-31



Periodo

Este reporte incluye información con cierre anual el 31 de diciembre de 2015, comparada con igual período de 2014, en todos los indicadores; excepto en aquellos relacionados con la estrategia El Futuro nos Mueve, en cuyo caso la comparación se hace contra la línea base (2012).

Último reporte

En 2014, Chilexpress publicó un informe de avance, reportando los principales indicadores incluidos en el primer reporte de sostenibilidad de la compañía, editado en 2013.

Ciclo de presentación

Bienal (versión completa).

Contacto

Cristóbal Lyon Labbé
Subgerente de Asuntos Legales y Contraloría
clyon@chilexpress.cl
Teléfono (56-2) 22382 7100

Índice de contenido GRI

Aplicación Esencial

Contenidos básicos generales		Pág.
Estrategia y análisis		
G4-1	Declaración del responsable principal de las decisiones de la empresa sobre la importancia de la sostenibilidad para la compañía y la estrategia de esta con miras a abordarla.	28
Perfil de la organización		
G4-3	Nombre de la organización	18
G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes.	19
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede central de la organización.	18
G4-6	Número de países en los que opera la empresa y nombre de aquellos donde se llevan a cabo operaciones significativas o que tienen una relevancia específica para los asuntos relacionados con la sostenibilidad abordados en el reporte.	20
G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.	18
G4-8	Mercados de los que se sirve.	19
G4-9	Tamaño de la organización.	18
G4-10	Tamaño del colectivo de trabajadores	18 y 71
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	78
G4-12	Descripción de la cadena de suministro de la organización.	18
G4-13	Cambio significativo que haya tenido lugar durante el periodo analizado en el tamaño, estructura, propiedad accionaria o cada de suministro.	No se produjeron
G-14	Cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución.	No procede
G4-15	Listado de las iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado.	No aplica
G4-16	Listado de las asociaciones y membresías de titularidad de la empresa.	No aplica
Aspectos materiales y cobertura		
G4-17	a. Listado de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes.	22
G4-18	Descripción del proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto	94
G4-19	Listado de los aspectos materiales identificados durante el proceso de definición del contenido de la memoria.	95
G4-20	Cobertura de cada aspecto material dentro de la organización.	95
G4-21	Cobertura fuera de la organización de cada Aspecto material.	95
G4-22	Consecuencias de las re-expresiones de la información en memorias anteriores y sus causas.	94
G4-23	Cambio significativo en el alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a memorias anteriores.	

Contenidos básicos generales		Pág.
Participación de los Grupos de Interés		
G4-24	Listado de los grupos de interés	96
G4-25	En qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja.	94
G4-26	Descripción del enfoque de la empresa sobre la participación de los grupos de interés.	96
G4-27	Cuestiones y problemas clave que han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés.	98
Perfil de la memoria		
G4-28	Periodo objeto de la memoria.	99
G4-29	Fecha de la última memoria (si procede).	99
G4-30	Ciclo de presentación de memorias.	99
G4-31	Punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir sobre el contenido de la memoria.	99
G4-32	Opción «de conformidad» con la Guía ha elegido la organización	100
G4-33	Verificación externa de la memoria.	No aplica
Gobierno		
G4-34	Estructura y composición.	26
Ética e integridad		
G4-56	Valores, principios, estándares y normas: códigos de conducta de la empresa.	25

Contenidos básicos específicos		Pág.
Categoría: Desempeño Social / Responsabilidad sobre productos		
Etiquetado de los productos y servicios		
G4-DMA	Enfoque de Gestión a. Razones de por qué el aspecto es material y los impactos que provocan esto. b. Gestión de la organización en cuanto al aspecto material o sus impactos. c. Evaluación del enfoque de gestión.	38 a 40
G4-PR5	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes	49
Categoría: Medioambiente		
Energía		
G4-DMA	Enfoque de Gestión	52 a 54
G4-EN3	Consumo energético interno	60
G4-EN4	Consumo energético externo	60
G4-EN5	Intensidad energética	60
G4-EN6	Reducción del consumo energético	60
Emisiones		
G4-DMA	Enfoque de Gestión	52 a 54
G4-EN15	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (alcance 1)	55
G4-EN16	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (alcance 2)	55
G4-EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (alcance 3)	55
G4-EN18	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero	56
G4-EN19	Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero	56
G4-EN21	NOx, SOx y otras emisiones atmosféricas significativas	58
Efluentes y residuos		
G4-DMA	Enfoque de Gestión	64
G4-EN23	Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento	65
Transporte		
G4-DMA	Enfoque de Gestión	
G4-EN30	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal	57

Contenidos básicos específicos		Pág.
Categoría: Desempeño social / Prácticas laborales y trabajo digno		
Empleo		
G4-DMA	Enfoque de Gestión	68 a 70
G4-LA1	Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región	73
G4-LA2	Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no se ofrecen a los empleados temporales o a media jornada.	78
Relaciones entre los trabajadores y la dirección		
G4-DMA	Enfoque de Gestión	68 A 70
G4-LA4	Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de estos en los convenios colectivos	78
Salud y seguridad en el trabajo		
G4-DMA	Enfoque de Gestión	
G4-LA6	Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, ausentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo	76
Capacitación y educación		
G4-DMA	Enfoque de Gestión	70
G4-LA9	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral	75
G4-LA10	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales	75
G4-LA11	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional	74
Categoría: Economía		
Presencia en el mercado		
G4-DMA	Enfoque de Gestión	84
G4-EC6	Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas	90
Consecuencias económicas indirectas		
G4-DMA	Enfoque de Gestión	84
G4-EC8	Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos	86 a 89



Diseño:
Negro.cl

Impresión:
Ograma Digital



