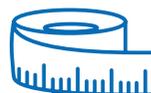


# Imperial



**15**

Tiendas.



**78.456**

m<sup>2</sup> superficie de ventas.



**1.501**

trabajadores.



**47.580**

horas destinadas a capacitación.

“Avanzamos en diversas iniciativas para inspirar y dar la mejor experiencia a nuestros clientes, de manera que siempre puedan encontrar en Imperial la mejor oferta especialista, y en paralelo estamos invirtiendo en nuevas tecnologías y cambios en procesos para una gestión cada vez más eficiente y sostenible”.



Rodrigo Fuenzalida F.  
Gerente General  
de Imperial



(Cifras al 31 de diciembre de 2018).



## Innovación y crecimiento con foco en el cliente

Durante 2018, Imperial mantuvo su ruta permanente de innovación y crecimiento, buscando siempre sorprender a los clientes con nuevos productos y servicios que permitan a la empresa fortalecer su liderazgo en el mercado mueblista. A ello contribuyó la puesta en marcha de su Centro de Experiencia del Mueble (CEM), la expansión a todas sus tiendas del modelo Caja Unificada y la puesta en marcha del Centro de Distribución Retira Clientes en La Granja.

Uno de los grandes logros de Imperial en 2018 fue la inauguración del Centro de Experiencia del Mueble (CEM), lugar único en Chile que combina inspiración con la experiencia del mueble y que está situado en la planta alta de la tienda Imperial Huechuraba. La iniciativa ya ha convocado a más de quinientos clientes desde su inauguración en mayo de 2018, transformándose en un centro de negocios, capacitación e innovación para arquitectos, diseñadores, inmobiliarias y mueblistas en general.

Tomando como precedente los exitosos cambios desarrollados en el piloto de autoservicio de Huechuraba, Imperial expandió al total de sus tiendas el modelo de Caja Unificada, que permite al cliente disponer de un solo punto de contacto de pago independiente de los diferentes medios que utilice en su compra, ahorrando así tiempo.

También, se creó el área “Inteligencia de Mercado” que permitió segmentar mejor a los clientes, de manera de dirigir la oferta y comunicación. Además, se implementaron planes de fidelización focalizados.

Con el objetivo de mejorar la experiencia de compra, aumentar la venta de proyectos y orientar al contratista especialista, se elevaron las exhibiciones de productos ordenados por mundos, proyectos y matrices de valor, particularmente en las tiendas de Mapocho, Puerto Montt y Concepción.

Además, se implementaron nuevas exhibiciones de quincallería para muebles, que demuestran inspiración y desempeño técnico de nivel avanzado.

Asimismo, se puso en marcha el Centro de Distribución Retira Clientes en las dependencias de La Granja, que permite un mejor servicio de entrega a clientes mayoristas en una operación especializada, rápida y segura de carga de alto volumen.

Junto con ello, se inició la marcha blanca de la web transaccional Ecommerce que incluye sistema de Click & Collect en la tienda de Mapocho y Delivery en Santiago.



Inaugurado en Huechuraba en mayo de 2018, el Centro de Experiencia del Mueble (CEM), se ha transformado en un centro de negocios, capacitación e innovación para arquitectos, diseñadores, inmobiliarias y mueblistas.

Se implementó además el Portal de Crédito (<https://portalcredito.imperial.cl>), que permite a los clientes revisar su cuenta corriente en línea, hacer consultas, solicitar prorrogas de pagos y descargar documentación.

Ampliando sus canales de distribución, Imperial incorporó al surtido de Sodimac más de 200 SKU de innovación y especialidad mueblista.

También, la empresa creó el Departamento de Control de Calidad de Servicios, asegurando una positiva experiencia del servicio a clientes.

Junto con ello, lanzó nuevas marcas propias. Se trata de Tableros Melasek, Muebles Kohr, Tableros de Construcción Rhino Ply y Rhino OSB, las cuales contribuyen a entregar una propuesta de valor más completa a clientes y mejorar la disponibilidad de productos de alta demanda.

Imperial fortaleció su participación en el mercado mueblista, destacando por su innovación y liderazgo en las tendencias con las mejores tecnologías constructivas del mundo.

## Sostenibilidad

En este ámbito, se incorporaron actividades específicas para combatir el cambio climático en el marco del Plan de Gestión Ambiental.

Se puso en marcha un sistema centralizado de extracción de polvo en el centro de cortes de la tienda de Talca. Con esto, más del 90% de las máquinas dimensionadoras de la empresa a lo largo del país tienen un sistema de extracción de polvos eficiente y sustentable.

Por otra parte, en 2018, Imperial fue premiado por Pacto Global, organismo dependiente de la ONU que fomenta la sostenibilidad en el mundo empresarial, en la categoría Medio Ambiente. Ello,

por la “Disposición de residuos de aserrín para biomasa”, que destaca entre las mejores prácticas en materia de sostenibilidad y compromiso con la Agenda 2030, en relación a las metas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

En materia de empleabilidad, se concretó la política de contratación de personas mediante la cual se dará prioridad a la movilidad interna y luego a la empleabilidad local.

La tienda de Temuco siguió participando en el Programa +Capaz, en la línea Personas con Discapacidad, impulsado por el Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE). Esta iniciativa tiene como objetivo apoyar el acceso y permanencia en el mercado laboral de mujeres, jóvenes y personas con discapacidad que se encuentren en situación de vulnerabilidad social, mediante la capacitación técnica, habilidades transversales e intermediación laboral, que favorezcan su empleabilidad. A través de este programa, se insertaron alumnos en práctica del Instituto Superior de Comercio y de la ONG Kolping.

La tienda Concepción junto con la Brigada Canina de Carabineros, la Universidad Católica de la Santísima Concepción y la Municipalidad, participaron en un programa de tenencia responsable de mascotas. En la oportunidad perros vagabundos de la comuna de San Pedro fueron recogidos y desparasitados. Imperial aportó 30 casas para perros confeccionadas por trabajadores de la tienda, que se entregaron a quienes adoptaron a los canes.

En cuanto a aprovisionamiento responsable, se realizaron auditorías de fábricas nacionales y extranjeras, inspecciones de calidad en origen de marcas propias y se obtuvieron certificados de calidad de los productos asociados.

En materia de avances en gobierno corporativo y ética empresarial, se realizó un proceso exhaustivo para identificar los impactos negativos reales y potenciales de la operación en los ámbitos social, económico y ambiental. Este proceso consideró los impactos de las decisiones y operaciones de la compañía a lo largo de toda su cadena de valor.



En el marco del Primer Encuentro de Proveedores de Imperial, se realizó una capacitación en sostenibilidad que abordó temas como impactos en la cadena de suministro, los riesgos reputacionales y avances en producto eco-amigables.

## Gestión de personas

La capacitación y gestión en la entrega de herramientas se estructuró en base a los resultados de clima 2017 en plantas de servicios y tiendas. Esto significó 2.368 horas de capacitación dirigidas a 225 colaboradores.

En este ámbito, destaca también el éxito del programa “Espíritu Imperial”, que premia trimestralmente a los colaboradores destacados de cada área de la empresa. Adicionalmente, se eligió a los Mejores de los Mejores en una premiación anual Espíritu Imperial, que destacó a 25 ganadores, entre los que se destacó a los seis mejores a nivel nacional.

Junto con ello, se desarrolló la APP “Somos Imperial”, canal de información de funcionamiento móvil para todos los colaboradores activos que les permite informarse sobre los principales hitos de la empresa.

Durante 2018 se desarrolló también una muy importante campaña de prevención en conjunto con la ACHS. Denominada “El Valor de la Seguridad”, ésta significó capacitación para el 100% de la dotación en materia de prevención y cuidado.

Así también, se concretó una alianza estratégica con GPTW Chile con el objetivo de sumar a Imperial a esta plataforma de evaluación.

En cuanto a calidad de vida, continuó aumentando la entrega de desayunos saludables a distintas áreas de la empresa; se realizaron pausas de gimnasia; operativos oftalmológicos y dentales; campañas de sensibilización en materias prevención y cuidado y se desarrolló una destinada a promover el uso de elementos de protección personal.

## Relacionamiento

Durante 2018, Imperial desarrolló el “Primer Encuentro de Proveedores” con la participación de más de 140 proveedores nacionales y extranjeros, encuentro en que se profundizó la estrategia conjunta de sostenibilidad y se premiaron a los mejores en abastecimiento, innovación y capacitación.

Así también, durante el año, los gerentes de tienda se reunieron con líderes de las instituciones por medio de las cuales Imperial se relaciona con la comunidad. Esto se enmarca en el programa “Conociendo mi Comunidad” que se inició en 2017.

## Inversiones

Durante el año, se remodelaron las salas de ventas de las tiendas Concepción, Mapocho y Puerto Montt con nuevas exhibiciones de mayor altura y una propuesta basada en el desarrollo de proyectos y una mejor visualización de los productos disponibles.

También, se renovaron enchapadoras en las tiendas de Talca, San Bernardo y en la Planta de Mecanizado se incorporó maquinaria de mayor velocidad y tecnología de punta.

Durante 2018, se remodelaron las salas de ventas de las tiendas de Concepción, Mapocho y Puerto Montt con nuevas exhibiciones de mayor altura y una propuesta basada en el desarrollo de proyectos y una mejor visualización de los productos disponibles.



Asimismo, se incrementó el número de máquinas dimensionadoras en las tiendas de Santa Rosa, Mapocho, Concepción, Vespucio y Reñaca.

### Marketing y calidad de servicio

En 2018, se implementaron campañas de marketing digitales de techumbre, pinturas, tabiquería y pisos, con excelentes indicadores de navegación (Google, Facebook, Instagram, Waze). También, se lanzaron tres campañas de fidelización para clientes Premium, con diversos beneficios en financiamiento y servicios.

En el período, Imperial aumentó 4 puntos liderando el Top of Mind del contratista de tableros, herramientas y materiales de construcción, con atributos destacados en variedad de productos, atención, cercanía y precios convenientes.

En materia de calidad de servicio, el NPS subió más de seis puntos. Todas las dimensiones mejoraron respecto al año anterior, destacando como mejor evaluada la de vendedor.

A su vez, se reformó el “Área de Visual y Diseño de Tiendas”, con la creación de manuales de comercialización, check list de exhibiciones de tiendas y auditorías externas de merchandising.

### Eficiencia y productividad

El año pasado, Imperial desarrolló el autoservicio en el 100% de los productos portables en la tienda de Huechuraba.

También, se efectuaron cursos para Ayudantes Avanzados, preparando 31 futuros cortadores; y se implementó un sistema de incentivo para trabajadores de Planta Centro de Corte y otro para vendedores de las tiendas de Puerto Montt, Temuco, La Serena, Concepción Hualpén, Maipú, Vespucio, Huechuraba y San Bernardo. A esto se sumó un programa para la mejora en la gestión y uso de discos de corte, originado por el Taller Lean.

A su vez, el taller Lean de Despacho en San Bernardo impactó positivamente en los tiempos de entrega de productos a clientes, así como en el orden de bodegas y en la motivación de los colaboradores. En base a los resultados de esta actividad, se replicó en las tiendas de Maipú, Rancagua, Reñaca, Concepción, Puerto Montt y La Serena. El taller Lean de despacho en logística permitió una mejor preparación de los pedidos y demarcación de zonas y flujos de trabajo.

### Hacia 2019

Durante 2019, se potenciará la capacidad y productividad tanto en tiendas como en plantas.

Entre otros aspectos de gestión, está prevista la réplica del modelo 100 % autoservicio en las tiendas de Temuco, Rancagua y Reñaca, la automatización del picking de tableros en el centro de distribución La Martina y el lanzamiento de e-Commerce en formato B2C, tanto en click&collect como en click&delivery.

Asimismo, se trabajará en la automatización de medios de pago con la incorporación de tótems receptores de contado, tarjetas y crédito interno; se realizará un programa de beneficio mutuo con la comunidad, a partir de una tarjeta de identificación que les permitirá acceso a descuentos y promociones especiales, y se implementará una nueva plataforma WMS para la operación del centro de distribución.

## Equipo gerencial Imperial



**1 Robinson Martínez Bustos**  
Gerente de Operaciones  
Contador auditor

**2 Edison Azúa Cáceres**  
Contralor  
Contador auditor e ingeniero  
comercial

**3 Francisco Apablaza Valenzuela**  
Gerente de Logística  
Ingeniero Civil

**4 Rodrigo Fuenzalida Frugone**  
Gerente General  
Ingeniero civil industrial

**5 Alejandro Vera Zuzulich**  
Gerente Administración y  
Finanzas  
Ingeniero civil industrial

**6 Christian Toloza Gómez**  
Gerente de Sistemas  
Ingeniero Civil Industrial

**7 Iván Donoso Mujica**  
Gerente Comercial  
Ingeniero agrónomo

**8 Pedro Flores León**  
Subgerente de Personas  
Contador General