



Reporte de Sustentabilidad

2020

Casaideas®



Casaideas®

GRI 102-1, 102-3, 102-5, 102-53

Datos Generales

Nombre de la empresa / Razón social Matriz Ideas S.A.
Naturaleza jurídica Sociedad Anónima Abierta
Domicilio legal / Dirección de la oficina principal Manuel Antonio Tocornal 356, Santiago de Chile
Sitio web <https://casaideas.cl/>
Teléfono principal (56-2) 23891000

Información de contacto

SUSTENTABILIDAD CASAIDEAS

Sheylla Pinto De la Sota - Gerente Sustentabilidad Casaideas

Daniela Cueto Ventura - Coordinadora de Sustentabilidad Casaideas

Teléfono: (56-2) 23891000

Puede enviar sus comentarios o dudas acerca de este reporte a: sustentabilidad@casaideas.com

ÍNDICE

5

INTRODUCCIÓN

- Mensaje del Directorio
- Mensaje del Gerente General Corporativo
- Principales cifras de nuestro 2020
- Cómo enfrentamos la pandemia en Casaideas

11

1. QUIÉNES SOMOS

- 1.1. Perfil de la compañía
 - Estructura de propiedad
 - Presencia en Latinoamérica
- 1.2. Portafolio de productos
- 1.3. Los pilares que nos mueven
- 1.4. Nuestro Gobierno Corporativo
- 1.5. Nuestro desempeño económico en 2020

30

2. GESTIÓN DE LA SUSTENTABILIDAD

- 2.1. Estrategia de sustentabilidad y compromisos ODS
- 2.2. Nuestros grupos de interés
- 2.3. Metodología del reporte

39

3. NUESTRO EQUIPO

- 3.1 Perfil de nuestros colaboradores
- 3.2 Diversidad e Inclusión
- 3.3 Transformación digital
- 3.4 Atracción y retención del talento
- 3.5 Formación y desarrollo profesional
- 3.6 Salud y seguridad ocupacional (SSO)

57

4. GESTIÓN DE CLIENTES

- 4.1 Perfil de nuestros clientes
- 4.2 Cultivando una relación de largo plazo
- 4.3 Salud y Seguridad para nuestros clientes

67

5. COMPRA SUSTENTABLE

- 5.1. Nuestra cadena de valor
- 5.2. Gestión de compra sustentable

77

6. GESTIÓN AMBIENTAL

- 6.1 Nuestro enfoque
- 6.2. Desempeño Ambiental 2020
- 6.3. Gestión de residuos

89

7. RELACIÓN CON LA COMUNIDAD

- 7.1. Vínculo con nuestro entorno

95

ANEXOS

- Índice GRI



Mensaje del Directorio

Nos complace dar a conocer nuestro segundo Reporte de Sustentabilidad en el que presentamos nuestro desempeño en materia económica, social y ambiental.

Habiendo sido un año particularmente complejo, por la pandemia provocada por el virus Covid-19, queremos darles las gracias a todos nuestros colaboradores por el compromiso mostrado con Casaideas y su capacidad de adaptarse a un entorno incierto y exigente; cada uno de ustedes ha contribuido significativamente a nuestra continuidad y diversificación digital, siendo una pieza fundamental para esta compañía. Asimismo, queremos agradecer a nuestros clientes su lealtad y paciencia. Muchas gracias por esperarnos y preferirnos cuando estuvimos listos para participar activamente del E-commerce.

Estamos muy orgullosos de que nuestra gestión en Sustentabilidad se haya proyectado desde el ADN de la compañía hacia nuestros colaboradores y clientes.

Los invitamos a revisar este documento que muestra nuestro trabajo y esfuerzo realizado este 2020.



ALEJANDRO YARAD
Presidente del Directorio Casaideas

“Muchas gracias por esperarnos y preferirnos cuando estuvimos listos para participar activamente del E-commerce”.

Mensaje del Gerente General Casaideas

Javier Rodas

GRI 102-14.



Este año ha sido particularmente difícil; un año que nos ha puesto a prueba, tanto a nivel personal como laboral, desafiando nuestra capacidad de adaptación y la forma en que veníamos trabajando.

La pandemia global, trajo como consecuencia una movilización como sociedad que nos llevó a todos a replantearnos nuevas formas de trabajo, las reales prioridades y a reaccionar rápidamente para adoptar medidas de cuidado de la seguridad, la salud y la fuente laboral de nuestros colaboradores; nuestra capacidad de ser resilientes se fortaleció a gran nivel y nos permitió adaptarnos y mantener de la mejor manera la continuidad de nuestras operaciones.

En este escenario, quiero compartir con ustedes que, **pese al impacto de la Pandemia, mantuvimos el compromiso corporativo de continuar con nuestra estrategia de Sustentabilidad y avanzar de la mano con los distintos Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, los cuales nos permiten mitigar el impacto social, económico y ambiental de nuestras operaciones, así como contribuir y tomar acciones que incidan de manera positiva en el planeta y la sociedad.**

Sin duda, este año fue complejo para toda la humanidad en esta línea adoptamos el teletrabajo para cuidar a nuestros colaboradores; preocupados por su bienestar, promovimos medidas de retención laboral y sistemas de compensación alternativos, junto con generar espacios de contención y brindar apoyo emocional para quienes así lo requieran.

Como compañía, trabajamos en analizar y robustecer todos nuestros procesos operacionales y aceleramos un

En este escenario, se reafirmó el compromiso de nuestros colaboradores, quienes se adaptaron a las duras, difíciles y cambiantes exigencias del contexto.

camino hacia la transformación digital y el e-commerce para resguardar nuestra vigencia en el mercado y sorprender con nuestro servicio y productos a todos nuestros consumidores.

En el camino nos encontramos con una gran lealtad de parte de nuestros clientes, los cuales entendieron nuestro proceso de adaptación que en muy poco tiempo logró poner en marcha nuestro proyecto de e-commerce en todos los países, pasando de una pequeña operación a desarrollar un negocio directo al cliente final y principalmente nos valoraron y premiaron por las conductas responsables con nuestros colaboradores.

Este 2020, también nos dio la oportunidad de invertir un período de tiempo para mirar el futuro y proyectarnos, es así como construimos un renovado Plan Estratégico Corporativo 2021-2023. En este plan establecimos diferentes iniciativas bajo 7 pilares estratégicos: - Desarrollo del Portafolio de Productos - Experiencia de Compra - Transformación Digital - Cadena Logística - Personas - Sustentabilidad - Expansión y Globalidad, estos son los pilares que regirán todo nuestro trabajo en los próximos meses y bajo los cuales se dispondrán los recursos y equipos para su correcto desarrollo.

Si bien la pandemia fue medular en la agenda 2020, este año hicimos un esfuerzo significativo como compañía, para dar continuidad al proceso de implementación de nuestra Estrategia de Sustentabilidad, entendiendo que este compromiso trasciende coyunturas sanitarias y proyecta nuestro desempeño ambiental, social y económico en el largo plazo.

Entre los hitos destacados del año, se encuentra el reconocimiento otorgado por Pacto Global de Naciones Unidas en la categoría de Derechos Humanos, por nuestro estándar de comercio ético y Gestión Responsable de la Cadena de Suministro, además Casaideas fue premiada como Gran Marca Empresa en Hall of Fame, ya que en los estudios Chile3d e ICREO fuimos destacados como una Gran Marca Ciudadana y Conectada con las personas. Finalmente medimos por primera vez nuestra Huella de Carbono Corporativa, de ese modo logramos obtener el reconocimiento del Ministerio de Medioambiente en Chile y en Perú con el Sello de Cuantificación.

Quiero agradecer a todos los colaboradores de Casaideas, por su esfuerzo, compromiso, paciencia, aprendizajes y capacidad de adaptación a estas nuevas circunstancias que nos han fortalecido como equipo para seguir adelante aún en tiempos difíciles.

Somos conscientes de que aún queda mucho por hacer, pero somos optimistas y desafiados, de igual forma estamos orgullosos del camino recorrido y seguiremos fortaleciendo nuestra Estrategia de Sustentabilidad, siendo responsables, transparentes en nuestro trabajo diario, en mantener nuestra integridad y ética, así como en hacer bien las cosas ya que creemos que es el único camino para fortalecer nuestros vínculos con nuestros clientes, con nuestros colaboradores y con nuestra comunidad.

De este modo, esperamos abordar el 2021 con la alegría y compromiso que nos caracterizan, movidos por los desafíos que nos impone nuestro entorno y el cariño con el que hacemos nuestro trabajo.

Finalmente, les dejo nuestro 2do Reporte de Sustentabilidad Corporativo el cual fue elaborado conforme a los nuevos estándares de la *Global Reporting Initiative* (GRI), opción Esencial y también indicadores propios de la compañía.



Javier Rodas

Gerente General Casaideas

PRINCIPALES CIFRAS CORPORATIVAS 2020



HUELLA DE CARBONO CORPORATIVA:

2.311 t CO₂eq.

TOTAL DE COLABORADORES

1.872

TOTAL DE M² CONSTRUIDOS EN TIENDAS:

66.940 

↓18%

SE REDUJO EL USO DE CAJAS DE EMBALAJE.



% DE MUJERES QUE SON PARTE DE LA DOTACIÓN:

65%



INGRESOS TOTALES:

US\$ 132.892.488

+3.500

PRODUCTOS CON CERTIFICACIÓN AMBIENTAL



UTILIDAD NETA:

US\$ 15.565.402



70%

DE LOS PROVEEDORES INTERNACIONALES ESTÁN AUDITADOS.



TOTAL DE TIENDAS:

74 

Nº TIENDAS NUEVAS:

3



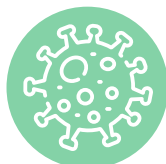
TOTAL DE TRANSACCIONES REALIZADAS A TRAVÉS DE E-COMMERCE:

US\$ 14.551.590

SOLO EN CHILE



CÓMO ENFRENTAMOS LA PANDEMIA EN CASAIDEAS



El año 2020 fue un año especial en muchos sentidos; un **año demandante y complejo a partir de la crisis mundial derivada de la pandemia por el Covid-19**, en el que nos vimos enfrentados a muchos cambios y a una permanente sensación de incertidumbre. En este contexto nos vimos desafiados a adoptar una serie de medidas para resguardar la continuidad de nuestro negocio.

Ante este escenario, diseñamos un plan de trabajo que permitió concentrar nuestros esfuerzos en dos objetivos centrales: **el cuidado de las personas y la continuidad operacional**. A lo largo de este Reporte describimos en detalle cada una de las acciones que llevamos a cabo para hacer frente a estos desafíos, sin embargo, quisimos consolidar las iniciativas más destacadas en esta sección con la intención de transmitir nuestro compromiso con la salud y fuente laboral de nuestros colaboradores, junto a la preocupación por sostener el funcionamiento de todas nuestras operaciones Casaideas para facilitar y alegrar la vida de nuestros clientes.



Con respecto a **nuestros colaboradores durante el 2020 decidimos congelar cualquier movimiento o desvinculación durante el segundo trimestre del año**, período en que se iniciaron las cuarentenas y otras medidas establecidas por las autoridades locales y nacionales que nos impidieron seguir funcionando de manera normal. Asimismo, mantuvimos los salarios de nuestro equipo de tiendas, entendiendo que estaban impedidos de ejercer sus labores, e impulsamos una serie de fórmulas alternativas en materia de compensación, incluyendo rebajas salariales temporales para las posiciones profesionales y administrativas de mayor jerarquía, las que retribuimos en diciembre.

Ahora bien, en el caso de los **puestos de operación crítica** que debieron mantenerse en terreno, **desarrollamos estrictos protocolos de salud y seguridad**, incorporando nuevos elementos de seguridad personal y rutinas de sanitización en los centros de distribución y en los vehículos de transporte.





En términos operacionales, avanzamos de manera importante en diversos procesos de **transformación digital**, siendo posible mantener a todos nuestros colaboradores activos, gracias al **teletrabajo**. Asimismo, llevamos a cabo un paquete de medidas orientadas a detectar las condiciones de salud mental de nuestro equipo, incluyendo un acompañamiento emocional, así como actividades de contención. Para más detalles sobre estas iniciativas, revisa la sección 3.4 del presente reporte.

En relación a nuestros clientes, quisimos mantenernos cerca pese al cierre de nuestras tiendas físicas, por lo que trabajamos incansablemente para **robustecer o lanzar nuestras tiendas online**. En el caso de Chile, nos vimos tremendamente desafiados al registrar un **aumento de más de 400 veces en nuestra demanda habitual de compras online**, siendo necesario reconfigurar la logística de estas operaciones para responder en tiempo y forma a las preferencias de nuestros clientes. De ello se desprende, nuestra decisión de abrir un nuevo Centro de Distribución: La Farfana, dedicado exclusivamente al E-commerce que actualmente, permite acceder a una amplia gama de productos, configurada en función de cada temporada y nuestra vocación por contribuir al bienestar de quienes nos prefieren.



En Colombia diseñamos un plan de trabajo, basado en dos líneas de acción; la primera, refiere a la **alianza suscrita con Rappi** y a la necesidad de generar un sistema de abastecimiento y delivery que permitiera responder a la inmediatez que caracteriza a esta plataforma, y la segunda, apunta al **desarrollo del canal de ventas online que favorece la interacción directa con cada uno de nuestros clientes**. La implementación exitosa de ambas medidas se debe en gran medida, al esfuerzo de nuestro equipo que se adaptó rápidamente a las exigencias del escenario provocado por la pandemia.

En Perú, también fue necesario establecer una estrategia para atender la demanda por nuestros productos, mientras generábamos nuestra plataforma de E-commerce. Así, suscribimos una alianza con Platanitos, un **marketplace local que nos permitió responder a nuestros clientes hasta el lanzamiento de nuestro canal de ventas**, en noviembre de 2020.



En el caso de Bolivia, nos enorgullece haber transitado hacia la digitalización de nuestras operaciones, **desarrollando la plataforma de E-commerce** con la promesa de despachar en 72 horas desde la recepción de la compra; meta que superamos ampliamente al ajustar nuestro sistema de logística, **pudiendo entregar las compras realizadas en 24 horas**.

Para más información sobre el desarrollo de nuestras tiendas virtuales, revisa la **sección 4.3 del presente reporte**.



1 Quiénes somos



1.1 Perfil de la compañía

GRI 102-2, 102-4, 102-6, 102-7.

Casaideas es la marca bajo la cual se conoce a la sociedad anónima abierta Matriz Ideas, tiene base en Chile y pertenece al holding Colony Latam. Nuestro sello diferenciador estriba en acercar el diseño a todos los hogares de Latinoamérica, a través de productos atractivos, con diseño de punta, funcionales y accesibles para todos.

Nuestra compañía fue creada en 1993 por Mauricio Russo y Claudia Venegas, con la propuesta visionaria de marcar una tendencia diferenciadora en el rubro de decoración de hogar, cuyo logro se materializó en el posicionamiento de una oferta inexistente hasta ese momento. Hoy, nuestro compromiso es democratizar el diseño, es decir, permitir que llegue a todas las personas y sus espacios favoritos de la casa, entregando una oferta única de productos en los distintos países donde operamos, al alcance de todos, sin importar su origen o condición.

Nuestra historia

Los orígenes de nuestra empresa se remontan a la experiencia de sus fundadores, quienes han trabajado desde 1992 creando un círculo virtuoso de creatividad, al incorporar el espíritu emprendedor de Mauricio, por un lado, y las habilidades y visión en torno al diseño de Claudia, por otro. Actualmente, ambos forman parte del Directorio de nuestra compañía, siendo Mauricio el líder del desarrollo de nuevos negocios, mientras que Claudia concentra sus energías en la gestión de innovación, desarrollo y branding de nuestra marca.

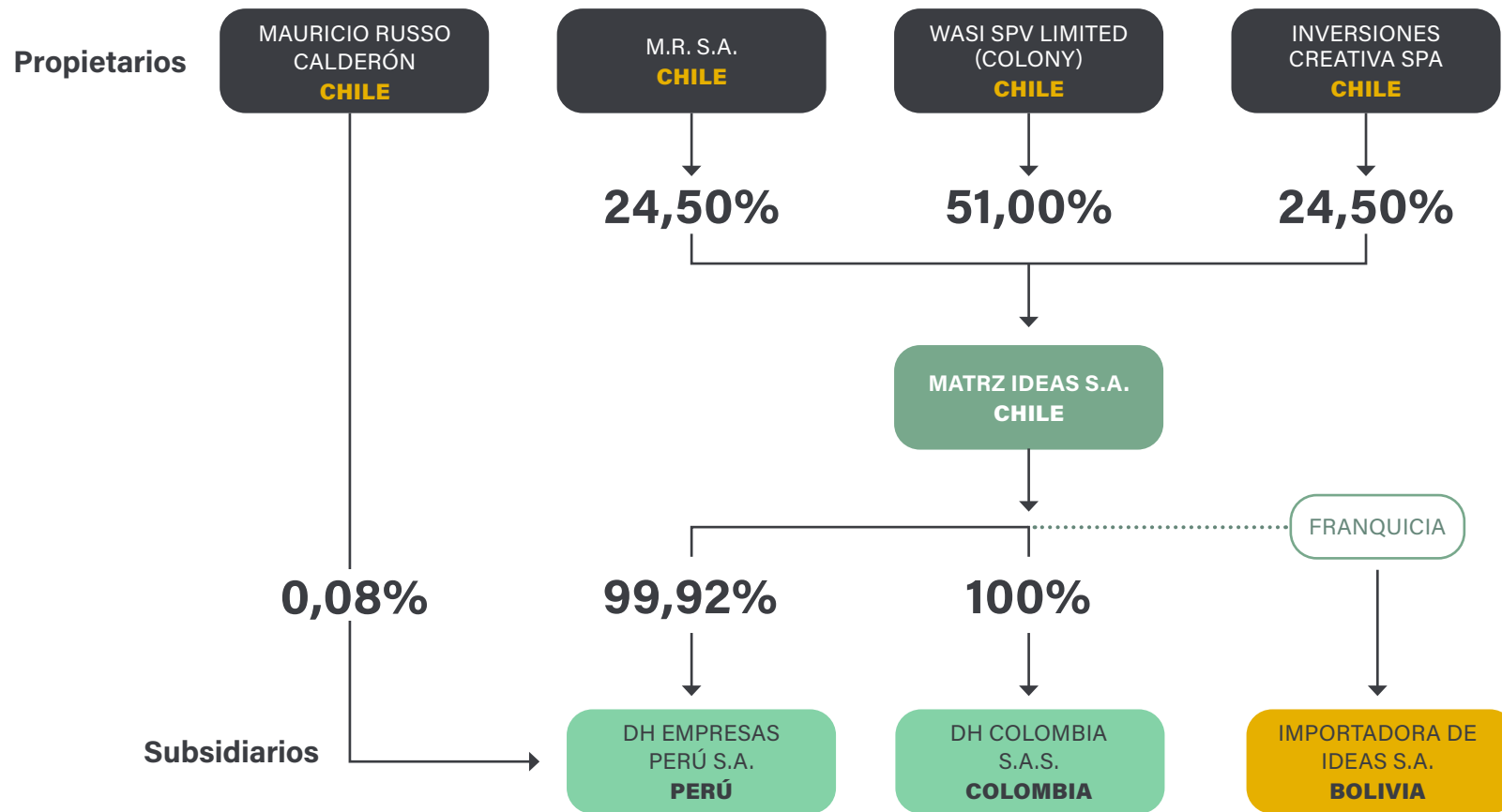
Desde nuestros comienzos, contamos con un equipo diverso y nuestro modelo de negocios se basa en el diseño que se crea en Chile, se produce en Asia y se comercializa a lo largo de Latinoamérica con tiendas en Chile, Perú, Colombia y Bolivia.



Durante el año 2020, nuestro mix comercial contó con más de 3.800 SKUs.

Estructura de propiedad

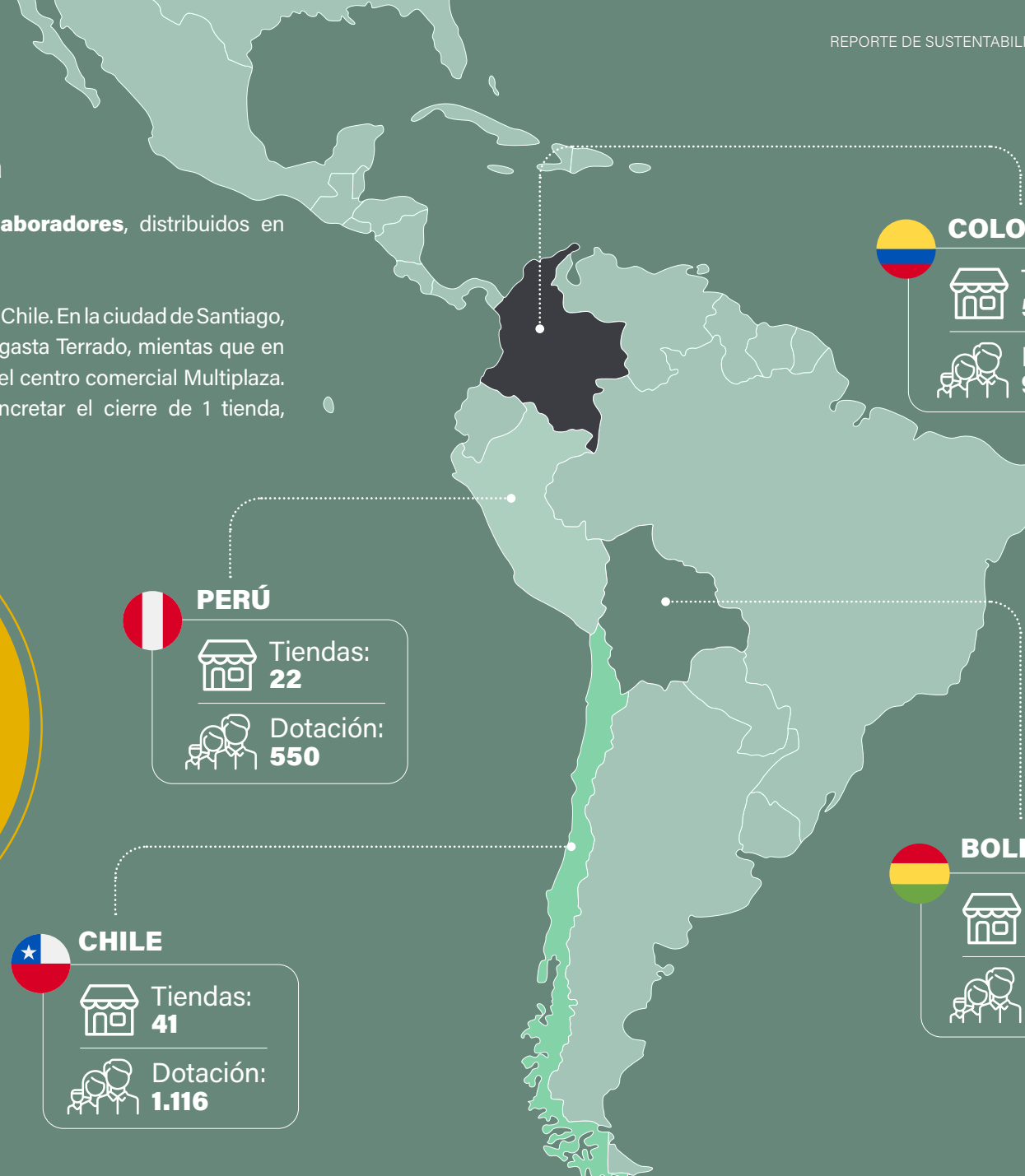
Casaideas es el nombre comercial de nuestra compañía, cuya razón social corresponde a Matriz Ideas S.A. Su estructura de propiedad se distribuye de la siguiente forma:



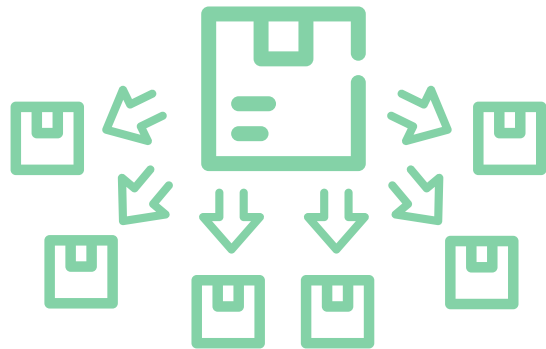
Presencia en Latinoamérica

Contamos con **74 tiendas** y **1.872 colaboradores**, distribuidos en **Chile, Perú, Colombia y Bolivia**.

Durante 2020, abrimos 2 nuevas tiendas en Chile. En la ciudad de Santiago, Casa Costanera y en Antofagasta: Antofagasta Terrado, mientras que en Bogotá, Colombia abrimos una tienda en el centro comercial Multiplaza. Lamentablemente, también debimos concretar el cierre de 1 tienda, ubicada en Santiago Centro, Chile.



Presentamos, a continuación, la distribución de **nuestras tiendas Casaideas en las principales ciudades de cada país** donde operamos en la región. Cada una de ellas representa el esfuerzo y compromiso de nuestra compañía por democratizar el diseño desde un enfoque sustentable, y ser capaces de llevarlo a nuevos lugares de nuestro continente latinoamericano.

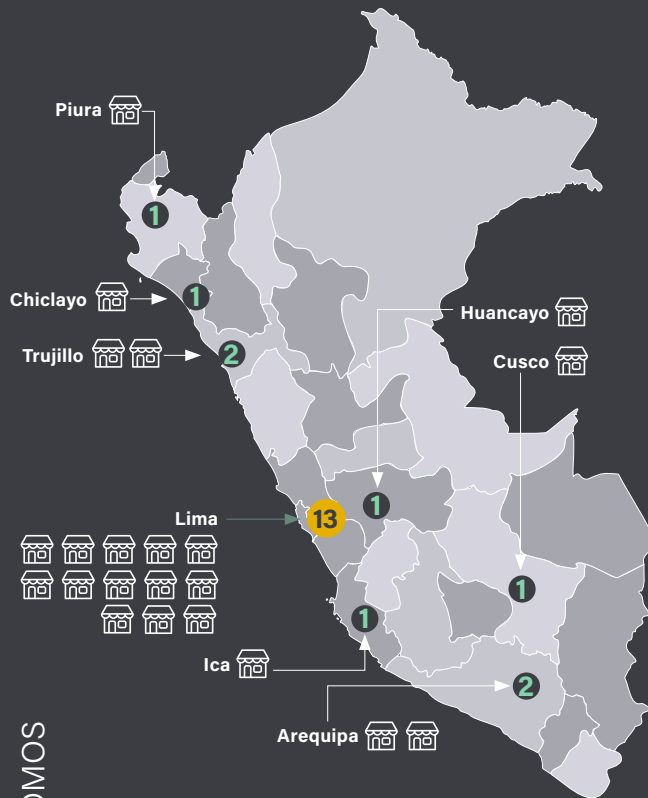


Contamos con un total de 5 Centros de distribución como compañía, distribuidos de la siguiente forma:

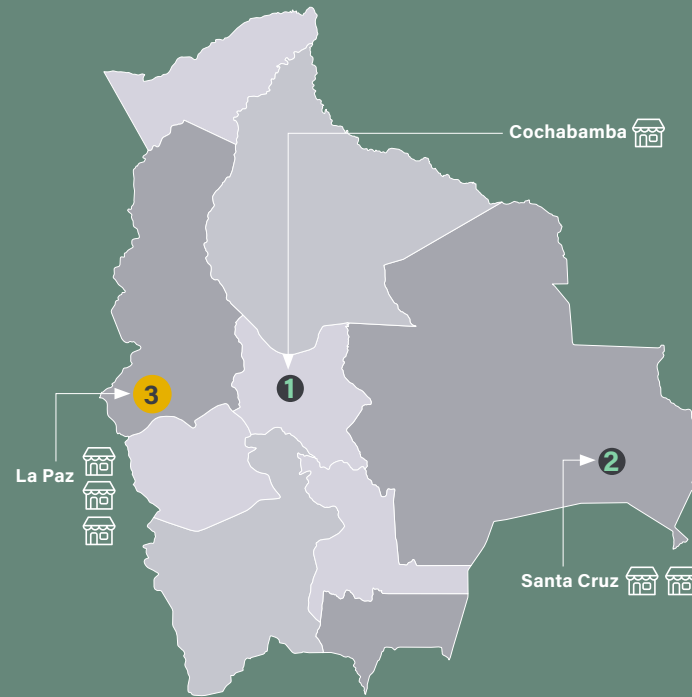
- 🇨🇱 Chile: **2**
- 🇵🇪 Perú: **1**
- 🇨🇴 Colombia: **1**
- 🇧🇴 Bolivia: **1**



22 Tiendas en:
PERÚ



6 Tiendas en:
BOLIVIA



5 Tiendas en:
COLOMBIA



1.2 Portafolio de productos

GRI 102-2, 102-4, 102-6, 102-7.

Nuestro mix de productos considera dos grandes categorías: Casa y Niño. En ambas, renovamos nuestro portafolio cinco veces al año, con el fin de sorprender constantemente a nuestros clientes.



CASA



MUNDO COCINA

Son todo tipo de productos para cocinar y se presentan conforme a tres principales actividades: organizar y almacenar; cocinar y preparar, y el lavado. Por ejemplo: contenedores, condimenteros, bowls, tablas, ralladores, coladores, ollas y bandejas; seca platos, dispensadores de jabón, cepillos y esponjas, tablas de planchar. Además, ofrecemos algunos productos para mascotas.



MUNDO MESA

Diseños que buscan satisfacer todos los requerimientos de una bella mesa servida: cubiertos, vasos, tazas, manteles, individuales, azucareros, paneras, por mencionar algunos. Este portafolio contempla además elementos de apoyo para celebraciones, artículos de cóctel y especialidades.



MUNDO DORMITORIO

Son aquellos productos necesarios para que el cliente disfrute un ambiente de descanso perfecto y reparador como almohadas, cubre colchones, cubiertas de cama, sábanas, cojines, bajada de cama y pies de cama, entre otros.



MUNDO ESTAR

Está conformada por los productos decorativos y funcionales para dar ambiente a la sala de estar o living y tenemos una completa oferta de textiles como cojines, alfombras, cortinas y productos deco para dar personalidad a los espacios además tenemos una completa colección de velas y aromas enfocados en la armonía y el bienestar.



MUNDO BAÑO

Son aquellos productos de la línea enfocados en ambientar y organizar el baño, como cortinas, toallas, menaje, espejos y productos de cuidado personal y relajación, como también fitness y yoga.



ORGANIZADORES

Línea de productos especialmente pensada para organizar la casa de la mejor manera posible y sacar ventaja de todos los espacios. Está enfocada principalmente en el closet, escritorios y bodegas.



PAPELERÍA

Productos necesarios para trabajar y organizar el escritorio: libretas, calendarios y planificadores, carpetas, lápices, pizarras, corcheteras, tijeras, entre otros. También trabajamos una línea de producto enfocada en pasatiempos, como manualidades, bordado y costura.



JARDÍN

Esta línea tiene una oferta completa de productos para armar un jardín tanto interior como exterior, macetas, jardineras, herramientas, soportes y productos especializados en el cuidado y mantenimiento de las plantas. También está la línea de huerta en casa, con semillas y sustratos, almacigueras y soportes de cultivo.



ARTÍCULOS DE TEMPORADA

Se compone de productos de uso personal y estacionales para el invierno o verano: pantuflas, calcetines, mochilas, paraguas y botas de agua; toallas de playa y batas de playa, entre otros.

NIÑO



MUNDO DORMITORIO

Se ofrece un mix de productos con todo lo que se necesita para la cama y el descanso del niño.



MUNDO BAÑO

Son productos como Juguetes y toallas para entretener mientras se realizan hábitos.



MUNDO BEBÉ

Desarrollamos un conjunto de productos para el dormitorio y uso personal de los bebés: frazadas, sábanas de cuna, cojines, biberones, toallas, calcetines, mochilas.



ORGANIZADOR Y DECORADOR DE PIEZAS

Mix de productos que decoran y organizan los espacios donde un niño lleva a cabo sus actividades diarias mientras está en casa: luminarias, cajas y algunos muebles.



JUGUETES

Diseñamos juguetes para niños en todas las etapas de crecimiento y buscamos explorar cosas nuevas y desarrollar habilidades: tableros, artesanías, disfraces, puzles, por citar algunos.



PAPELERÍA NIÑOS

Productos de papelería para niños, entre ellos, libretas de notas, lápices y gomas de borrar.



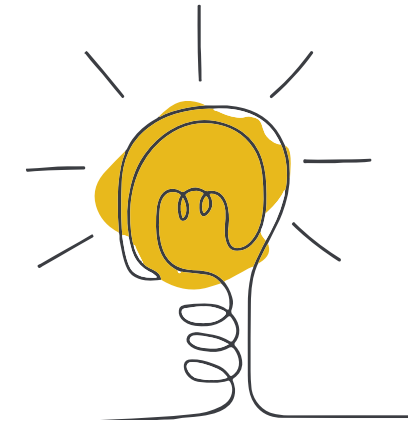
ARTÍCULOS DE TEMPORADA

También creamos productos estacionales para el uso de los niños en la casa y fuera de ella: paraguas, impermeables, baldes, toallas.



1.3 Los pilares que nos mueven

GRI 102-2, 102-4, 102-6, 102-7.



Diseñar productos innovadores, bellos y funcionales. Que sean asequibles e inclusivos para mejorar, alegrar y simplificar la vida de las personas, aspirando a ser sustentables en lo económico, con la comunidad y el medio ambiente.

NUESTRO PROPÓSITO



1. QUIÉNES SOMOS

NUESTRA VISION



Creemos en democratizar el diseño y expandir sus límites, porque estamos convencidos que, a través de él, las personas pueden obtener bienestar, expresar y renovar su identidad, crear ambientes más alegres y generar espacios cotidianos de juegos y creatividad.



Austeridad

Usamos creativamente todos los recursos al máximo y somos sencillos en el "Cómo".



Desafiados

Buscamos ser inquietos, flexibles e innovadores en nuestra forma de trabajar.



Accountability

Somos responsables de nuestras acciones y buscamos la excelencia.



Transparencia

Estamos humildemente orgullosos de lo que somos. Decimos lo que pensamos asertivamente.



Co-creación

Co-creamos y colaboramos desde nuestro rol para el éxito del equipo.



Alegría y Pasión:

Amamos lo que hacemos. Tenemos dedicación por nuestra misión, clientes, compañía y nosotros mismos.



Servicio

Nos esforzamos por superar las expectativas de nuestros clientes internos y externos, con la mejor actitud.



Diversidad

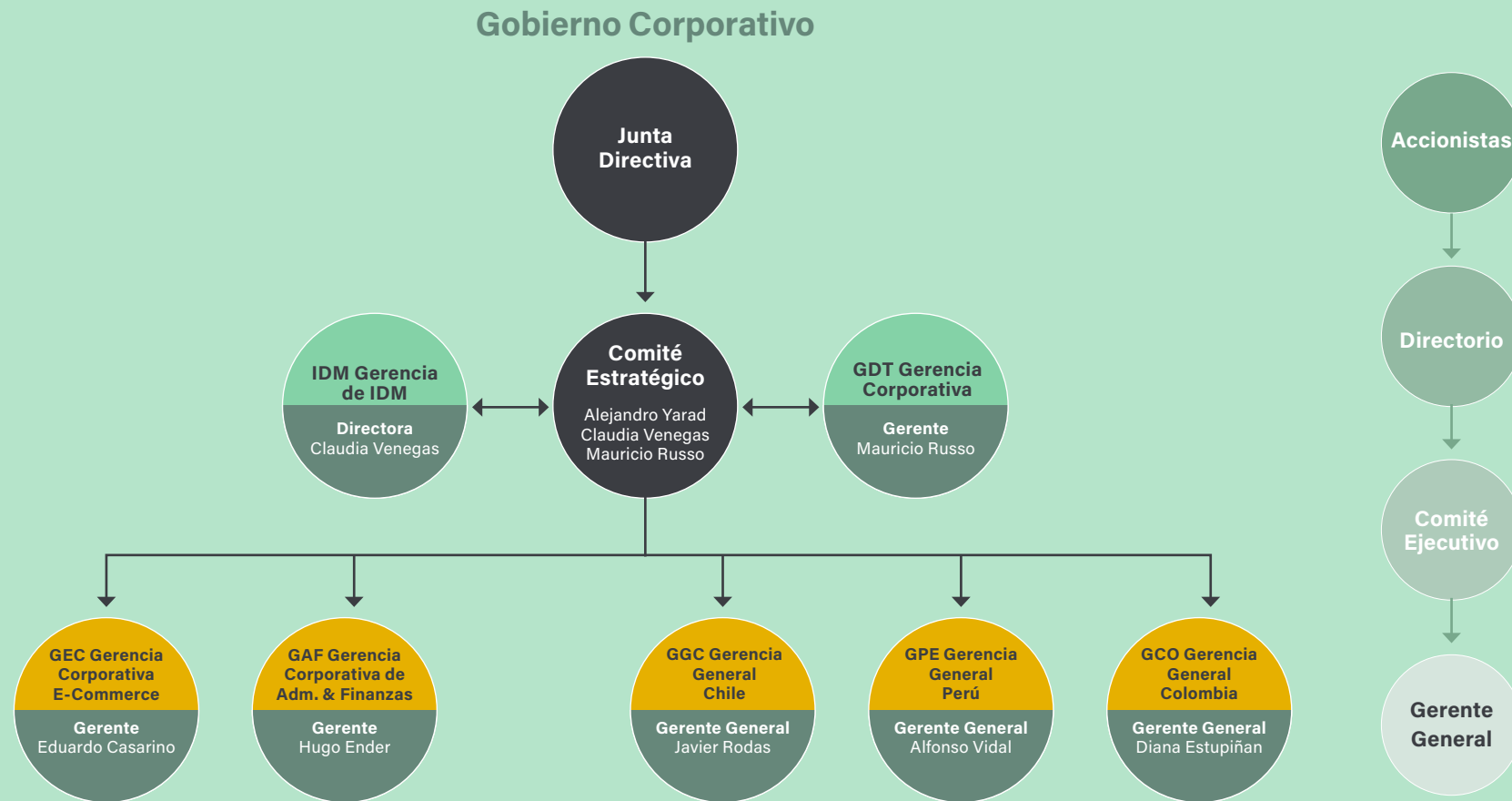
Valoramos las individualidades, celebramos las diferencias.

NUESTROS VALORES

1.4 Nuestro Gobierno Corporativo

GRI 102-16, 102-18, 102-22, 102-23, 206-1, IP1, IP2.

Los órganos de gobierno que dirigen nuestra compañía son la Junta Directiva (Directorio) y el Comité Estratégico.



Nuestro Directorio

Nuestra Junta Directiva se compone de siete miembros permanentes, entre los que se encuentran seis hombres y una mujer. El Directorio es presidido por Alejandro Yarad, y registró 12 sesiones celebradas durante el año.

TITULAR	FECHA PRIMERA ELECCIÓN	PROFESIÓN	SUPLENTE	PROFESIÓN
Alejandro Yarad	11-mar-2013	Ingeniero comercial	Daniel Dacarett	Ingeniero comercial
Héctor Martínez	29-dic-2016	Abogado	Eduardo Cortina	Ingeniero industrial
Norberto Rossi	07-jul-2017	Lic. Administración de empresas	Aziz Moolji	Ingeniero Eléctrico
Miguel Olea	29-dic-2016	Ingeniero comercial	Sebastián Petrozzi	Lic. Administración de empresas
Gerardo Mendoza	29-dic-2016	Lic. Economía	Regina Sierra	Analista financiero
Claudia Venegas	22-jul-2005	Diseñadora	Bernardo Iparraguirre	Psicólogo
Mauricio Russo	28-abr-2016	Empresario	Marcelo Weisselberger	Lic. Administración de empresas

Alta administración y principales ejecutivos

Nuestra Junta Directiva se compone de siete miembros permanentes, entre los que se encuentran seis hombres y una mujer. El Directorio es presidido por Alejandro Yarad, y registró 12 sesiones celebradas durante el año.

Alta Administración

NOMBRE	CARGO
Claudia Venegas	Gerente de Innovación, Desarrollo y Marca (IDM), Socia Fundadora
Mauricio Russo	Gerente Corporativo de Desarrollo de Tiendas, Socio Fundador
Javier Rodas	Gerente General Chile
Alfonso Vidal	Gerente General Perú
Diana Estupiñan	Gerente General Colombia

Gerencias IDM

NOMBRE	CARGO
Olga Yuz	Gerente Comercial Matriz
Sheylla Pinto de la Sota	Gerente de Sustentabilidad
Silvana Gandolfo	Directora de Arte / Directora de Marketing
María Gloria Carnott	Directora VM Matriz
William Bencuya	Sub-Gerente COMEX

Gerencias Chile

NOMBRE	CARGO
Eduardo Casarino	Gerente de E-Commerce
Daniel Novoa	Gerente Operación Tiendas
Carolina Tobar	Gerente Comercial
Ivo Bustos	Gerente de Supply Chain
Hugo Ender	Gerente de Administración y Finanzas
Humberto Proschle	Gerente de Tecnología
Francisca Herrera	Gerencia de Personas

Departamento de Diseño

NOMBRE	CARGO
René Casanova	Director Creativo Casa / Estar ; Casa / Terraza
Valentina Figueroa	Director Creativo Casa / Mesa
Margarita Thomas	Director Creativo Casa / Cocina
María Paz Sañudo	Director Creativo Casa / Papelería ; Casa / Baño
Patricia Bastías	Director Creativo Casa / Dormitorio ; Casa / Promocionales ; Casa / Organizadores
Tamara Muñoz	Director Creativo Niño / Juguete ; Niño / Papelería ; Niño / Decoración
Beatriz Quezada	Director Creativo Niño / Dormitorio ; Niño / Promocionales ; Bebé ; Pascua

Gerencias Casaideas Colombia

NOMBRE	CARGO
Andrea Pedraza	Sub-Gerente Logística
Andrea Samaniego	Sub-Gerente Comercial

Gerencias Casaideas Perú

NOMBRE	CARGO
Licette Arrese	Gerente de Finanzas
Adolfo Carreño	Sub-Gerente Logística
Karla arevalo	Sub-Gerente Comercial

Gerencias Casaideas Bolivia

NOMBRE	CARGO
Alejandra Aguirre	Gerente General
Rossana Vasquez	Sub-Gerente Comercial
Leonel Guzman	Sub-Gerente Administración y Finanzas
Mihael Delgadillo	Sub-Gerente Operaciones y Logística

Durante 2020, producto de una serie de procesos impulsados por la pandemia, realizamos una serie de cambios en nuestra estructura organizacional, hasta llegar a la forma que presentamos en los esquemas anteriores. De esta forma:

→ Fortalecimos la **Gerencia de Personas**, al sumar el Departamento de Formación y Comunicaciones Internas además de reestructurar el área de Atracción, Gestión de Personas y Compensación.

→ Fortalecimos la **Gerencia de E-commerce**, amplificando sus capacidades y unidades de trabajo, al crear también bajo esta área la Unidad Comercial, Marketing y Product Owner.

→ Creamos la **Subgerencia de Compras y Procesos**, compuesta a su vez por tres subdepartamentos: Compras, Procesos y Auditoría.

→ Incorporamos bajo esta renovada Gerencia el **Departamento de Servicio al Cliente**, de manera de agregar capacidad para entregar la correcta orientación y respuesta a nuestros clientes.

→ Renovamos el área de **Tecnología**, incorporando una célula digital y robusteciendo las posiciones de seguridad, operación e infraestructura.

Comités de Directorio

Contamos con una serie de Comités en nuestra estructura organizacional, compuestos por miembros del Directorio y altos ejecutivos, cuyo objetivo es garantizar y mantener una gestión transparente y de accountability de cara al Directorio y a nuestros principales grupos de interés.

Destacamos los tres principales Comités a continuación.



Comité Financiero y Comercial

Comité mixto, compuesto por directores y ejecutivos que busca garantizar la viabilidad de los negocios de nuestra compañía en el corto, mediano y largo plazo; aprobar las propuestas de financiamiento, así como definir los bancos y montos máximos de línea para operar. El comité sesionó 8 veces durante 2020.



Comité de Sustentabilidad

Integrado por el Gerente General, Gerente de Sustentabilidad, Gerente Comercial Corporativo, Directora de Marketing y Gerente de Supply. Su principal función es monitorear el cumplimiento de la Estrategia de Sustentabilidad de nuestra compañía. El comité sesionó dos veces durante 2020.



Comité de Crisis de Recursos Humanos

Especialmente creado en marzo de 2020, como parte de nuestra rápida respuesta frente al escenario de pandemia. Integraron este comité la Gerente IDM, el Director y Socio Fundador, el Gerente General Corporativo, el Gerente Administración y Finanzas así como la Gerente de Personas. Este comité sesionó de manera extraordinaria para dar seguimiento a los temas más críticos de la empresa en materia laboral y a los eventos derivados del Covid-19. Se tomaron decisiones estratégicas en torno a las remuneraciones del equipo, la continuidad laboral y las condiciones de teletrabajo, así como también acciones tácticas de contención, la presentación periódica de medidas, el seguimiento de medidas dictadas por las autoridades locales y la preparación del retorno para la apertura de tiendas.

Ética y transparencia

Uno de los principales focos de nuestra Estrategia de Sustentabilidad Casaideas, corresponde a **ética**, donde nos comprometemos a transparentar, medir y socializar nuestra gestión con todos nuestros grupos de interés, en términos de sustentabilidad y responsabilidad social. Este segundo reporte de sustentabilidad es un fiel reflejo de este encargo.

En esta materia contamos con un **Sistema de Gestión Ética** compuesto por nuestro Código de Ética y Conducta,

sumado a nuestro Modelo de Prevención de Delitos, los distintos canales de denuncia y una política de puertas abiertas de la Gerencia de Personas para promover la transparencia en materia laboral, de carácter imparcial y disponible para todos nuestros colaboradores en Chile, Perú, Colombia y Bolivia.

El **Código de Ética y Conducta** es el documento que define el comportamiento esperado de todos quienes conformamos Casaideas, incluyendo directores, ejecutivos, jefaturas y colaboradores. Buscamos que sea un fiel reflejo de nuestros valores y objetivos, y que éstos sean plasmados en todos los procesos de toma de decisión en nuestra organización.

En particular, el documento define una serie de decisiones y conductas éticamente esperadas, que en conjunto dan forma al comportamiento ético en el lugar de trabajo y en la industria, así como en la comunidad, medio ambiente y en relación con la autoridad legal competente. De tal forma, procuramos que todo nuestro equipo internalice los lineamientos y normativas técnicas, legales y profesionales aplicables de acuerdo con nuestro sistema de valores y principios, así como respecto de la legislación nacional vigente en la materia.

Por su parte, nuestro equipo de líderes y alta administración tienen la tarea de transmitir de manera adecuada, transparente y confiable todos los compromisos éticos que hemos definido como compañía, junto con velar por una gestión oportuna de aquellas consultas y denuncias que se reciban.

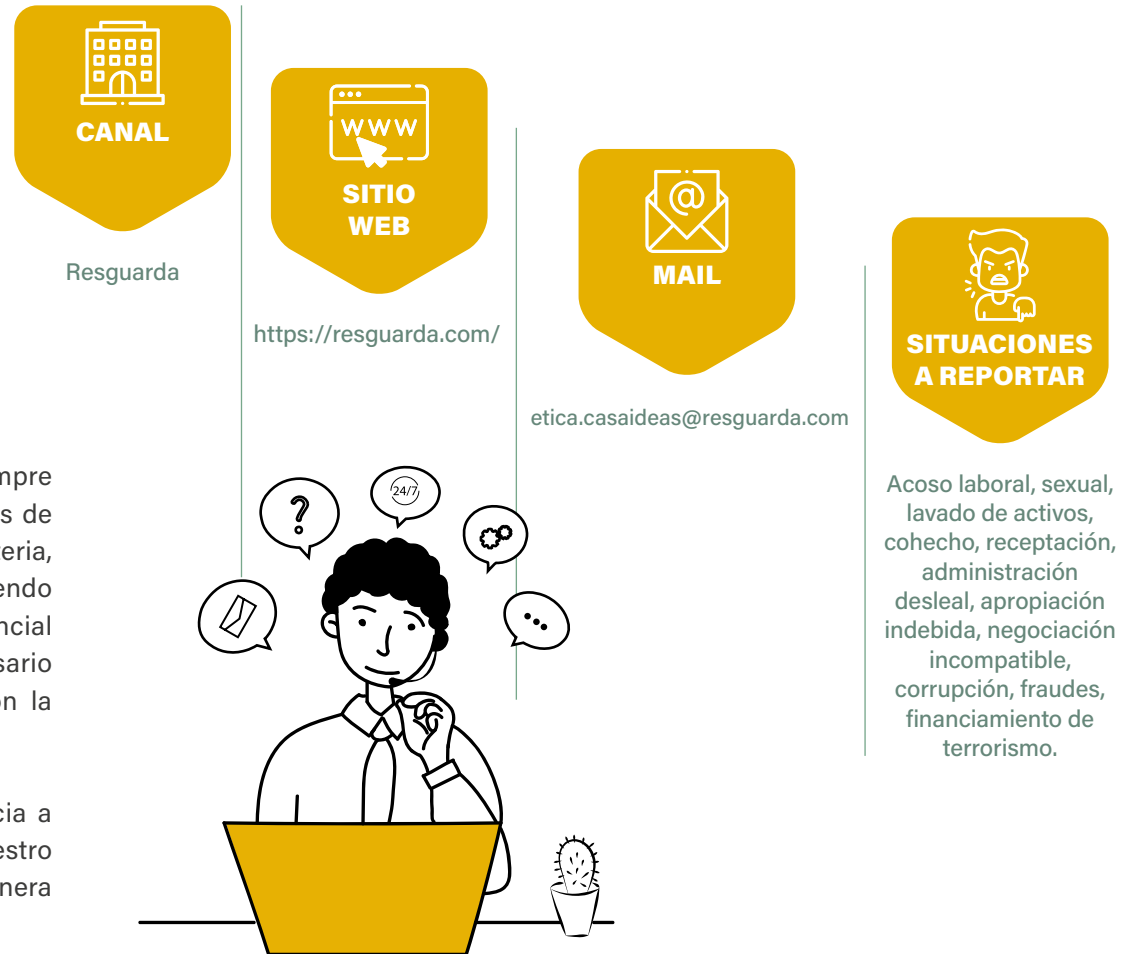
Durante 2020 recibimos 3 denuncias a través de los distintos canales y 6 demandas laborales. Todos los procesos se cerraron durante 2020. Ninguna de estas denuncias respondió a temas de corrupción, discriminación o acciones jurídicas que atenten contra el buen funcionamiento de la compañía.

Durante 2020 no registramos acciones jurídicas pendientes o finalizadas en relación con temas de competencia desleal, prácticas monopólicas o contrarias a la libre competencia.

En caso de cualquier duda o sospecha, siempre recomendamos preguntar, informar y denunciar a través de los distintos canales que hemos dispuesto para esta materia, colaborando en caso de alguna investigación y siendo nuestro deber asegurar la recepción, análisis confidencial de la información, y cierre efectivo, salvo que sea necesario o requerido actuar de modo diferente de acuerdo con la legislación vigente.

Durante 2020, difundimos nuestros canales de denuncia a través de un piloto de capacitación online en torno a nuestro Código de Ética y Conducta, reforzando también de manera interna nuestra Política de Regalos e Invitaciones.

El principal canal de consulta y denuncia creado para informar situaciones que atenten contra nuestro Código de Ética y Conducta en la compañía son los siguientes:



Nuestras directrices respecto de lineamientos éticos derivan de un conjunto de políticas y documentos guía que nos permiten reportar una gestión óptima en este ámbito. Entre ellas destacamos, el Manual de Gobierno Corporativo, Manual de Gestión de Riesgos, el Manual de Compliance Corporativo y nuestras Políticas Anticorrupción.

Junto con esto, trabajamos al alero de nuestros instrumentos maestros en materia de sustentabilidad, la Política Social y Ambiental y la Estrategia de Sustentabilidad Casaideas, cuya hoja de ruta nos permite crear un equilibrio entre el planeta, la sociedad y nuestra empresa, al mismo tiempo que define la

posición de Casaideas en relación con temas de equidad de género, diversidad e inclusión.

Así mismo, con el afán de seguir superándonos continuamente, hoy estamos trabajando en actualizar nuestro sistema de ética y hacerlo más cercano a nuestros colaboradores, clientes y proveedores, junto con reforzar y ampliar nuestro canal de denuncias.

Por último, durante 2020, identificamos 3 grandes *clusters*, responsables de funciones centrales en materia de integridad y ética:



Gerencia General

Responsable de la evaluación del Directorio, desempeño, presupuesto, plan de sucesión y aprobación de políticas corporativas. Desde el rol del Gerente General, su rol estuvo en difundir los lineamientos señalados por el Directorio a través de los distintos comités de trabajo presentados.



Gerencia de Finanzas

A cargo de dar cumplimiento a la Contraloría y auditoría interna de procesos clave, control e implementación del Modelo de Prevención de Delitos y la gestión y mitigación de los riesgos de la compañía.



Gerencia de Sustentabilidad

Responsable de la coordinación y reportabilidad del Código de Ética y canal de denuncias éticas, compromisos Naciones Unidas y la supervisión de los temas laborales, medioambientales, la salud ocupacional y el servicio al cliente.

1.5 Nuestro desempeño económico en 2020

GRI 102-7, 201-1, 203-1, IP25, IP26.

La pandemia trajo consigo las más diversas consecuencias, siendo sus efectos económicos uno de los más significativos. Nuestra compañía no estuvo ajena a esa realidad y el cierre de nuestras tiendas por varios meses impactó de manera significativa nuestros ingresos y las condiciones de trabajo para nuestros colaboradores y proveedores.

No obstante, logramos cerrar el año con cifras positivas, aunque muy por debajo de lo presupuestado. Por ello, debemos agradecer a nuestros colaboradores y proveedores, pues su esfuerzo y compromiso fueron factores clave que incidieron en este resultado. Tanto el personal en tienda, como los equipos de las áreas de apoyo hicieron un gran despliegue de sus capacidades y eso, sin duda, se reflejó en los resultados que obtuvimos.

Entre las principales acciones de gestión financiera que llevamos a cabo con nuestros proveedores de servicios y arrendatarios de nuestros locales estuvieron las siguientes:

- **Negociación con Proveedores de Servicios**
- **Negociación con Proveedores de Arriendo de Locales Comerciales**
- **Restricción a las Compras**
- **Optimización de los Inventarios**

Estas gestiones nos permitieron ahorrar un total de USD 3.277.305 (sobre BP), lo que se tradujo en ahorros que bordearon el 30% en cuanto a contratos de arriendo (29,7%) y 15% en otros gastos.

También debemos agradecer a nuestros clientes, quienes nos siguieron prefiriendo para fechas importantes como el Día de la Madre o Navidad, aprovechando el despliegue progresivo de nuestra tienda online.

Esto, a su vez, nos permitió realizar inversiones en infraestructura que alcanzaron los USD 2.448.211 y que corresponden a las nuevas tiendas que abrimos durante 2020, incluyendo Casa Costanera y Antofagasta Terrado, en Chile.



VALOR ECONÓMICO GENERADO A LOS GRUPOS DE INTERÉS

Valor Económico Generado y Distribuido (VEGD)

USD 15.565.402

I. Valor económico directo generado: ingresos

USD 132.892.488

II. Valor económico distribuido: costes operacionales, salarios y beneficios de los empleados, pagos a proveedores de capital, pagos al gobierno (por país) e inversiones en la comunidad;

Costos operacionales **-USD 62.696.951**

Salarios **-USD 21.849.719**

Beneficios de los empleados **-USD 892.398**

Pagos a proveedores de capital **-USD 31.888.019**

Pagos al Gobierno **USD 0**

III. Valor económico retenido: "el valor económico directo generado" menos "el valor económico distribuido".

Valor económico generado **USD 15.565.402**

Valor económico distribuido **USD 0**

Total

USD 15.565.402

2 Gestión de la sustentabilidad



2.1 Estrategia de sustentabilidad y compromisos ODS

GRI 102-40.

En Casaideas, venimos trabajando diversos temas que representan desafíos ambientales y sociales para nuestra organización, los cuales se formalizaron desde el año 2019 cuando lanzamos nuestra primera versión de la Estrategia de Sustentabilidad 2020-2024.

A partir de 2020, Casaideas adhiere a la iniciativa del Pacto Global de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), que se constituye como un puente estratégico entre el mundo empresarial y la ONU para ser el principal catalizador de las transformaciones en torno a los temas críticos de la sustentabilidad en el mundo.

Las más de 13.000 empresas que participan del Pacto Global alrededor del mundo asumen el serio compromiso de integrar la sostenibilidad en su estrategia corporativa, mediante la implementación de un conjunto de principios centrados en cuatro ámbitos: derechos humanos, relaciones laborales, medio ambiente y anticorrupción.

Sus directrices se organizan en estrecha relación con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que forman parte central de la Agenda 2030 de la ONU para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad para 2030. En consecuencia, la ONU reconoce el rol fundamental del sector privado en la concreción de los ODS, por lo cual otorga a Pacto Global el

A partir de 2020, Casaideas se adhiere a la iniciativa del Pacto Global de la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

mandato de promover su materialización en las empresas en los diversos países y continentes.

Por nuestra parte, como organización comprometida con un modelo de desarrollo esencialmente sustentable, comprendemos la importancia de integrar las lógicas de la sustentabilidad en el core de nuestro negocio en todos los países donde operamos.

Nuestra Estrategia de Sustentabilidad es fruto de un trabajo conjunto con todos los grupos de interés con los cuales nos relacionamos (internos y externos), y es la guía rectora que rige nuestros planes de acción en esta materia, en torno a un conjunto de focos y compromisos de sustentabilidad que nos planteamos lograr en el corto, mediano y largo plazo.

A continuación, presentamos los seis focos y compromisos de la Estrategia de Sustentabilidad Casaideas, que guiarán nuestro quehacer en el período 2020 – 2024:

FOCOS Y COMPROMISOS ESTRATEGIA DE SUSTENTABILIDAD CASAIDEAS 2020-2024



Colaboradores

Hacer tangible nuestra Conciencia Social y generar mayor apoyo a la Comunidad y a nuestros colaboradores.



Integridad y ética

Transparentar, medir y socializar nuestra gestión con todos nuestros grupos de interés, en términos de sustentabilidad y responsabilidad social.



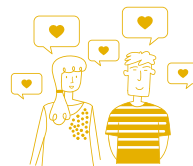
Compromiso medioambiental

Reducir y manejar de manera responsable el impacto medioambiental de nuestras operaciones.



Compra sustentable

Promover una gestión estratégica y socialmente responsable a largo plazo, con todos los proveedores, asegurando el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.



Clientes

Hacer de la experiencia de compra algo distinto, partiendo desde la empatía y compromiso con nuestros clientes.



Comunidad

Promover y crear hábitos que contribuyan a mejorar el desarrollo de la comunidad.

Los focos sitúan en el centro de nuestra estrategia la integridad, transparencia y ética de nuestro accionar corporativo, el bienestar integral de nuestros colaboradores y la satisfacción garantizada de nuestros clientes a través de compras sustentables, bajo la convicción de ser socialmente responsables. Así también, van en línea con la promoción del desarrollo de nuestras comunidades locales, basado en un marco general de respeto, cuidado y conservación de los ecosistemas ecológicos en los distintos países donde se insertan nuestras operaciones en la región.

El proceso de elaboración de la Estrategia se desarrolló en coherencia con nuestra Política Social y Ambiental, además de los principios de Pacto Global y Objetivos de Desarrollo Sostenible, mencionados previamente, utilizando una metodología exhaustiva que permitiera definir una hoja de ruta fidedigna, representativa, y medible en el tiempo.

Así, contempló la identificación de nuestros impactos sociales y ambientales, identificación de percepciones, intereses y expectativas de nuestros grupos de interés, así como la elaboración de un benchmark con las mejores prácticas de la industria en sustentabilidad corporativa.

En suma, en Casaideas creemos que internalizar el desarrollo sostenible es la manera de crear el valor compartido para crecer en conjunto, así como para posicionarnos como un referente en sustentabilidad corporativa en la región.

Por tanto, es nuestro interés avanzar progresivamente en la creación de herramientas como las que presentamos, que conduzcan certeramente a generar las condiciones adecuadas de desarrollo para todas las personas, comunidades y ecosistemas donde habitamos.

En la infografía a continuación, compartimos el detalle de la vinculación de nuestra estrategia de Sustentabilidad con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, en el marco de la Agenda 2030 de la ONU.

Contribución de Casaideas a los ODS de la ONU



<p>3 SALUD Y BIENESTAR</p> <p>Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.</p>	
<p>4 EDUCACIÓN DE CALIDAD</p> <p>Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad, y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.</p>	<p>10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES</p> <p>Reducir la desigualdad en y entre los países.</p>
<p>5 IGUALDAD DE GÉNERO</p> <p>Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.</p>	<p>11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES</p> <p>Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.</p>
<p>7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE</p> <p>Garantizar el acceso a una energía asequible, sostenible y moderna para todos.</p>	<p>12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES</p> <p>Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.</p>
<p>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p> <p>Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos.</p>	<p>13 ACCIÓN POR EL CLIMA</p> <p>Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.</p>
<p>9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA</p> <p>Construir infraestructura resiliente y promover la industrialización sustentable.</p>	<p>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p> <p>Revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible.</p>

2.2 Nuestros grupos de interés

GRI 102-40, 102-42.

El proceso de reportar representa una oportunidad única para comunicarnos con nuestros grupos de interés, rendir cuentas de nuestros compromisos y fortalecer el vínculo con ellos, además de sistematizar nuestras acciones en torno a un desarrollo integral, desde un enfoque de sustentabilidad de triple impacto: social, ambiental y económico.

Nuestros grupos de interés corresponden a todos aquellos actores con los cuales hemos establecido un vínculo en base a su participación en nuestra operación, de manera directa o indirecta, y que hemos seleccionado como prioritarios para iniciar un camino conjunto en materia de sustentabilidad.


Para la identificación y selección de nuestros grupos de interés, llevamos a cabo una serie de encuentros internos en los que analizamos la participación de cada uno de ellos en nuestra operación, determinando cuáles resultan más críticos para un desarrollo conjunto y dónde se presenta la mayor factibilidad para emprender y continuar un trabajo concreto en materia de sustentabilidad.

De tal forma, los principales grupos de interés para Casaideas son: Inversionistas, directores, colaboradores, proveedores, clientes y comunidad.

Reporte de Sustentabilidad Casaideas 2020

Este reporte comunica nuestro desempeño económico, social y ambiental anual de manera transparente y concisa, considerando las opiniones e intereses de nuestros inversionistas, directores, colaboradores, proveedores, clientes y comunidad.

A continuación, presentamos los canales mediante los cuales nos relacionamos con cada uno de los grupos priorizados.

GRUPO DE INTERÉS	ACCIONES Y CANALES DE RELACIONAMIENTO	
 <p>Inversionistas</p>	 <p>Directores</p>	 <p>Colaboradores</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones y conferencias con inversionistas • Sitio web corporativo • Reporte de Sustentabilidad • Otros espacios de reunión extraordinaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones de directorio • Sitio web corporativo • Reporte de Sustentabilidad • Participación en el proceso de materialidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Correo corporativo • Reuniones y otros espacios de retroalimentación personalizada • Reuniones de presentación temas estratégicos • Participación Encuesta de Clima Casaideas • Eventos y celebraciones • Programas de formación • Boletín de Sustentabilidad • Concursos internos de promoción sustentable • Reporte de Sustentabilidad
 <p>Proveedores</p>	 <p>Clientes</p>	 <p>Comunidad</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Mailing de contacto • Sourcing de proveedores • Reuniones para evaluación y monitoreo de licitaciones • Proceso trimestral de Evaluación de Proveedores • Encuestas • Entrevistas • Reporte de Sustentabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Call Center Casaideas • Módulo información y servicio al cliente en sitio web • Redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, LinkedIn • Encuesta Evaluación de Servicio • Mailing de contacto • Participación en el proceso de materialidad • Reporte de Sustentabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Contacto a través de fundaciones e instituciones locales • Proceso de evaluación y selección de iniciativas de desarrollo comunitario local • Sitio web

Luego de este primer ejercicio de definición de grupos de interés, durante 2021 realizaremos proceso de revisión del listado compartido, con el fin de levantar aprendizajes e implementar una metodología que permita reconocer de manera más amplia y profunda nuestros grupos de interés, pudiendo sumar otros, considerando asimismo la elaboración de un plan de relacionamiento permanente y sistemático con ellos.

2.3 Metodología del Reporte

GRI 102-43, 102-44, 102-45, 102-46, 102-47, 102-48, 102-49, 102-50, 102-51, 102-52, 102-54, 103-1, 103-2, 103-3.

Este documento constituye el segundo Reporte de Sustentabilidad de Casaideas, que abarca el desempeño de la organización entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2020, así como también de sus filiales en todos los países donde operamos.

Este reporte se publica con una periodicidad anual, siendo la versión anterior, relativa al desempeño del periodo 2019, presentada el año 2020. Su elaboración fue realizada siguiendo los lineamientos establecidos por el estándar GRI para la elaboración de Reportes de Sostenibilidad, basándose en los principios relativos al contenido (inclusión de los grupos de interés, contexto de sostenibilidad, materialidad y exhaustividad) y aquellos relativos a la calidad de la información (precisión, equilibrio, claridad, comparabilidad, fiabilidad y puntualidad).

Este informe se ha elaborado de conformidad con la opción **Esencial** de los Estándares GRI.

Proceso de materialidad

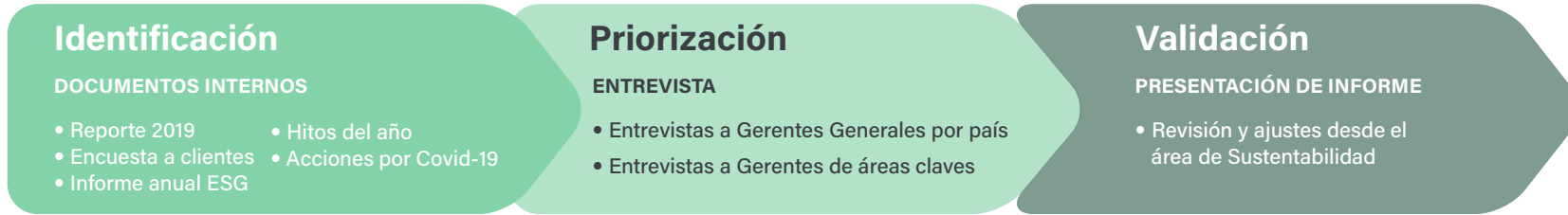
Para la elaboración de este segundo reporte de sustentabilidad quisimos reflejar nuestra visión en materia de desarrollo sustentable, reflejando un trabajo integrado en el que el desempeño económico, ambiental y social se complementan entre sí.

Desde estos principios, este documento constituye un ejercicio de transparencia y accountability de cara a nuestros grupos de interés, al dar cuenta de nuestros resultados, avances, desafíos y brechas.

Para dar cuenta de estos elementos, nos guiamos por los principios del estándar GRI, donde se señala el proceso de materialidad como aquel que *"permite definir aquellos aspectos que reflejan los impactos significativos, sociales, ambientales y económicos de la organización o aquellos que podrían ejercer una influencia sustancial en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés"*.

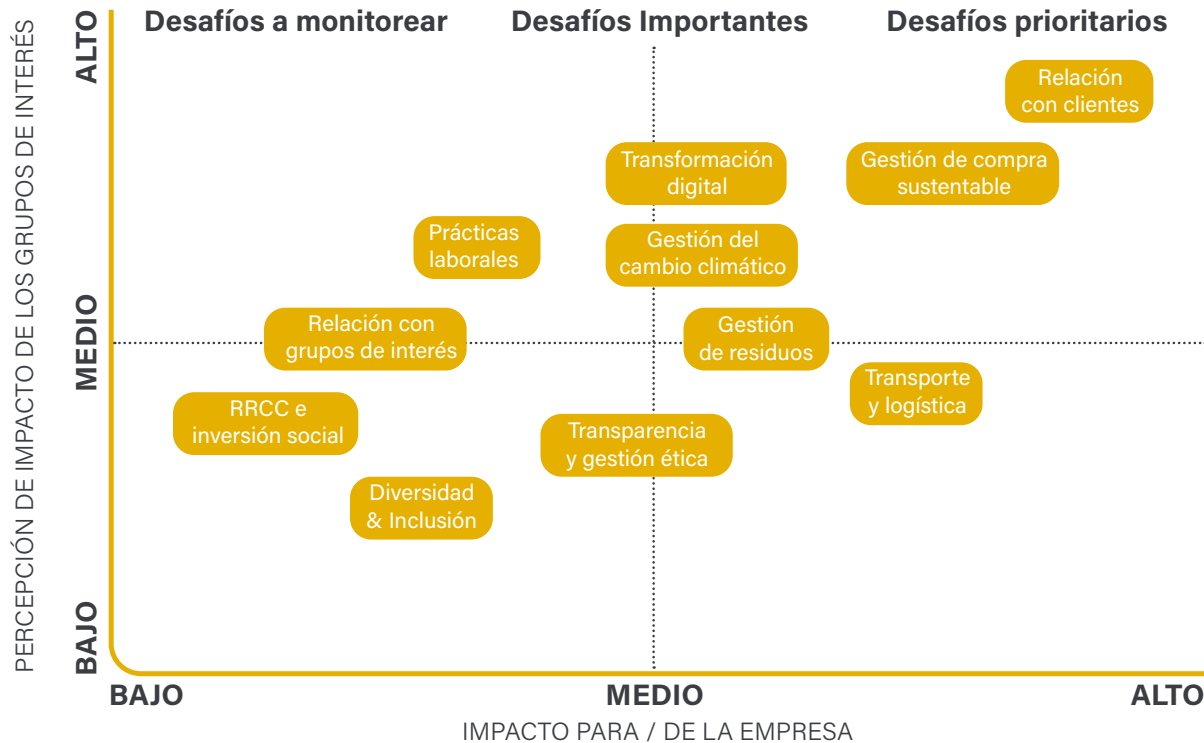
Considerando las complejidades propias de la pandemia para acercarnos a nuestros grupos de interés, el actual proceso de materialidad se basó en la identificación de temas desde fuentes secundarias y documentos internos de la compañía, incluyendo el proceso llevado a cabo para el Reporte 2019. La priorización se realizó a partir de entrevistas realizadas a los principales gerentes y la ubicación de los temas en la matriz fue validada por el equipo del área de Sustentabilidad.

Proceso de materialidad



Matriz de materialidad

A partir del proceso previamente descrito, la prioridad de los temas materiales es la siguiente¹:



¹ Todos los temas materiales tienen un alcance interno y externo a la organización, excepto por aquellos que pertenecen a los pilares **Colaboradores e Integridad y ética**.

TEMAS MATERIALES Y ENFOQUES DE GESTIÓN

FOCOS DE LA ESTRATEGIA	TEMA MATERIAL	DESCRIPCIÓN: ¿POR QUÉ ES MATERIAL?	INDICADORES ASOCIADOS A SU DESEMPEÑO
Transversal	Relación con grupos de interés	Corresponde a la relación establecida por la empresa con todos los grupos que rodean su operación y que han sido definidos como prioritarios de gestionar. Durante 2020 el foco estuvo en nuevos canales para dar cuenta del compromiso de la empresa (Reporte, sitio web).	<ul style="list-style-type: none"> • Lista de grupos de interés • Identificación y selección de grupos de interés
Colaboradores	Transformación digital	Todas las iniciativas que llevaron a la compañía a un nuevo estado en materia de digitalización, tanto en procesos internos como en relación a clientes.	<ul style="list-style-type: none"> • Total colaboradores en teletrabajo • Total ventas online -Automatización de procesos
	Prácticas laborales	Aborda todas las acciones que se desarrollaron durante 2020 hacia los colaboradores, de cuidado de su salud y seguridad, así como su retención y estabilidad en el contexto de incertidumbre de la pandemia. También incluye iniciativas de formación y capacitación.	<ul style="list-style-type: none"> • Tasa de accidentabilidad • Rotación -Movilidad interna • Total horas de formación • Promedio horas de formación por empleado
	Diversidad e Inclusión	Considera la relevancia de este tema a nivel interno en la compañía, instalándolo como una de las prioridades para el futuro.	<ul style="list-style-type: none"> • Dotación total - Desglose rango etario, migrantes, discapacidad
Integridad y ética	Transparencia y gestión ética	Corresponde a toda la gestión que realiza Casaideas de cara a una correcta gestión ética, tanto entre sus colaboradores como en la relación con sus proveedores y otras empresas de la industria.	<ul style="list-style-type: none"> • Total de denuncias en temas éticos
Compromiso ambiental	Gestión del cambio climático	Incluye la visión de la compañía para abordar el cambio climático, estableciendo su huella de carbono, así como las acciones que desarrolla para un uso eficiente de los recursos energéticos e hídricos.	<ul style="list-style-type: none"> • Eficiencia energética • Eficiencia hídrica • Huella de carbono (Alcances 1 y 2)
	Gestión de residuos	Dice relación con la gestión de la empresa de sus residuos, incorporando también los avances de la implementación de la Ley REP en Chile y sus equivalentes en la región.	<ul style="list-style-type: none"> • Disminución de packs plásticos. • Disminución de embalajes • Total residuos producidos • Total residuos reciclados • % de residuos reciclados
	Transporte y logística	Aborda los avances desarrollados durante 2020 para instalar un nuevo sistema de distribución a partir del e-commerce, incluyendo nuevos CD y otros elementos.	<ul style="list-style-type: none"> • Incorporación de electro-movilidad
Compra sustentable	Gestión de compra sustentable	Corresponde a la gestión que se lleva a cabo para auditar, promover y asegurar dentro de la cadena de suministro el cumplimiento de los DDHH y los estándares de seguridad y calidad en los procesos de producción.	<ul style="list-style-type: none"> • Total de proveedores • % de proveedores con certificación ambiental y certificación social, calidad, salud y seguridad ocupacional.
Clientes	Relación con clientes	Incluye todas las acciones realizadas hacia los clientes durante 2020, destacando los avances en el e-commerce, pero abordando también las iniciativas orientadas a la seguridad y satisfacción de los consumidores.	<ul style="list-style-type: none"> • Total de productos con certificación sustentable • Satisfacción de clientes - Tasa de reclamos • Transacciones comerciales omni-canal
Comunidad	Relacionamiento comunitario	Aborda las distintas acciones realizadas durante 2020 para establecer un mejor relacionamiento con las comunidades que rodean la operación, especialmente aquellas acciones de ciudadanía corporativa y apoyo durante la pandemia (donaciones).	<ul style="list-style-type: none"> • Modo de relacionamiento • Monto total de inversión social

3 Nuestro equipo



3.1 Perfil de nuestros colaboradores

GRI 102-8, 401-1, IP6, IP7.

La crisis sociosanitaria generada por la pandemia ha impuesto un escenario extremadamente desafiante para todo el equipo que conforma Casaideas. Valoramos profundamente el compromiso de cada uno de nuestros colaboradores, que ha demostrado el máximo esfuerzo, con la mayor responsabilidad y eficiencia, bajo condiciones que han requerido de una gran flexibilidad y rápida adaptación.

En este contexto, nuestro compromiso con el bienestar de nuestros colaboradores y la promoción de un estilo de trabajo colaborativo, que fomenta el aprendizaje constante se vio particularmente exigido, puesto que nos vimos en la obligación de adaptarnos a la coyuntura sanitaria, habilitando dos modalidades de trabajo: presencial y a distancia mediante teletrabajo. En marzo del 2020, decidimos que todos nuestros equipos de trabajo en los cuatro países serían nuestra primera prioridad. En efecto, durante los primeros dos meses se les permitió a todos resguardarse de la pandemia desde sus casas.

La modalidad del teletrabajo trajo consigo nuevos desafíos de flexibilidad, donde los equipos de tienda desempeñaron

nuevas funciones para continuar con la operación del negocio. Estas funciones implican, por ejemplo, que un colaborador que antes atendía público pasó a ser un recolector de productos para despachos de delivery, una persona que ocupaba el rol de visual prestó ayuda como creador de contenido en áreas de marketing, entre otros. Para el desarrollo de estas funciones pusimos a su disposición diversas herramientas digitales para la mejor ejecución de tareas en el marco del teletrabajo.

Para los cuatro países donde operamos, fue clave la participación de todos, para que Casaideas diera un salto al E-commerce. Como equipo nos mantuvimos unidos, y particularmente empoderados de un cambio profundo que permitió que nuestra compañía pudiera seguir operando con nuevas fortalezas en próximos años.

A continuación, presentamos las principales cifras descriptivas de los colaboradores de nuestra organización. **Se destaca el alto nivel de mujeres en cargos de liderazgo, la creación de nuevos empleos en Chile, Perú y Colombia, mientras que el número de colaboradores capacitados en la compañía supera el 70% de la dotación.**

COLABORADORES

DOTACIÓN TOTAL

1.872



1.211

MUJERES



661

HOMBRES

GERENCIAS

10

Mujeres



8

Hombres



MONTO DE INVERSIÓN EN CAPACITACIÓN



USD 124,315

TOTAL DE COLABORADORES CAPACITADOS



1.235

MUJERES



HOMBRES



TOTAL



TIENDAS

919

506

1.425

OFICINAS

196

142

338

CENTROS DE DISTRIBUCIÓN

2

4

6

PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN LA FUERZA LABORAL

23



98



NUEVOS PUESTOS DE TRABAJO CREADOS











DOTACIÓN TOTAL

Chile: 1.116

Perú: 550

Colombia: 92

Bolivia: 114

<p>COLABORADORES </p> <p>Menores de 30 años: 245 </p> <p>Entre 30-50 años: 692 </p> <p>Mayores de 50 años: 179 </p>	<p>COLABORADORES </p> <p>Menores de 30 años: 324 </p> <p>Entre 30-50 años: 209 </p> <p>Mayores de 50 años: 17 </p>	<p>COLABORADORES </p> <p>Menores de 30 años: 37 </p> <p>Entre 30-50 años: 49 </p> <p>Mayores de 50 años: 6 </p>	<p>COLABORADORES </p> <p>Menores de 30 años: 48 </p> <p>Entre 30-50 años: 63 </p> <p>Mayores de 50 años: 3 </p>
CHILE	PERÚ	COLOMBIA	BOLIVIA
<p>TIPO DE CONTRATO </p> <p>Plazo indefinido: 1.376</p> <p>Plazo Fijo: 585</p>	<p>TIPO DE CONTRATO </p> <p>Plazo indefinido: 172</p> <p>Plazo Fijo: 310</p>	<p>TIPO DE CONTRATO </p> <p>Plazo indefinido: 89</p> <p>Plazo Fijo: 6</p>	<p>TIPO DE CONTRATO </p> <p>Plazo indefinido: 114</p> <p>Plazo Fijo: 0</p>
<p>JORNADA DE TRABAJO </p> <p>Jornada completa: 1.383</p> <p>Jornada parcial: 577</p>	<p>JORNADA DE TRABAJO </p> <p>Jornada completa: 338</p> <p>Jornada parcial: 131</p>	<p>JORNADA DE TRABAJO </p> <p>Jornada completa: 82</p> <p>Jornada parcial: 13</p>	<p>JORNADA DE TRABAJO </p> <p>Jornada completa: 144</p> <p>Jornada parcial: 0</p>
<p>ÍNDICE DE ROTACIÓN </p> <p>Voluntaria: 1%</p> <p>Involuntaria: 5%</p>	<p>ÍNDICE DE ROTACIÓN </p> <p>Voluntaria: 2,5%</p> <p>Involuntaria: 7%</p>	<p>ÍNDICE DE ROTACIÓN </p> <p>Voluntaria: 2%</p> <p>Involuntaria: 5%</p>	<p>ÍNDICE DE ROTACIÓN </p> <p>Voluntaria: 5,53%</p> <p>Involuntaria: 0%</p>

3.2 Diversidad e Inclusión

GRI 102-41.

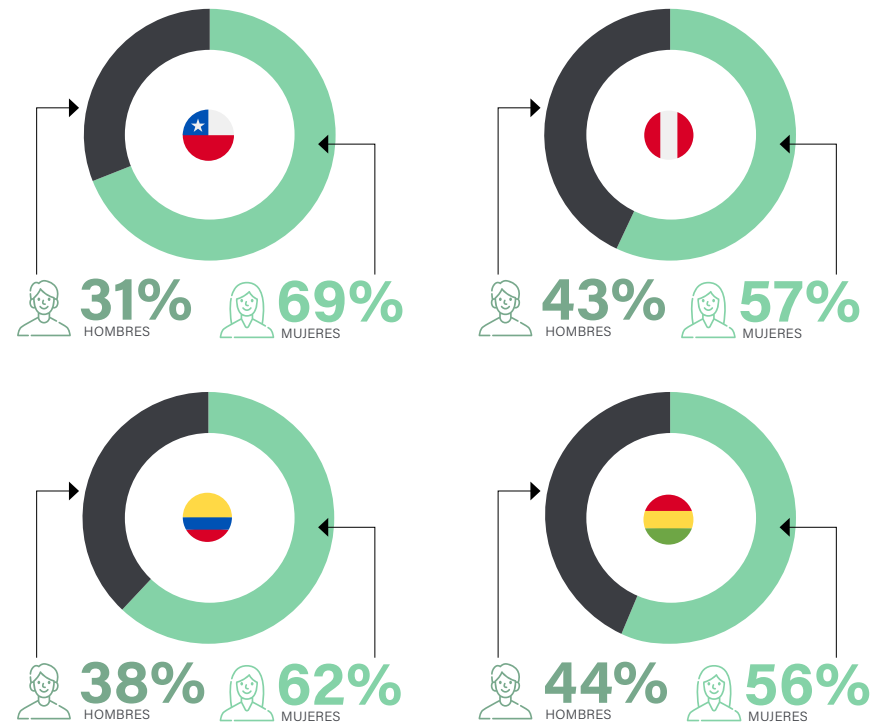
El 2020 fue un año para pensar en cómo representar de la mejor manera las diferencias en nuestra organización. Estamos comprometidos con la construcción de un mejor mundo laboral, en base a una cultura de igualdad, respeto y solidaridad. En otras palabras, valoramos preeminente la diversidad social, cultural y de género en nuestro equipo de colaboradores, de manera tal, que todos tengamos la misma oportunidad de crecer y alcanzar nuestras metas.

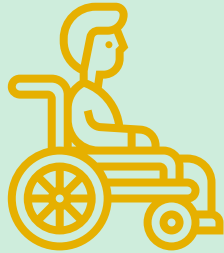
Integrar la diversidad de capacidades forma parte inherente de nuestros valores. En primer lugar, siguiendo nuestro compromiso en Chile, hemos perseverado en el cumplimiento de la ley 21.015, según la cual personas en situación de discapacidad deben representar al menos un 1% del total de colaboradores contratados. Uno de nuestros desafíos es seguir superándonos en esta materia, construyendo paulatinamente nuevos espacios de trabajo para personas en situación de discapacidad.

En segundo lugar, realizamos un diagnóstico de brechas salariales de nuestros colaboradores, donde pudimos detectar que no se presentaban brechas o condición discriminatoria hacia ningún grupo etario, de género o condición específica. Este análisis asentó las bases de lo que será el lanzamiento, durante el primer semestre del 2021, de nuestros Principios de Diversidad e Inclusión.

En cuanto a la equidad de género, durante el 2020 se puede observar que, tanto en Chile, Colombia como Perú, las mujeres superan la mitad de la fuerza laboral de la compañía y se sitúan en torno al 60% en cada caso. A continuación, se presentan las cifras de dotación según género por países donde operamos.

DOTACIÓN % POR GÉNERO





Nos sentimos orgullosos de haber superado en el año 2020 la cuota del 1% de contratación de personas en situación de discapacidad. Tanto en Chile como en Perú, contamos con 23 colaboradores en alguna situación de discapacidad. Esto representa un gran avance en materia de inclusión social, ya que durante el 2019 en Chile contábamos sólo con 12 colaboradores bajo esta condición.

En relación a la inclusión de adultos mayores, embarazadas y otros grupos de riesgo durante la pandemia, tomamos medidas específicas para cubrir por mayor tiempo los sueldos y condiciones laborales de personas mayores de 60 años, con patologías crónicas de salud y mujeres en condición de embarazo o post natal con niños menores de 24 meses.



Código de Ética y Conducta

Es de nuestro especial interés fomentar la toma de decisiones y la realización de nuestro trabajo bajo un marco de ética y transparencia. En esta línea, actualizamos la guía de conductas y actitudes que esperamos por parte de nuestros colaboradores. El Código de Ética y Conducta de Casaideas formula y describe en detalle un conjunto de comportamientos de los colaboradores tanto en su lugar de trabajo, como en la industria y dentro de sus comunidades.

En primer lugar, buscamos garantizar el bienestar de nuestros colaboradores, en segundo lugar, procuramos instalar conductas de respeto que reflejen nuestros valores y objetivos, y en tercer lugar, motivamos el desarrollo de un aprendizaje y formación constantes.

Se despliegan a continuación las conductas éticamente esperadas:

1. **Agradecer y reconocer** el trabajo bien hecho.
2. **Entregar / recibir retroalimentación** al observar oportunidades de mejora en el desempeño individual y del equipo.
3. **Propiciar un adecuado clima laboral**, respetuoso, entretenido, alegre y con relaciones transparentes y responsables.
4. **Mantener y fomentar un liderazgo visible** con integridad, reconocer y hacerse responsable de los propios errores, aprender de ellos y pedir disculpas.
5. **Celebrar los logros del equipo** e incentivar el compañerismo, respeto, confianza y colaboración.
6. **Entregar constante capacitación a los colaboradores**, respetando sus derechos, dignidad e integridad y valorando sus opiniones y aportes.
7. **Entregar a nuestros clientes el mejor servicio**, entregando una atención de excelencia, respondiendo en forma oportuna, deferente y amable a sus requerimientos y consultas.
8. **Fomentar la innovación y la creatividad** en nuestras tareas, con la finalidad de hacer más eficiente el trabajo diario.
9. **Mantener con nuestros proveedores y contratistas relaciones transparentes**, buscando el beneficio mutuo y de nuestros clientes.
10. **Promover políticas que fortalezcan nuestro crecimiento sustentable** en todos los ámbitos, así como el cuidado de nuestros colaboradores y la protección del medio ambiente.
11. **Respetar la Libre Competencia**, entregando a nuestros clientes la tranquilidad de que siempre actuaremos de forma honesta y transparente, velando por su entera satisfacción.
12. **Proteger la información de Casaideas** manteniendo la reserva y confidencialidad en todos aquellos aspectos que pudiesen afectar las decisiones estratégicas y operativas.
13. **Mantener buenas relaciones con las autoridades locales y gubernamentales**, asegurando el cumplimiento estricto de la normativa legal aplicable.



Es parte de nuestros principios mantener las mejores relaciones laborales, en el marco de una política de puertas abiertas y de buena comunicación con todos nuestros equipos de trabajo.

En los cuatro países de operación, Chile, Perú, Colombia, Bolivia, no tenemos agrupaciones de negociación colectiva o sindicatos a la fecha.

3.3 Transformación digital

La pandemia generó consecuencias significativas en nuestra operación debido al cierre de las tiendas físicas.

Para responder a este escenario, impulsamos nuevas formas de llegar a nuestros clientes y así mantener la continuidad de nuestra operación. La palabra adaptación se tomó la agenda 2020, a la vez que nuestros equipos en Chile, Perú, Colombia y Bolivia dieron un salto a la transformación digital, abrazaron la venta por el canal remoto e inclusive accedieron a transformar sus roles para apoyar la transición de nuestra compañía.

Con el fin de reforzar las habilidades de nuestros colaboradores, realizamos capacitaciones especiales orientadas al desarrollo

de nuevas competencias digitales. También se trabajó en la formación de los equipos a través de las herramientas y servicios proporcionadas por Google (G-suite). Las metodologías que facilitaron la formación se crearon a través de plataformas E-learning y virtual sincrónico. En esta línea, tenemos el desafío de seguir desarrollando nuestra propia plataforma de aprendizaje a distancia.

Hoy podemos compartir con orgullo que el canal online es parte de nuestro ADN y confiamos que tanto nuestros colaboradores como nuestros clientes seguirán agregando valor para nuestro crecimiento de cara hacia el futuro.

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL HACE CRECER AL EQUIPO CASAIDEAS



El canal E-commerce **hace crecer al equipo**, motiva a todos en la compañía, en especial a los jóvenes talentos.

Chile: **27**

Perú: **4**

Colombia: **3**

Bolivia: **1**

Nuestra compañía siempre buscará espacios para una conversación constructiva. Hoy es tiempo de felicitar a todo el equipo que fue parte de este desafío único y seguir enfrentando el día a día, innovando para ser el mejor E-commerce de Chile.

La transformación digital permitió a nuestros colaboradores continuar desarrollando sus labores de manera remota a través de los canales digitales habilitados. Desde marzo del 2020, cuando nuestras operaciones comenzaron el teletrabajo, nos aseguramos de que los colaboradores designados bajo esta modalidad tuvieran los equipos necesarios a su disposición.

Para cada operación, la duración de este formato fue diferente y se detalla a continuación:

Chile: 8 meses

Perú: 9 meses

Bolivia: 2 meses de forma obligatoria para todos, y luego sólo personas con enfermedades crónicas pudieron continuar bajo esta modalidad.

Colombia: se mantiene en esta modalidad a la fecha de cierre de este reporte.

De tal manera, a pesar del difícil escenario sociosanitario del 2020, pudimos revertir la adversidad y llegar con nuestros productos a nuevos lugares de Chile, Perú, Colombia y Bolivia.

El profundo compromiso e indiscutible profesionalismo de nuestra familia Casaideas aseguró no sólo nuestra continuidad operacional, sino que lográramos incluso seguir creciendo a un ritmo estable.

¡Muchas gracias equipo!



3.4 Atracción y retención del talento

IP8, IP9, IP10, IP11, IP12, IP13.

Durante el año 2020, como resultado de la apertura de nuestros nuevos canales de venta digital, dimos la bienvenida a 90 nuevos integrantes a nuestro equipo de Chile, 4 en Perú, 3 en Colombia y 1 en Bolivia. No obstante, durante el primer semestre, la pandemia nos obligó a detener la operación de tiendas físicas en todos los países donde operamos, respetando las instrucciones sanitarias de las autoridades respectivas.

Esto tuvo como consecuencia la difícil decisión de disminuir la cantidad de colaboradores en dos de los países donde operamos, Perú y Colombia. En el caso de Perú nos vimos en la necesidad de dejar ir a 50 colaboradores, mientras que en Colombia fueron 16.

Desarrollo de carrera

Queremos contar con los mejores dentro de nuestro equipo, por lo cual durante 2021 trabajaremos por desarrollar un modelo de evaluación de desempeño y compromiso con la organización, que permitirá identificar las competencias más consolidadas de cada equipo, y a la vez, identificar las brechas críticas que requieren planes de acción para subsanarse.

En la operación de Chile, una de las dimensiones del estudio interno de Clima laboral demostró que los colaboradores manifiestan real interés por desarrollar su carrera en nuestra compañía y perciben que existen los medios para poder lograrlo.

En Casaideas, encontramos una rotación voluntaria baja, lo que consideramos es una fortaleza del equipo y a la vez un desafío de mantener la satisfacción de nuestros colaboradores.

Clima laboral

En Casaideas construimos una cultura de trabajo basada en el respeto, que permite a nuestros colaboradores desenvolverse con motivación y en sintonía con nuestros valores. La satisfacción interna de nuestros colaboradores es el indicador que nos permite entender cómo evalúan el ambiente laboral, su nivel de identidad con la marca y el liderazgo entre nuestros colaboradores.

La Operación de Bolivia realizó un estudio para determinar el clima laboral en cada sucursal. Para ejecutar el estudio se elaboró una evaluación de 360° que permitió medir la cultura de trabajo, el compromiso y la dirección de los equipos de trabajo. Entre sus resultados destaca que el 86% de los colaboradores considera que la cultura de trabajo es colaborativa y reciben una retroalimentación sostenida desde su jefatura.

A su vez, la Operación Chile realizó durante enero del 2020 la Encuesta de Clima de Casaideas, donde participaron jefes de tienda, jefes de visual y encargados de zona. Este estudio buscó medir la percepción sobre las siguientes dimensiones:

- **Compromiso con la Marca**
- **Comunicación**
- **Desarrollo de Carrera**
- **Percepción del Ambiente Laboral**
- **Percepción de la Jefatura**

Entre los resultados destacan los siguientes factores diferenciadores del ADN de Casaideas, que permitirán fortalecer el compromiso organizacional:

1. ADN centrado en el cariño: Los colaboradores perciben un reconocimiento tanto externo como interno de la marca. Por otra parte, los líderes resultan ejes centrales de la construcción del compromiso con la organización.

2. ADN de apoyo: Organizacionalmente se desprende que los líderes sienten la responsabilidad de cuidar, apoyar y enseñar a sus colaboradores directos.

Por último, la operación de Perú aún no cuenta con evaluación de clima laboral, constituyendo un desafío que tomaremos en el próximo período de reportes.

Remuneración y compensaciones

En el contexto de incertidumbre que nos acompañó durante el año, una de nuestras primeras medidas fue cubrir las remuneraciones de nuestros colaboradores de manera íntegra durante los primeros tres meses de pandemia, aun cuando las tiendas se mantenían cerradas a nuestros clientes.

En segundo lugar, establecimos sistemas de compensación alternativos para los colaboradores que no podían realizar sus tareas físicas en las tiendas debido al cierre forzoso. En particular, incluimos rebajas salariales temporales para las posiciones profesionales y administrativas más altas de la compañía, de manera de cubrir el resto de los salarios y evitar así las desvinculaciones.

Las rebajas salariales estuvieron entre un 5% y 30% de manera flexible, proporcional a los ingresos de los colaboradores en los meses de junio, julio y agosto 2020. Sin embargo, producto de los buenos resultados comerciales de fin de año, logramos reintegrar esos montos retenidos a todos los colaboradores a los que se les aplicó la medida.

En tercer lugar, para sostener el empleo, se generó una reformulación de costos de la empresa que abarcaron las siguientes decisiones:

- **Reducción transitoria de la jornada laboral de 45 horas a 22 horas.**
- **Cambios en las condiciones de trabajo.**
- **Estrategias de apoyo directo a los colaboradores con relación a la salud mental, bienestar y otros.**

REDUCCIÓN TRANSITORIA DE NUESTRA JORNADA LABORAL



En Chile, en menos de 48 horas, casi la totalidad de nuestro personal de Casaideas firmó voluntariamente el anexo de reducción de la jornada laboral, con el fin de salvaguardar sus contratos y no suspenderlos, mecanismo ofrecido por el Gobierno de Chile para que los colaboradores hicieran uso de sus seguros de cesantía o ahorros para el desempleo, en los momentos más críticos de la pandemia.

CHILE: VOLUNTARIADO SE ORGANIZA PARA APOYAR NUESTRA LABOR EN SANTIAGO



Bajo la necesidad crítica de apoyar la entrega de productos a nuestros clientes online, en los meses de abril y mayo, un total de 14 colaboradores de la región de Valparaíso, formaron una cuadrilla para prestar servicios en el Centro de Distribución en la ciudad de Santiago. Ellos se auto organizaron con el sólo objetivo de apoyar el alto nivel de trabajo de sus compañeros en la capital, incluso viajando los fines de semana para cumplir esta misión.

¡Valoramos y recordaremos siempre este gran gesto de solidaridad!

Beneficios laborales para nuestros colaboradores

Para nosotros la calidad de vida de nuestros colaboradores es una prioridad, por lo cual en cada una de nuestras operaciones en Chile, Perú, Colombia y Bolivia contamos con diferentes beneficios ajustados a la realidad de nuestros colaboradores. A continuación, se describen según sector del bienestar.



Salud

- En Chile, Perú y Bolivia contamos con un seguro de vida para nuestros colaboradores.
- En Chile y Colombia, contamos con convenios con entidades de Salud, que otorgan a nuestros colaboradores cobertura adicional a nuestros colaboradores.
- En Bolivia y Colombia, contamos con apoyo económico en situaciones difíciles como un deceso de un familiar directo.



Armonía laboral

- En Perú y Bolivia, disponemos de algunas medidas con relación al uso del tiempo, y otorgamos el día de cumpleaños a nuestro colaborador.
- En Bolivia y Colombia, poseemos la facilidad para tener horarios flexibles de jornadas laborales.



Beneficios económicos

- En Chile y Colombia entregamos una asignación por alimentación.
- En Chile y Bolivia, contribuimos con ayuda económica para la movilización de nuestros colaboradores.
- En Bolivia y Colombia entregamos cobertura por incapacidad o invalidez frente a escenarios adversos.
- En Chile, Bolivia y Colombia ofrecemos descuentos especiales para comprar productos Casaideas.

3.5 Formación y desarrollo profesional

GRI 404-2.

En 2020, suspendimos las capacitaciones presenciales proyectadas para nuestro equipo como consecuencia de las restricciones sanitarias. Sólo se ejecutaron instancias de aprendizaje que fueran esenciales para nuestro funcionamiento y como preparación para el retorno a las oficinas, en la medida que las acciones de desconfinamiento lo han permitido.

A continuación, se presentan los focos de formación de cada país:

Chile

- Metodología de experiencia cliente y servicio de excelencia.
- Metodologías ágiles y excelencia operacional.
- Técnicas de adaptación al cambio y accountability para el liderazgo.
- Técnicas y estrategia de gestión de la innovación.
- Técnicas de Trabajo Colaborativo.
- Técnicas de persuasión y Storytelling.

Bolivia

- Capacitaciones de formación interna para nuestra área operativa.
- Becas en capacitaciones para el área administrativa.

Colombia

- Capacitaciones internas en temas de operación de las tiendas.
- Capacitaciones en marketing. Estas acciones agregan valor a la marca.

Perú

- Capacitaciones en el uso de herramientas digitales, para poder dar curso a las capacitaciones con la herramienta Google meet.

COLABORADORES QUE RECIBIERON CAPACITACIÓN, COMO PORCENTAJE DE LA DOTACIÓN:

 Chile: **53%**

 Perú: **100%**

 Colombia: **100%**

 Bolivia: **100%**



3.6 Salud y Seguridad Ocupacional (SSO)

GRI 403-1, 403-9, IP3, IP4, IP5, IP14.

La llegada de la pandemia nos obligó a reforzar el cuidado por la salud y la seguridad de nuestros colaboradores. Así, implementamos una serie de medidas orientadas a prevenir, mitigar, minimizar y disminuir el riesgo de contagio por Covid-19. El recuadro a continuación muestra las acciones más importantes desplegadas para proteger a nuestros colaboradores:



1. Compromiso de los colaboradores en adoptar una conducta de autocuidado resguardando la salud de todos los compañeros de trabajo.



2. Proceso de limpieza y desinfección de ambientes para todos los centros de trabajo de la compañía, ya sea oficina, tiendas y centros de distribución.



3. Proveer en forma oportuna a los colaboradores los **equipos de protección**, como mascarillas bucales, mascarilla facial, alcohol gel y guantes quirúrgicos.



4. Realización de charla Inducción de prevención del Covid-19 a todo el personal de acuerdo con los protocolos y procedimientos internos.



5. Trazabilidad de los casos sospechosos, probables, contactos estrechos y confirmados de Covid-19.



6. Controles de temperatura y de síntomas asociados al Covid-19 en el acceso de colaboradores y clientes en cada centro de trabajo, además de la sanitización de zapatos mediante un pediluvio.



7. Uso adecuado de las mascarillas de forma obligatoria al ingresar a cada establecimiento (recambio cuando se encuentren húmedas o cada **4 horas**).



8. Se establecieron aforos para colaboradores y clientes de acuerdo con las resoluciones de la autoridad sanitaria.



9. Frecuente lavado e higienización de manos con agua y jabón al menos por 30 segundos al inicio de la jornada, al manipular elementos, antes y después de ir al baño, al toser o estornudar, y al finalizar la jornada laboral.



10. Desarrollo de procedimiento de habilitación de espacios de colación para revisar las condiciones de los lugares donde los colaboradores ingieren alimentos.

COLABORADORES COVID-19 POSITIVO POR MOTIVO O NEXO LABORAL

0 Casos en todas las operaciones

Seguridad Operacional

Para mejorar la seguridad ocupacional dentro de las tiendas, todos los años elaboramos un análisis estadístico de siniestralidad para comprender el estado actual de la empresa frente a diferentes aspectos como licencias médicas y accidentes laborales.

COVID-19 POSITIVO POR OTROS MOTIVOS:

-  Chile: **14**

-  Perú: **22**

-  Colombia: **4**



En la operación de Chile, los resultados de este análisis detectaron que existe un aumento en los días de licencia por accidentes laborales. Casaideas cuenta con un departamento de Salud y Seguridad Operacional (SSO) que está trabajando para disminuir el número de licencias médicas, mediante las siguientes medidas:

- 1 Estadística de siniestralidad general y por centro de trabajos.
- 2 Detalle de cada accidente con su descripción. Así, se realiza un análisis de las causas y de las medidas de control en un futuro.
- 3 Aumento de visitas de inspección a las tiendas por parte del área de SSO y asesores de la Mutual de Seguridad.
- 4 Elaboración y actualización de procedimientos de inspección, investigación de accidentes y planes de emergencia.
- 5 Servicio de control de plagas una vez por semana.
- 6 Actualización del reglamento especial para empresas contratistas, subcontratistas y de servicios transitorios.
- 7 Capacitaciones al personal de tiendas sobre el manual de carga, uso adecuado de escaleras y el correcto uso del cuchillo cartonero.
- 8 Actualización de la matriz de riesgos, incorporando los riesgos asociados al Covid-19.
- 9 Elaboración de programa de simulacros de evacuación.
- 10 Inicio del Protocolo Tmert sobre los trastornos músculo esqueléticos, que permite la identificación y evaluación de factores de riesgos asociados a trastornos músculo esqueléticos relacionados al trabajo de extremidades superiores.

Contención Psicológica

Durante todo el año, fue prioridad fomentar las condiciones de bienestar psicológico y buena salud mental entre nuestros colaboradores. Para ellos impulsamos tres actividades específicas:

1. Levantamiento de información acerca de la salud mental de todos nuestros colaboradores.
2. Conversatorios de contención psicológica.
3. Apoyo y herramientas de preparación psicológica.

En la operación de Chile, firmamos un convenio con la empresa Red de Apoyo a Empleados (RAE), quienes nos han brindado apoyo y contención para fortalecer la salud mental de nuestros colaboradores. Concretamente, el apoyo se tradujo en 370 consultas psicológicas, 150 consultas legales, 20 consultas financieras y 100 consultas sobre aspectos de mediación familiar y nutrición. A continuación, se presenta el canal habilitado y sus detalles.

Por otra parte, se efectuaron charlas de educación financiera a más de 100 colaboradores y 5 conversatorios de contención. En total, mediante las iniciativas mencionadas se dio cobertura a un 67 % de la dotación total de la compañía en Chile.



CANAL

RAE



SITIO WEB

<https://raechile.cl/>



MAIL

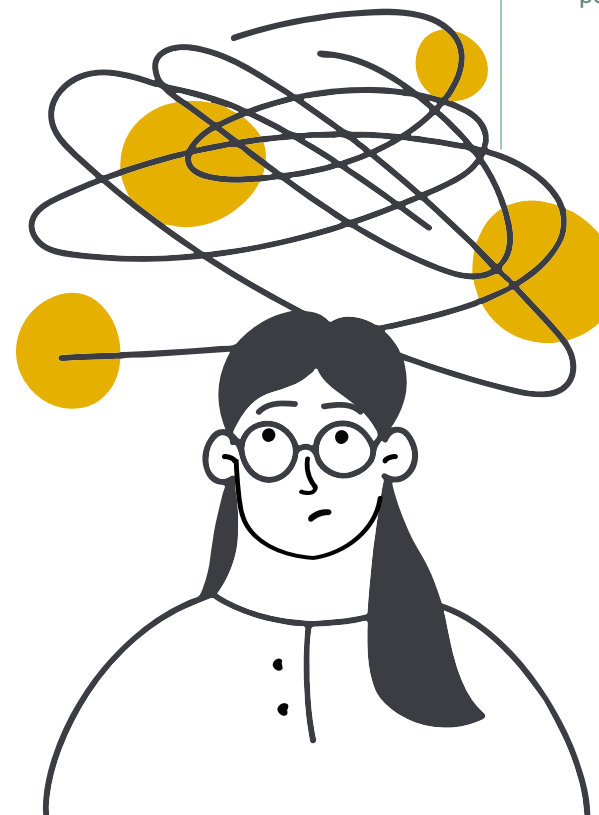
contacto@raechile.cl



SITUACIONES A REPORTAR

Ayuda psicológica al colaborador.

Situaciones personales.



Tasa de accidentes

Durante el año 2020 solo existió un caso de accidente grave, en el mes de febrero, antes de comenzar la pandemia. El caso fue registrado en la operación de Chile, en la tienda Paseo Quilín. A partir de este accidente, reforzamos nuestras medidas de prevención y seguridad en favor de nuestros colaboradores.

El resto de nuestras operaciones no registró ningún accidente de carácter grave.

Medidas especiales por país

En línea con las acciones de protección de seguridad y salud operacional de nuestros colaboradores en el contexto de la crisis sanitaria, llevamos a cabo una serie de medidas específicas para cada uno de los países donde operamos:

	 CHILE	 PERÚ	 COLOMBIA	 BOLIVIA
Inversión en materiales y elementos de protección personal.	US \$339.566	US\$70.000	US\$15.886	US \$23.904
Actividades específicas	Cinco conversatorios de contención para personas en situación de cuarentena.	Establecimiento de contacto al inicio de la semana con los equipos de trabajo con el objetivo de motivar, organizar tareas y dar seguimientos a sus funciones.	Adquisición de póliza especial de salud colectiva a fin de apoyar a los colaboradores que pudieran tener eventos durante la pandemia.	<ul style="list-style-type: none"> Taller con todo el personal para abordar estrés psicológico ocasionado por el Covid-19. Implementación de protocolos de bioseguridad y adaptación de los procesos que ya se contaban.

4 Gestión de clientes



4.1 Perfil de Nuestros Clientes

Nuestros clientes

Nuestros clientes se encuentran al centro de nuestro negocio, siendo la inspiración que nos moviliza para crear una propuesta de valor que se adapta a sus necesidades de manera creativa e innovadora, teniendo la capacidad de sorprender y renovarse constantemente. De esta manera, esperamos ser protagonistas de sus hogares, dando vida a sus espacios y acompañando cada una de las etapas de sus vidas con una oferta de productos amigables con el medioambiente, de buen diseño y a precios accesibles.

En Casaideas formalizamos nuestra Estrategia de Sustentabilidad 2020-2024, enfatizando nuestro compromiso con la promoción de una experiencia de compra diferente, agradable y única para cada una de las personas que visita nuestras tiendas u otros canales de venta. Buscando atender este desafío en un año marcado por la crisis sanitaria, provocada por el Covid-19, nos vimos en la obligación de implementar nuestra omnicanalidad a través del desarrollo y/o refuerzo de nuestras plataformas de venta online. Así, es posible sostener que el E-commerce fue protagonista de este 2020.

Experiencia significativa

Como compañía hemos sido pioneros en acercar el diseño a las personas y sus hogares. Este sello está presente en nuestras tiendas de Chile, Perú, Colombia y Bolivia, con una amplia oferta de productos de diseño novedoso, de alta calidad y asequibles para todos.

Nuestras tiendas son espacios de experiencias únicas. Queremos que nuestros clientes encuentren mucho más que productos, y puedan conectarse con sus sueños y lo que quieren lograr para sus vidas. Invitamos a que descubran todos los rincones de la tienda, experimentando una sensación de grata bienvenida, siendo cordialmente asistidos y sorprendidos con productos funcionales de entretenidos diseños.

En Casaideas llevamos alegría a los hogares a través de productos con diseño propio, en sintonía con el cuidado del medio ambiente y a un precio justo.

Creemos que cada día es un día especial, y que nuestros clientes son personas actualizadas que miran hacia adelante y se atreven a cambiar. Esta convicción nos permitió responder a los desafíos de la pandemia, implementando de manera acelerada el E-commerce en todos los países en los que estamos presente.

En definitiva, buscamos hacer de la experiencia de compra en Casaideas el mejor momento del día para todas las personas que nos visitan. Nuestras tiendas, tanto en modalidad digital como presencial, se encuentran organizadas con la mejor disposición de los espacios en función de los lugares más cómodos del hogar, con detalles especiales de decoración y diseño, acompañados de la más acogedora y cálida atención.

Trabajamos día a día para disponer productos novedosos para cada ocasión especial. Nuestro objetivo es llegar a cada uno de los miembros de la familia con una amplia variedad de productos, siendo un espacio que invita a una experiencia de descubrimiento constante.

4.2 Cultivando una relación de largo plazo

GRI 102-10, IP15.

Nuestro canal E-Commerce

La evolución de la pandemia obligó a todas las autoridades de salud a restringir la movilidad de las personas, quienes a su vez cambiaron sus formas de interactuar y adquirir bienes y servicios. Casaideas no estuvo ajena a este escenario, debiendo adaptarse rápidamente e innovar para satisfacer las necesidades de sus clientes con la calidad de siempre.

En pocos meses, fuimos capaces de reaccionar y desplegar una nueva estrategia comercial para llegar a nuestros clientes. Este ejercicio requirió un tremendo esfuerzo de parte de nuestros colaboradores, siendo fundamental, haber enfrentado este desafío en equipo y situando a nuestros clientes al centro de cada una de nuestras decisiones. Así, implementamos múltiples soluciones técnicas en cada uno de los países en los que estamos presentes, optando por viabilizar el acceso a nuestros productos en el corto plazo a través de canales intermedios

de venta como Rappi en Colombia, Cornershop en Chile y la alianza con Platanitos en Perú; en paralelo, reforzamos y/o desarrollamos nuestras plataformas de e-commerce con la intención de fomentar una relación directa con nuestros clientes.

Con más de 14.551.590 visitas anuales en nuestro sitio web Chile, hemos incrementado nuestra oferta de productos y acceso a nuevos clientes que refuerzan nuestras ganas de seguir creciendo. Las cifras de visitas demuestran un crecimiento positivo, en la medida que antes de la pandemia el número promedio de visitas alcanzó a 331.533, mientras que durante la pandemia fue de 1.110.021, un **235%** mayor.

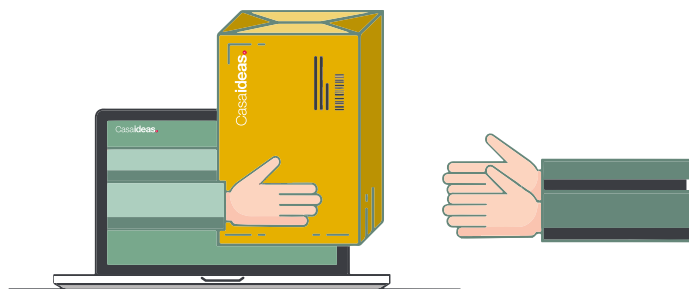
Por su parte, nuestras redes y plataformas sociales Facebook, Instagram y LinkedIn, también han demostrado un crecimiento exitoso, consiguiendo acceder y alcanzar con nuestros productos a un nuevo grupo de potenciales clientes.

La comercialización de nuestros productos a través de estos canales online, junto al aumento explosivo de su demanda, generaron nuevos desafíos de servicio que pusieron a prueba nuestro sistema, siendo necesario implementar una serie de mejoras para asegurar su funcionamiento.

Nuestras tiendas son espacios de experiencias únicas. Queremos que nuestros clientes encuentren mucho más que productos, y puedan conectarse con sus sueños y lo que quieren lograr para sus vidas. Invitamos a que descubran todos los rincones de la tienda, experimentando una sensación de grata bienvenida, siendo cordialmente asistidos y sorprendidos con productos funcionales de entretenidos diseños.

Dada la velocidad de requerimientos de nuestros clientes, nos hemos propuesto sostener nuestros esfuerzos por diseñar e implementar innovaciones de manera permanente, entendiendo que siempre es posible optimizar el uso de las plataformas de E-commerce y reforzar la experiencia de compra.

MEJORAS REALIZADAS A NUESTRO E-COMMERCE



1 Un equipo de servicio al cliente en Chile, Perú, Bolivia y Colombia

2 Same Day Delivery: Servicio de entrega en el mismo día para clientes que requieran soluciones rápidas como, por ejemplo, la compra de un regalo de cumpleaños, Chile.

3 Incorporación de tres vehículos eléctricos para los Same Day Delivery, Chile.

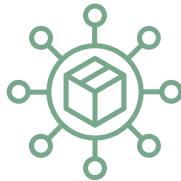
4 Alianza estratégica de servicio de entrega con Cornershop, Chile.

5 Alianza estratégica de servicio de entrega con Rappi, Colombia.

6 Alianza estratégica para la comercialización online de productos con el marketplace Platanitos, Perú.

Nuevas Tiendas y Cambios en los Centros de Distribución

Producto del crecimiento y las mayores exigencias por parte de nuestros clientes del canal de E-commerce, logramos robustecer nuestra cadena de suministros a través de la creación de un **nuevo centro de distribución en Chile**, denominado La Farfana, que permitirá una mayor capacidad de almacenamiento, entregando mayor flexibilidad a la operación.



Nuevo centro de Distribución - Chile

La Farfana, exclusivo para E-commerce

Por su parte, en Bolivia y Colombia, modificamos los operadores logísticos para mejorar nuestra calidad en la entrega del servicio. Los nuevos proveedores han permitido fortalecer las relaciones de confianza y lograr un crecimiento conjunto, demostrando un fuerte compromiso en aras de brindar el mejor servicio para nuestros clientes.



Cambio Centro de distribución

Bolivia

Cambio de proveedor *INLOG* por *LOGRA LOGISTICS*.

Colombia

Cambio de proveedor *BLUE LOGISTICS* por *KUEHNE NAGEL*.

Este 2020, inauguramos **2 nuevas tiendas** en Chile y **1 nueva en Colombia** constituyéndose como un verdadero hito en el desafiante escenario en el que nos encontramos.



Nuevas tiendas

Chile

- Casa Costanera
- Antofagasta Terrado

Colombia

Multiplaza

Gestión de reclamos

La implementación del E-commerce trajo consigo uno de los desafíos más exigentes para nuestro equipo que fue dar respuesta oportuna y pertinente a los reclamos que se generaron en función de la apertura de nuestros canales online, junto a la facilitación de contenidos y el despliegue de una navegación clara para nuestros clientes y visitantes. En sintonía con el aumento exponencial de transacciones, también registramos un número mayor de reclamos, siendo necesario idear un mecanismo de respuesta que permitiera sistematizar los aprendizajes adquiridos a lo largo de este proceso.

Gestión de Reclamos

PAÍS	RECLAMOS MÁS COMUNES	MEDIDAS IMPLEMENTADAS O EN PROCESO
 Chile	<ul style="list-style-type: none"> • Despacho sin recepción • Pedidos incompletos 	<p>La mayoría de los reclamos giraron en torno a los despachos de los productos y a su recepción incompleta, dada la separación de los envíos. De esta manera, adoptamos medidas para no parcelar las compras, siendo una de las más importantes, la apertura del Centro de Distribución La Farfana.</p>
 Perú	<ul style="list-style-type: none"> • Pedidos incompletos • Error 	<p>Actualmente estamos trabajando en el diseño de una solución que nos permita realizar un envío con todos los productos adquiridos por el cliente, junto con establecer mayores controles para evitar los errores de despacho.</p>
 Colombia	<ul style="list-style-type: none"> • Solicitud de devoluciones de dinero en tarjeta o efectivo 	<p>Entendiendo que nuestros clientes puedan presentar inconformidades con el proceso actual de devolución de su dinero en el momento de realizar cambios y/o devoluciones de productos; actualmente nos encontramos trabajando en el diseño de un nuevo procedimiento más automatizado, que permita agilizar la devolución del dinero de manera más eficiente tanto para el equipo interno como para la mejora de la experiencia del cliente.</p>
 Bolivia	<ul style="list-style-type: none"> • Producto con información incompleta o confusa (dimensiones, color, forma) 	<p>Buscando evitar confusiones en torno a nuestros productos, hemos mejorado su descripción en nuestra página web. Asimismo, hemos generado mayor sinergia con nuestro equipo comercial, para atender estos requerimientos de manera rápida y oportuna.</p>

4.3 Salud y Seguridad para nuestros clientes

GRI 416-1, 417-1, 418-1, IP16.

Medidas de Seguridad Covid-19

Producto de la pandemia global por Covid 19, implementamos una serie de medidas de seguridad sanitaria para proteger la salud de nuestros clientes y colaboradores. En todas nuestras tiendas, generamos estrictos protocolos de comportamiento, interacción, sanitización y limpieza, para garantizar el cumplimiento de las disposiciones de salud implementadas por la autoridad sanitaria en cada país.

El programa ha logrado cumplir el objetivo propuesto ya que hemos sido muy cuidadosos en la aplicación de todas las medidas, privilegiando la salud de nuestros clientes al limitar los aforos en nuestras tiendas a un número más restrictivos que el recomendado. Junto con ello, cumplimos con las inspecciones realizadas por personal de SEREMI, quienes reafirmaron el adecuado funcionamiento de nuestras tiendas.



Ciberseguridad: Protección de Datos Personales

Para entregar una experiencia de compra memorable es prioritario que se cumpla un alto estándar de seguridad en el proceso. En esta línea, hemos implementado un programa de ciberseguridad para proteger los datos personales de todos nuestros clientes.

Este programa tiene por objetivo entregar una experiencia de compra confiable, que cumpla con altos estándares de seguridad electrónica para resguardar la información personal y comercial de nuestros clientes. Esta política aplica tanto para las compras en nuestros locales, como para las compras realizadas en nuestros sitios web, respondiendo a los estándares de calidad exigidos por la industria y las normas internacionales. Actualmente, contamos con protocolos, procedimientos y tecnología de punta, para proteger los datos personales y privados de nuestros clientes.

Este trabajo se realiza en sintonía con nuestro Código de Ética, así como la Normativa Técnica *Payment Card Industry Data Security Standard* (PCI DSS), correspondiente a un estándar internacional que regula la industria de la tarjeta de pago, exigida por nuestro socio comercial Transbank. Junto con ello, todas las transacciones son verificadas por una empresa externa.

Por su parte, la norma PCI DSS contiene estrictas medidas de seguridad para evitar fraudes vinculados a tarjetas de pago, tanto de débito como de crédito. El manejo de toda información electrónica sensible está respaldada en servidores propios de Casaideas, que están siendo permanentemente revisados y

respaldados por nuestro equipo de TI. Estamos muy orgullosos de no registrar incidentes relativos al mal uso de los datos de nuestros clientes.

Productos con alto estándar de Seguridad y Sustentabilidad

Como compañía buscamos que nuestros productos cumplan con altos estándares de comercialización y de producción sustentable. La calidad, la relación con el medio ambiente, junto con nuestra transparencia y ética comercial nos obliga a seleccionar y ser responsables por cada uno de los productos que ofrecemos.

Nuestro compromiso es asegurar que nuestros productos entreguen confianza y seguridad en su funcionamiento. En este contexto el proceso de certificación de nuestros productos incluye las siguientes etapas:



Trabajamos con laboratorios certificados en todos los países donde operamos, las normativas que cumplimos son Internacionales y también homologadas con las normativas locales.

En Casaideas trabajamos con laboratorios certificados en todos los países en los que operamos, con el fin de cumplir con las normativas locales e internacionales definidas para ciertos tipos de productos. En el caso de los productos de Juguetería, cumplimos con el estándar Europeo EN-71 usado a nivel mundial para garantizar que estos productos cumplan con los aspectos requeridos en materia de seguridad, además de las regulaciones locales como el Decreto Supremo D.S.114, que es un reglamento sobre la seguridad de los juguetes y la NCh 3251:2011











De la misma forma, el estándar Europeo EN-71, el americano ASTM D3335-85A y el D.S.114 se utilizan para garantizar el uso seguro de artículos escolares, junto con otras normativas locales como el D.S. 374 que fija el límite máximo de plomo en productos escolares y el D.S. 144 que reglamenta la producción, distribución, expendio y uso de solventes orgánicos nocivos para la salud.

Los productos eléctricos, como lámparas, se certifican de acuerdo a las normativas locales de cada país que, en su mayoría, son homologaciones del estándar Internacional IEC 60598-1. Esto incluye lineamientos sobre la forma en que estos productos deben ser identificados de cara al cliente. En Chile aplica el protocolo de análisis y/o ensayos de seguridad de producto eléctrico establecidos por la SEC (Superintendencia de electricidad y combustible) y en Colombia, el Reglamento Técnico de Iluminación y Alumbrado Público (RETILAP).

Los productos de cerámica, vitrocerámica y vidrio que podrían estar en contacto con alimentos, se certifican para garantizar que la liberación de metales pesados como Cadmio y Plomo están en límites que no sean nocivos para la salud. Estas certificaciones están basadas en normativas Internacionales como ISO 6486-1 y su equivalente colombiana NTC 4634:2014, ISO 7086-1 e ISO 7086-2 y su equivalente colombiana NTC 3563:1993.

Por último, debemos mencionar que Casaideas realiza de forma voluntaria ensayos destinados a garantizar la seguridad de nuestros clientes como la condición de Libre de BPA, para productos plásticos en contacto con alimentos, basados en el Reglamento de la Unión Europea N°10/2011, y bolsas de agua caliente o guateros de caucho y PVC, que son certificados conforme al Estándar Británico BS 1970:2012 y NCh 2953.Of 2005.

A partir de nuestro enfoque de sustentabilidad, nos hemos comprometido a comunicar a nuestros clientes qué productos son amigables con el cuidado del medioambiente y responden a procesos de producción respetuosos con el entorno. Estos mensajes son transmitidos mediante íconos que refieren a certificaciones internacionales en estas materias.

TIPO DE PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	ÍCONO	CERTIFICACIÓN
Celulosa	Productos derivados de la madera, incluyen papel y cartón.		
Textil	Productos de telas naturales o sintéticas.		
Plumas	Productos que contienen plumas obtenidas con criterio de bienestar animal.		
Reciclados	Productos que contienen material reciclado		
Libre de BPA	Productos plásticos para para contener alimentos o bebidas.		

A la fecha contamos con más de 3.500 productos con certificación.

5 Compra sustentable



5.1 Nuestra cadena de valor

GRI 102-1.

En Casaideas, tenemos la convicción de que un verdadero enfoque de sustentabilidad pasa necesariamente por considerar a nuestros proveedores como socios estratégicos, construyendo relaciones sólidas y duraderas de largo plazo que permitan integrar criterios socioambientales en el core de sus negocios, y por ende hacer de nuestras compras un proceso sustentable por naturaleza.

Así, durante el año 2020 a pesar del escenario extraordinariamente desafiante que enfrentamos producto de la pandemia global, logramos seguir robusteciendo este vínculo en cada fase de nuestra cadena de valor. Aprendimos que el trabajo colaborativo, junto con el principio de responsabilidad respecto de nuestro entorno, fueron cruciales para enfrentar la adversidad y para conducir así al crecimiento sustentable de nuestra empresa.

En toda nuestra cadena de valor se materializa el cuidado y cariño de nuestro equipo para que las colecciones logren incorporar en cada producto el diseño, la creatividad e innovación que nos caracterizan como marca. De esta manera, mediante un proceso meticuloso y del más alto nivel, logramos un mix de productos con atractivos diseños, óptima calidad, asequibles, seguros y sustentables.

Nuestra cadena de valor contempla un ciclo que comienza con la fase creativa de diseño de los productos, en la que participan más de 40 diseñadores que dan forma a un mix de productos en todas las temporadas, pasando luego, a su fabricación,

transporte y distribución en cada uno de los países en los que operamos. Así, procuramos garantizar el suministro de nuestros productos en nuestros diferentes canales de venta, tiendas, centros de distribución y E-commerce, cerrando el ciclo, con la gestión de nuestros clientes.

En el Proceso de Compra, los equipos de diseño y sustentabilidad monitorean a los proveedores en distintas oportunidades, buscando resguardar el cumplimiento de nuestros requerimientos a lo largo de la fabricación de los productos, cumplimientos normativos y en el proceso de producción, considerando a su vez, el respeto por las mejores prácticas laborales en cada una de las fábricas.

En la fase de gestión logística, nuestra Gerencia de Supply Chain y Comercio Exterior, tiene la misión de lograr que todos los procesos de importación, distribución y abastecimiento sean eficientes y se ejecuten en los tiempos adecuados y con los más altos estándares de calidad para llegar a nuestro cliente final.

En el proceso de Operación de Tiendas, es el área Comercial, Visual y Marketing de la mano con el equipo de Operaciones, quienes trabajan para plasmar en cada una de nuestras tiendas físicas, como en el canal online, el óptimo surtido de productos en función de los m² disponibles buscando garantizar una grata experiencia para nuestros clientes bajo los estándares definidos por la compañía en términos de exhibición, asesoría y servicio.

Finalmente el proceso de Gestión de Clientes, el área de SAC se hace cargo de atender, gestionar y resolver todos los requerimientos de clientes recibidos a través de nuestros canales de comunicación ya sean escritos, telefónicos o presenciales, con políticas de servicio muy por sobre los estándares industria, para cumplir con nuestra visión de área: "Ser reconocidos como el retail que entrega la mejor experiencia de Servicio al cliente, única e impecable".



5.2 Gestión de Compra Sustentable

GRI 102-10, 204-1, 308-1, 401-8, 409-1, 414-1, 416-1, IP17, IP18.

Cómo enfrentamos el escenario Covid-19 en nuestra Cadena de suministro

Durante el 2020, las cadenas de abastecimiento en todo el mundo se vieron significativamente afectadas, producto de la pandemia por Covid-19, generando caídas en la oferta y demanda de productos.

Casaideas no fue la excepción, y nos vimos significativamente desafiados a generar una respuesta rápida, con la mayor flexibilidad y resiliencia posible. De esta manera, supimos adaptarnos y resguardar la continuidad de nuestro negocio. Nuestros equipos y proveedores trabajaron comprometidos con nuestros clientes y la misión de proveer nuestros productos en tiempo y forma. A pesar de estos esfuerzos, hubieron productos que no llegaron a tiempo, dadas las dificultades logísticas y restricciones de desplazamiento que fueron impuestas por la crisis sanitaria.

En este contexto, nuestros equipos de Diseño y Sustentabilidad no pudieron viajar al encuentro con nuestros proveedores como estaba programado, por las diversas limitaciones en cuanto a salud y restricciones que existieron, en ese mismo sentido tuvimos que reprogramar y reducir el número de auditorías previstas en Asia. Aun así, sostuvimos nuestro compromiso por mantenernos comunicados con nuestros proveedores y desarrollamos nuevas herramientas de verificación e inspección, como planes de acción y auto auditorías a distancia.

Nuestro interés por mantener comunicación con nuestros proveedores nos llevó a mantener una comunicación constante y nos preocupamos por conocer la situación vivida en los países donde nuestros proveedores trabajan, relevando la empatía que nos caracteriza y siendo flexibles en el proceso ya que para nosotros la seguridad de nuestros proveedores también fue fundamental.

Prácticas Sustentables y Compra responsable

Como compañía reconocemos que nuestros impactos sociales y medio ambientales se extienden más allá de nuestras operaciones directas, por lo que hemos difundido nuestros compromisos de sustentabilidad en cada fase de nuestra cadena de valor, asegurando que nuestros proveedores internalicen las prácticas sustentables requeridas en sus procesos y compartan nuestros valores en este sentido.

Para el adecuado manejo en este ámbito, nos basamos en un conjunto de directrices que derivan de nuestros principales instrumentos para la gestión sustentable de proveedores:

CÓDIGO DE CONDUCTA DEL PROVEEDOR

Este instrumento define los lineamientos para nuestros proveedores sobre las prácticas éticas, sociales y ambientales que necesitamos construir y fortalecer de manera conjunta, estableciendo relaciones productivas y sustentables en el tiempo. Las empresas que quieren formar parte de Casaideas son

sometidas a un proceso de evaluación llamado Gestión de Proveedores, de tal forma que garanticen una gestión ética de sus negocios, por lo que deben cumplir con los siguientes principios y conductas establecidas en el Supplier Code of Conduct (Código de Conducta del Proveedor):



ÉTICA:

Manifestar una conducta ética en la práctica de sus negocios, donde no existan espacios para la corrupción o extorsión, operen en la lógica de la transparencia, competencia justa, y protejan la privacidad y la propiedad intelectual.

CUMPLIMIENTO DE LA REGULACIÓN LOCAL:

Demostrar el cumplimiento de todas las leyes, regulaciones, permisos, licencias y registros que aplican a la regulación local de cada país donde sus operaciones se encuentren físicamente.

COMPROMISO DE SUB-PROVEEDORES:

Demostrar que las empresas o productores involucrados en sus cadenas de suministro operan bajo los mismos principios que Casaideas exige en el marco de este código.



LABORAL:

Proteger los derechos laborales de sus colaboradores, destacando de modo transversal la protección a los Derechos Humanos, e incluyendo materias como un lugar de trabajo seguro, horario laboral, ausencia de trabajo infantil, cumplimiento de niveles adecuados de salarios y beneficios pactados, exista diversidad e inclusión, entre otros.



SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL:

Velar por un ambiente laboral seguro con medidas adecuadas de protección para evitar accidentes e inconvenientes de salud que puedan ocurrir entre sus colaboradores producto del normal funcionamiento de sus operaciones.



PRODUCTOS Y SERVICIOS DE CALIDAD:

Casaideas inspecciona y aprueba el proceso completo de gestión de calidad de los proveedores a lo largo de la cadena de valor.



RESPONSABILIDAD AMBIENTAL:

Demostrar proactividad frente a los impactos tanto positivos como negativos de sus operaciones sobre el medio ambiente. Se espera que realicen planes sobre residuos, emisiones, conservación de recursos y energía, de manera de mitigar los efectos del Cambio Climático.

MANUAL DE CALIDAD Y SUSTENTABILIDAD

Este instrumento abarca una serie de requisitos solicitados a nuestros proveedores para garantizar la excelencia en la fabricación y la calidad de los productos. En esta política somos claros a la hora de solicitar que estén preparados para la planificación de riesgos y contingencias que puedan ocurrir. Junto con ello, establecemos los criterios que utilizamos para la verificación, clasificación y calificación de nuestros proveedores.



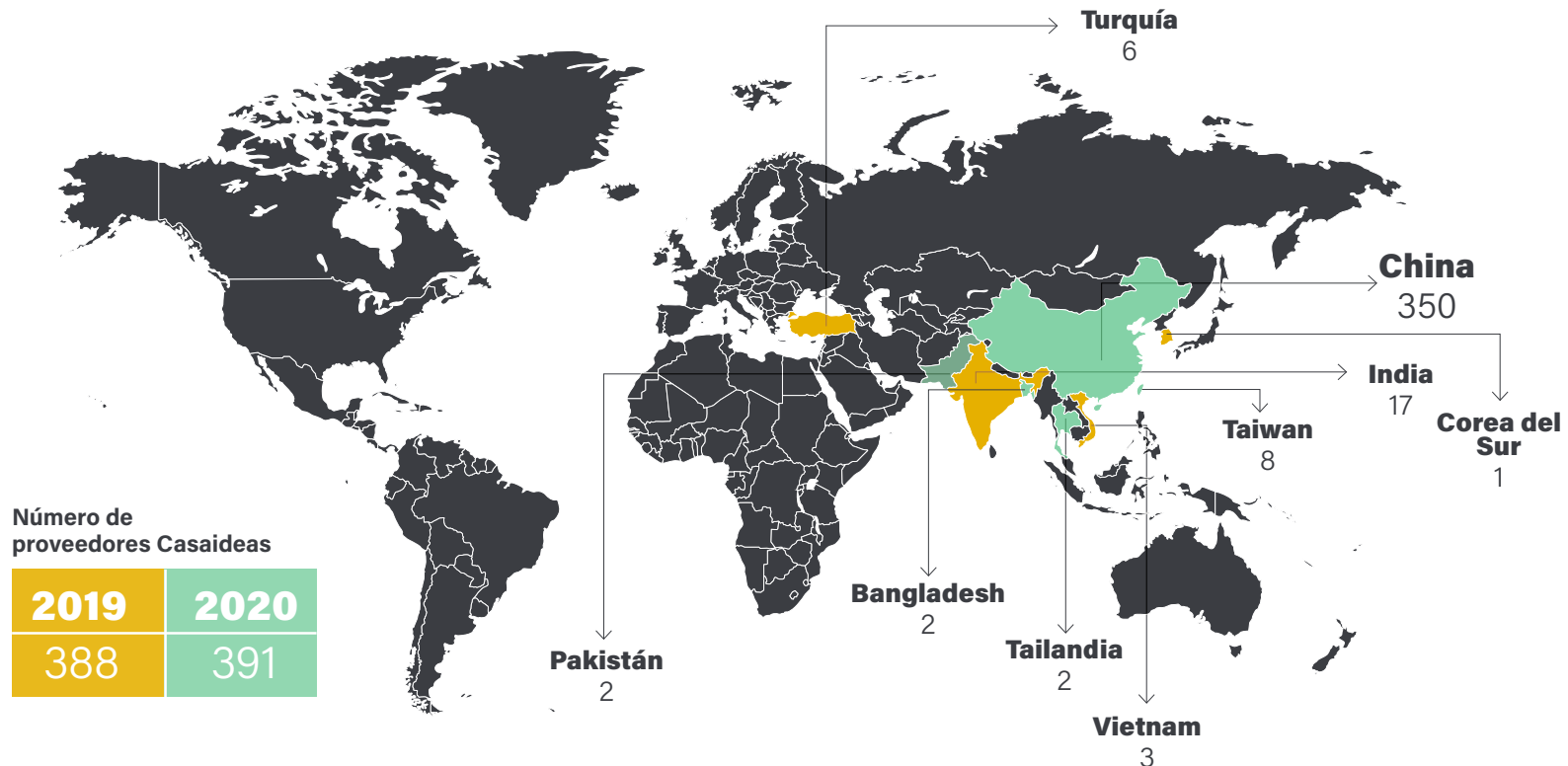
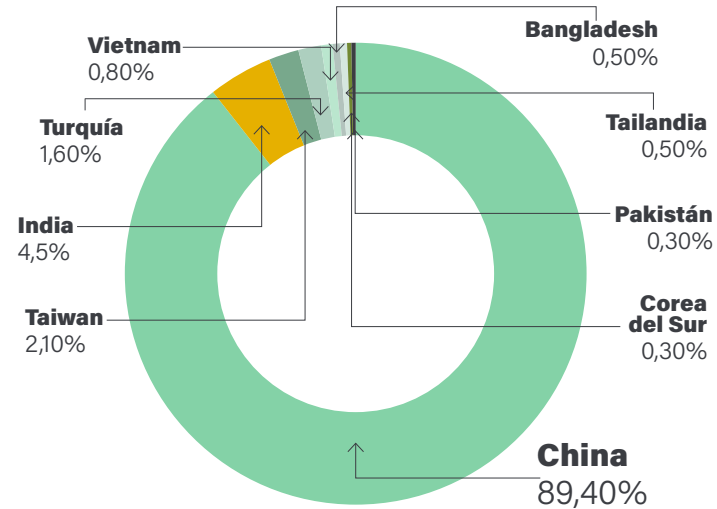
El 80% de nuestros proveedores internacionales del año 2020 firmaron una carta de compromiso con Casaideas en la que asumen seguir nuestras Políticas de Manual de Calidad y Sustentabilidad y el Código de Ética para Proveedores Casaideas. Además aseguraron el cumplimiento a cada una de las dimensiones estipuladas.



Nuestros Proveedores

Actualmente, trabajamos con 391 proveedores internacionales que fabrican nuestros productos en Asia, para las cuatro operaciones de nuestro negocio, en Chile, Perú, Colombia y Bolivia.

Durante este año, fortalecimos la relación que sostenemos con nuestros proveedores y que se basa en la confianza y el compromiso de una producción sustentable. Nuestros proveedores provienen de los más diversos países del continente asiático, tales como: China, India, Taiwán, Turquía, Vietnam, Bangladesh, Tailandia, Corea del Sur y Pakistán.



Número de proveedores Casaideas

2019	2020
388	391

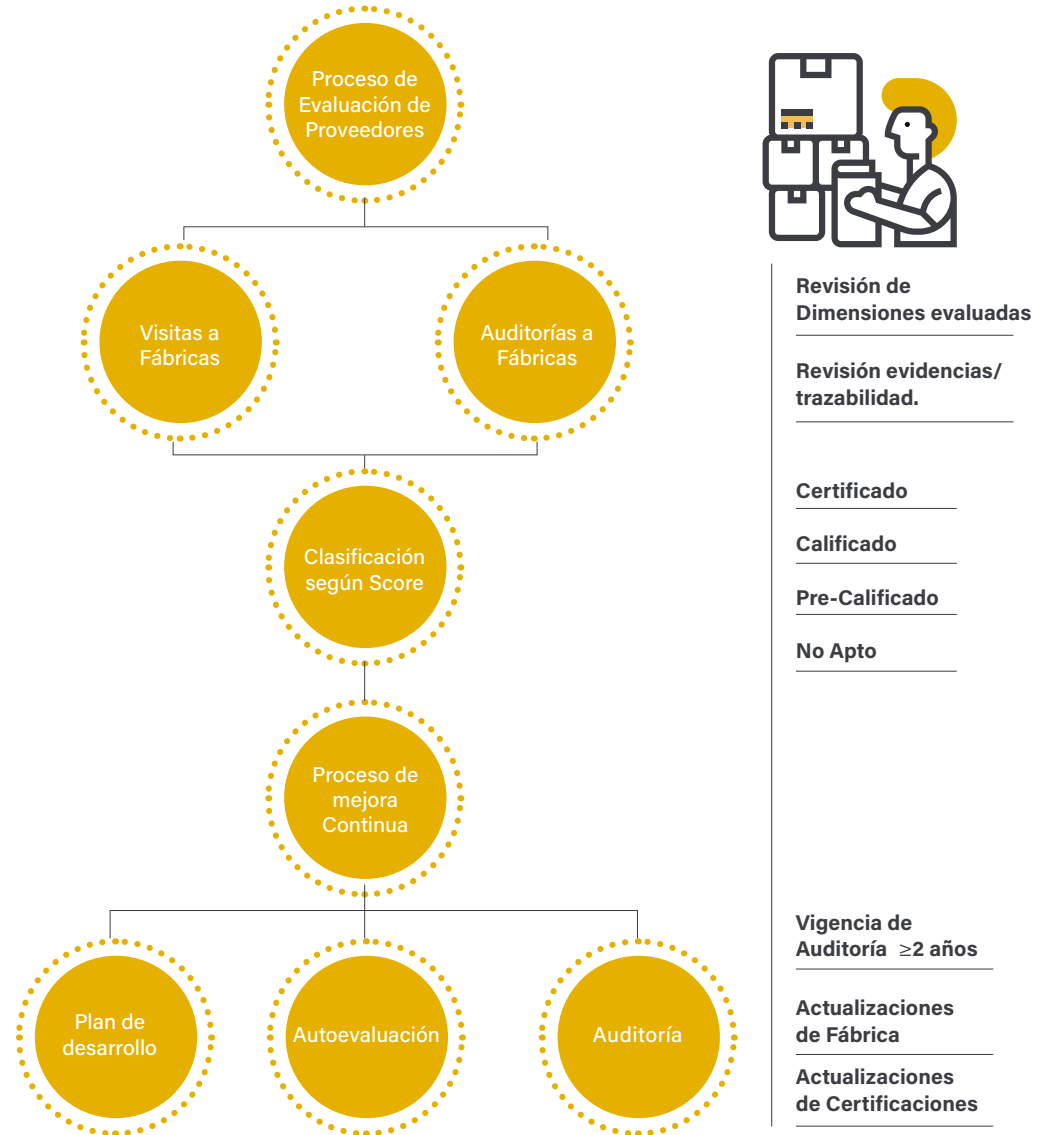
Considerando que en su mayoría nuestras relaciones comerciales se encuentran en Asia, hemos desarrollado una metodología específica para la *Gestión de Proveedores* basada en la ISO 20400 e ISO 26000, las mejores prácticas del comercio ético a nivel global y las definiciones de la Organización Internacional del Trabajo, OIT. Esta metodología busca cumplir los siguientes objetivos:

- Gestionar los riesgos en la cadena de abastecimiento
- Fortalecer la transparencia comercial con un sello de *Compliance*
- Fomentar y promover la producción y productos más sustentables
- Desarrollar una gestión estratégica a largo plazo

Evaluación, selección y gestión de proveedores

A continuación, se describe el ciclo de gestión de proveedores de Casaideas, que abarca los procesos de evaluación, selección y certificación, orientando la toma de decisiones, respecto de los que se encuentran aptos para ser parte de nuestra compañía, así como la definición de un proceso de mejora continua que esperamos movilizar con ellos.

PRINCIPALES ETAPAS E HITOS DEL CICLO DE EVALUACIÓN, SELECCIÓN Y GESTIÓN DE PROVEEDORES

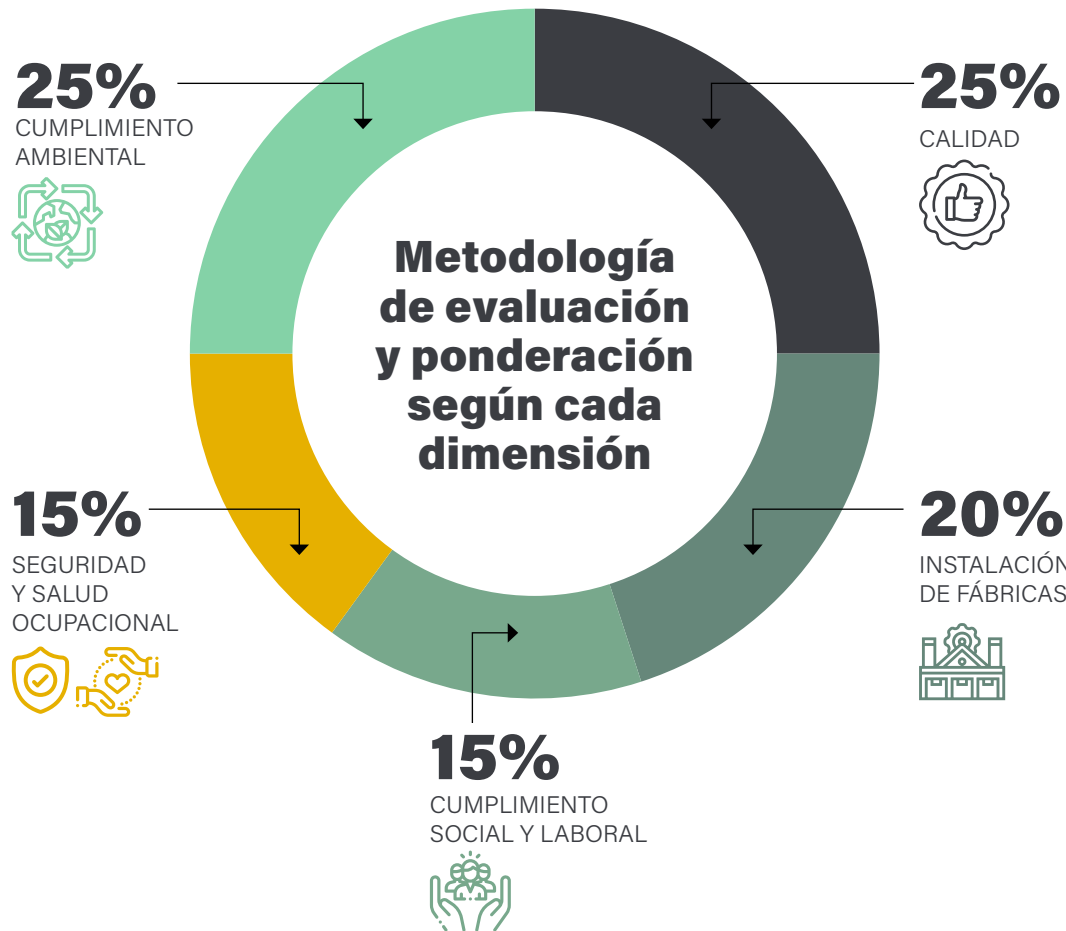


Auditorías e inspecciones a nuestros proveedores

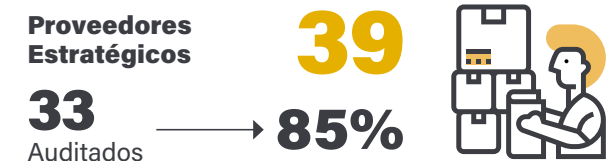
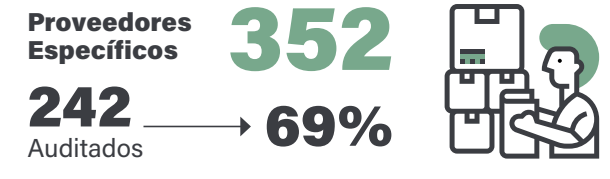
Las auditorías e inspecciones de fábrica son una herramienta que nos ayuda a asegurar y verificar la confiabilidad hacia nuestros proveedores. Buscando evidenciar que entreguen condiciones dignas de trabajo, un empleo sin discriminación y que por sobre todo se respetan los Derechos Humanos de todos los trabajadores sin distinción alguna.

De este modo, nuestro programa de verificación mide **5 dimensiones** que nos permiten conocer los estándares de trabajo y los sistemas de calidad de nuestros proveedores y una ponderación por cada una. Así, podemos trabajar con ellos en el cumplimiento individual por área.

Como parte de nuestra gestión, de manera anual avanzamos con seleccionar estratégicamente los proveedores que serán evaluados, nuestra meta es contar con el 100% de proveedores auditados al año 2024.



AÑO 2020











Certificaciones de Fábricas 2020

Durante este año, nos esforzamos por promover la continuidad de las certificaciones de nuestros proveedores, dada la importancia que reviste para nosotros trabajar con fábricas que cuenten con estándares de cumplimiento internacionales, evidenciando que comparten los requerimientos exigidos por Casaideas, junto con compromisos concretos de mejora continua y adopción de buenas prácticas.

En esta materia hemos recorrido ya un camino, venimos trabajando con nuestros proveedores desde el año 2017 y sabemos que aún nos falta seguir trabajando esta temática, sin embargo, nos sentimos contentos de lo que hemos logrado hasta ahora y estamos preparados para seguir desafiandonos y encontrar con creatividad e innovación mejores formas de hacer las cosas.

CERTIFICACIONES CON LAS QUE CUENTAN NUESTRAS FÁBRICAS

Dimensión	2020	361 FÁBRICAS
 SOCIAL	81%	  
 CALIDAD	53%	
 MEDIO AMBIENTE	14%	
 SEGURIDAD	11%	 

Reconocimiento de Pacto Global, ONU

Este año fuimos reconocidos por el Pacto Global de la Organización de las Naciones Unidas, en la categoría de Derechos Humanos, por nuestras prácticas responsables en la Cadena de Suministro.

Este reconocimiento, nos llena de orgullo siendo fruto del esfuerzo que hemos realizado como equipo para instalar la compra responsable dentro de la gestión de nuestros proveedores. Además, es de suma importancia para nosotros, pues reconoce el compromiso de Casaideas por promover y construir valor, incorporando criterios de evaluación social, ético y ambiental en nuestros procesos.

[+ Ver más](#)

6 Gestión ambiental



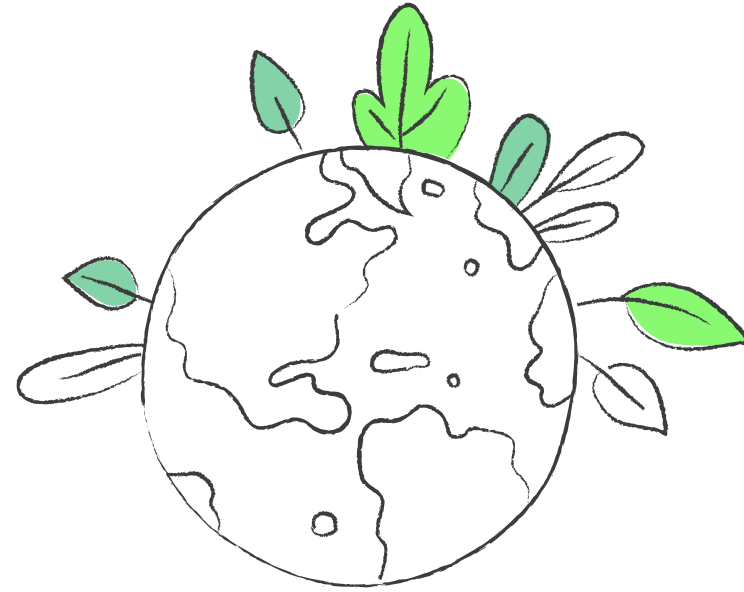
6.1 Nuestro enfoque

IP20, IP21.

Nuestra estrategia y compromiso ambiental

En Casaideas asumimos el compromiso de reducir los impactos de nuestras operaciones en el medioambiente, así como potenciar aquellas acciones positivas de largo plazo, conducentes a generar un mejor entorno para las actuales y futuras generaciones.

En esta dirección, hemos diseñado la Política Social y Ambiental de Casaideas, implementada desde 2019, cuyos principales puntos se resumen a continuación:



Garantizar el cumplimiento de la legislación ambiental, de seguridad y salud ocupacional y de responsabilidad social, aplicable.



Promover en nuestros colaboradores la adopción de estilos de vida más saludables, y fomentar mayor educación ambiental.



Cumplir con los compromisos sociales y ambientales a los que nos adherimos de manera voluntaria.



Investigar de manera constante el mercado para incluir mejores materiales en la fabricación de nuestros productos y reducir aquellos materiales poco amigables con el medioambiente.



Fomentar la reutilización, el reciclaje y la declaración ambiental, mediante el etiquetado ambiental de nuestros productos.



Desarrollar una gestión adecuada de nuestros residuos, potenciando una cultura de reducción y reciclaje en nuestros colaboradores, clientes y comunidad.

Por otra parte, para reforzar nuestro compromiso con el medioambiente, hemos definido una estrategia basada en dos ámbitos: Economía Circular y Cambio Climático.

Contamos con un plan 2020-2024 y con metas anuales que nos desafían a seguir avanzando hacia un modelo que promueva la producción y consumo responsable.

PLAN DE ACCIÓN EN ECONOMÍA CIRCULAR:



Incorporar productos con certificación ambiental, productos más sustentables e innovadores.



Cambio de insumos a materialidades más sustentables y con certificación.



Facilitar el reciclaje identificando el plástico de los packs.



Incrementar el reciclaje de los packs, eliminando residuos.

PLAN DE ACCIÓN EN CAMBIO CLIMÁTICO:



1. Eficiencia Energética

- 100% Luces LED
- 100% Automatización de Consumos
- % Certificación Tiendas LEED
- % Reducción Consumos
- Sello Eficiencia energética



2. Transporte Logístico E-Commerce/Abastecimiento

- Cuantificación CO2 Transporte terrestre
- Compensación huella proveedores marítimos



3. Huella de Carbono

- Medición, verificación y Certificación Huella alcance 1-2 y 3
- Programa reconocimiento Huella Chile-Perú 3 dimensiones



4. Mitigación de CO2

- Carbono Neutralidad
- Abastecimiento Productos E-commerce
- Operación Tiendas

Socio Estratégico: Forest Stewardships Council (FSC)

Queremos ser una empresa que promueva el consumo y la producción responsables, así como el uso apropiado de los recursos naturales. Es por ello que, el 29 de marzo del 2020, obtuvimos la Licencia de uso de Marca mediante un TLA internacional con *Forest Stewardships Council* (FSC), organización que promueve el manejo forestal responsable a nivel mundial. Este vínculo denota nuestro compromiso de mantener un alto estándar de producción, garantizando que los productos provenientes de la celulosa (madera, papel o cartón) procedan de bosques que se estén gestionando de manera ambientalmente responsable.

Al mismo tiempo, esta alianza nos compromete a seguir desarrollando un modelo de capacitación para todos nuestros colaboradores y proveedores, de manera de lograr mejoras en todos los aspectos de nuestra cadena de valor.

En un futuro buscamos promover de manera nacional e internacional las visión y prácticas de FSC. Somos conscientes que nuestros clientes, año tras año, aumentan su preferencia por el uso de productos certificados por FSC, aportando una contribución significativa en el desarrollo sustentable de la región.



Imagen 1. Código FSC Casaideas



Imagen 2. Logo FSC

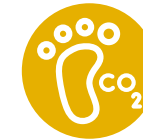
6.2 Desempeño ambiental 2020

GRI 301-1, 301-3, 305-1, 305-2, 306-2, 306-2, IP19.

Huella de carbono

En nuestras operaciones de Chile, Perú y Colombia realizamos por primera vez la medición corporativa de nuestra huella de carbono, incluyendo todas las tiendas, y la oficina central. Registramos el **Alcance 1**: Emisiones directas producidas por quema de combustibles, y **Alcance 2**: Emisiones indirectas generadas por la electricidad consumida y/o comprada para todas las instalaciones, considerando todos los aspectos correspondientes a nuestra industria.

La medición de la huella de carbono corporativa es de gran relevancia debido a que representa un primer paso hacia la cuantificación de nuestros niveles de emisión de gases efecto invernadero (GEI). Este avance nos permitirá tomar acciones para mitigar las emisiones de nuestras operaciones a nivel de todas nuestras filiales.



HUELLA DE CARBONO CORPORATIVA CASAIDEAS 2020

Cantidad de Gases de efecto invernadero emitidos (Ton CO₂e)



RECONOCIMIENTOS



En Chile obtuvimos el reconocimiento del Programa Nacional HuellaChile, este programa es una iniciativa del Ministerio del Medio Ambiente, que fomenta la cuantificación, reporte y gestión de las emisiones de GEI de organizaciones y eventos del sector público y privado, por medio de la entrega de sellos de reconocimiento, a quienes cumplen y verifican su medición, reducción y/o neutralización de sus emisiones. El año 2020 obtuvimos el sello de Cuantificación.



Sello Cuantificación programa HuellaChile.



Mientras que en Perú fuimos galardonados con la Huella de Carbono Perú, esta iniciativa es una herramienta oficial del Estado peruano que permite reconocer cómo las organizaciones públicas y privadas han logrado gestionar sus emisiones de GEI en beneficio del ambiente.



Huella de Carbono Perú.



Estos sellos demuestran un significativo reconocimiento en la medición de la Huella de Carbono. Tenemos como objetivo certificar este tipo de iniciativas en Colombia y Bolivia.

Impacto significativo en la reducción de GEI en la Operación Colombia 🇨🇴

Durante el 2020 realizamos algunos cambios en nuestro proceso de logística, el principal consistió en dejar de utilizar la zona franca como bodega, utilizando el mismo puerto de ingreso (Puerto Buenaventura) como lugar de consolidación y posterior envío de los productos a un nuevo Centro de Distribución cercano a Bogotá. Este cambio permitió disminuir el uso de vehículos, evitando el uso de 35 camiones, entre julio y diciembre.

Eficiencia energética

Como parte de nuestras medidas de eficiencia energética, implementamos un proyecto de identificación del tipo de luminarias instaladas en nuestras operaciones, y de esta forma tomar acciones que promuevan una mayor eficiencia energética y una disminución del impacto en el medio ambiente.



Transporte eléctrico para E-commerce

Como parte de las acciones tomadas para reducir las emisiones de GEI que generamos durante nuestra etapa de transporte, incorporamos 3 vehículos 100% eléctricos para los despachos del E-commerce en la modalidad "same day delivery" que opera en Chile. De esta manera, buscamos avanzar hacia la carbono neutralidad del transporte, asociados a nuestros servicios de E-Commerce. Estos vehículos pertenecen y son operados por una empresa externa, para el uso exclusivo de Casaideas y constituyen el 10% de nuestra flota.



Educación ambiental

Para nuestra organización, incorporar temáticas de cuidado medio ambiental en nuestra cultura interna es un permanente desafío, pero perseveramos bajo la convicción de que permitirán mejorar nuestro relacionamiento con el entorno, por parte de colaboradores y grupos de interés. A continuación, resumimos nuestras principales iniciativas en esta dirección.

AVANCEMOS JUNTOS HACIA UNA CULTURA MEDIO AMBIENTAL

1. Webinar abierto sobre el buen uso de la energía:



En el mes de septiembre realizamos un *webinar* para impulsar la cultura ambiental entre las personas, este fue de carácter gratuito para todo público, donde la temática principal fue el buen uso de la energía dentro de los hogares y en sus respectivos lugares de trabajo.

2. Capacitación al personal de aseo sobre reciclaje y compostaje:



Durante los meses de febrero y noviembre, tomando todas las medidas sanitarias preventivas, se capacitó presencialmente al personal de aseo acerca de la importancia de la acción de reciclar, así como de la correcta forma de segregación de los residuos orgánicos e inorgánicos.

3. Boletín Eco-Noticias:

Para todos los países creamos un boletín de comunicación ambiental llamado *Eco-Noticias*. Consiste en la entrega, vía correo electrónico, de un informativo mensual para colaboradores, con el objeto de compartir noticias de carácter educativo ambiental, en un tono alegre y divertido, integrando información de diferentes ámbitos.



Productos más Sustentables

En Casaideas tenemos un compromiso medioambiental, enmarcado en nuestra estrategia de Sustentabilidad 2020-2024 donde uno de nuestros objetivos es trabajar para contribuir a cuidar los recursos naturales y el planeta, impulsando una producción y consumo responsable. Hemos iniciado un trabajo interno y minucioso junto al equipo de Diseño y nuestros proveedores para incluir materialidades más sustentables, disminuir el packaging de nuestros productos y optar por plásticos reciclables. Además, hemos implementado el etiquetado ambiental en nuestros empaques para facilitar el reciclaje a nuestros clientes.

Durante 2020 redujimos un 16% el uso de pack plástico de nuestros productos y 18% de cartón de nuestros embalajes. Para el año 2021, cambiamos la materialidad de nuestros insumos e-commerce usando solo plásticos reciclables y biodegradables, así como cartones certificados FSC (provenientes de bosques manejados de manera sustentable).

Contamos con un plan de trabajo riguroso en Certificación Ambiental y tenemos metas claras al año 2024, las cuales nos desafían a seguir abordando de manera responsable este compromiso, contamos con un proceso de etiquetado ambiental, el cual busca destacar a aquellos productos que sean respetuosos con el medioambiente y que protejan la salud de las personas y las comunidades durante todo su proceso de producción.

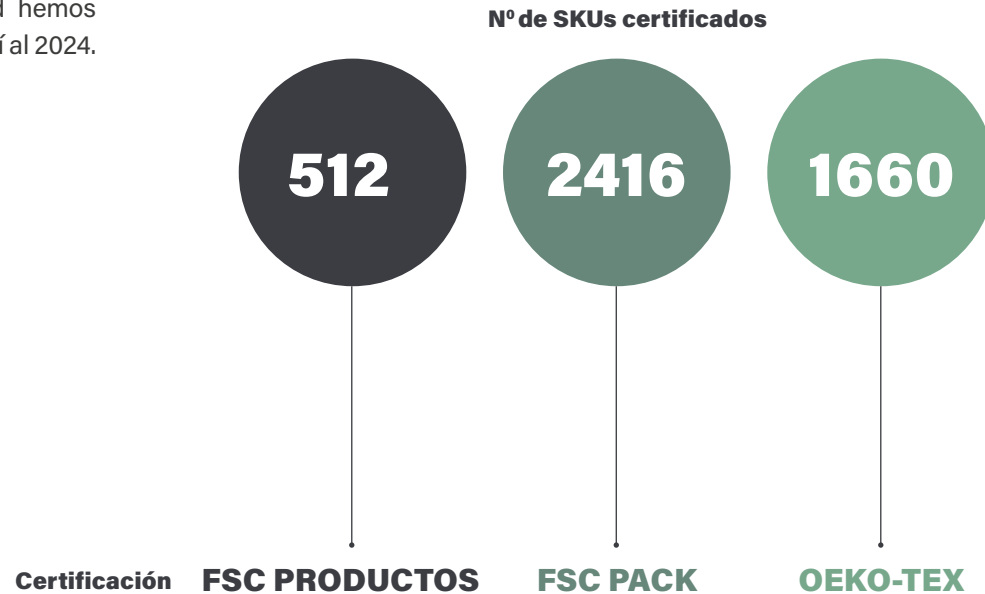
Durante 2020 trabajamos con 2 tipos de certificaciones para productos más sustentables. La primera, FSC (Forest Stewardship Council), acredita que los productos de celulosa (madera, papel o cartón) proceden de recursos forestales manejados de manera responsable y sustentable. Por otro lado, la certificación OEKO-TEX garantiza que los productos textiles han sido analizados a fin de evitar la presencia de sustancias nocivas para la salud de los clientes.

Como parte de nuestra estrategia de sustentabilidad hemos definido grandes metas que esperamos alcanzar de aquí al 2024.

NUESTRAS METAS PRODUCTOS MÁS SUSTENTABLES 2024

- **100% de los insumos FSC.**
- **70% del Packaging Certificado FSC.**
- **80% de Productos del Mix FSC.**
- **80% de Productos del Mix OEKOTEX.**

RESULTADOS ACTUALES



Packs más Sustentables

Entre los materiales que utilizamos para nuestro packaging se encuentra el plástico. Entendiendo que es un material complejo, que genera impactos a nivel medioambiental, desarrollamos un proyecto que nos permite implementar acciones para disminuir sus efectos adversos en el entorno natural. Dentro de las medidas que se han tomado, se encuentra la disminución de su uso en nuestros packagings, junto al aumento de plásticos reciclables en los mismos, acompañado del correcto rotulado como información para facilitar su reciclaje, ya que queremos incentivar a nuestros clientes este hábito de ese modo no generamos más residuos y contribuimos a una economía más circular.


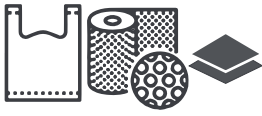
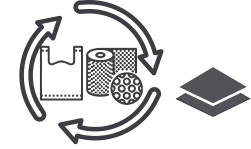
Estamos trabajando también para que el packaging sea más sustentable y en ese sentido estamos incorporando plásticos reciclables y reduciendo el plástico de nuestros packs, del mismo modo estamos avanzando en disminuir nuestros embalajes al menos un 30% al año 2024.

A continuación, nuestro progreso para alcanzar nuestras metas al año 2024:


CARTÓN EMBALAJE

El año 2020 se logró reducir un 18% el uso de cajas de embalaje (inner y master) en comparación con las utilizadas desde el año 2019. Con esta acción, se evitó que más de 300 toneladas de cartón que no se gestionen lleguen a rellenos sanitarios.

PLÁSTICOS EN LOS PACKS

	META 2024	AVANCE
 <p>Reducción de Plásticos</p>	Se reducirá a un 50% uso de Plástico en Pack	Reducimos un 16% empaques Plásticos
 <p>Pack Plásticos por Feria</p>	Máximo el 20% de los Pack será Plástico	Tenemos el 38% de Packs Plásticos
 <p>Plásticos Reciclables por Feria</p>	El 70% del Plástico de Pack será reciclable	El 41% es reciclable

EMBALAJES

	META 2024	AVANCE
 <p>Pack Celulosa</p>	Se reducirá el 30% de cajas master	18%

Insumos sustentables

Para acercarnos a nuestra misión de generar un cambio positivo en nuestro entorno, diseñamos un programa especial para avanzar hacia la utilización de insumos más sustentable para la operación de nuestro negocio.

En consecuencia, se realizaron cambios en los requisitos de insumos para E-Commerce, definiendo que el 100% del packaging de cartón sea certificado por FSC y que las bolsas saco sean de plásticos de resina vegetal certificado. Adicionalmente, se definió que las tintas de impresión de pack fueron reemplazadas por unas de origen vegetal, y finalmente decidimos reemplazar el material de los plásticos burbujas, utilizados para envolver los productos delicados en los delivery, por un plástico reciclable, con lo que fomentamos el uso de materiales reciclables, además de contribuir con la reducción en la generación de residuos que terminan en rellenos sanitarios.

Por otro lado, establecimos que los insumos textiles, como uniformes y bolsas de tela, deben estar certificados con OEKO-TEX, garantizando su uso seguro para nuestros clientes y colaboradores.

En las tiendas también se han adoptado medidas, por ejemplo, se ha establecido la venta de bolsas reutilizables, reduciendo la utilización de plásticos de un solo uso. Junto con ello, las boletas y los papeles y bolsas de regalo cuentan con certificado FSC.

6.3 Gestión de residuos

GRI 306-4.

Reciclaje

Durante el año, llevamos a cabo diversas iniciativas de reciclaje en Chile y Colombia. En ellas convocamos a nuestros clientes y colaboradores a sumarse a este nuevo desafío para cambiar nuestros hábitos en torno al manejo de residuos reciclables.



Reciclaje tiendas calle

Sistema periódico de retiro de envases y embalajes que tienen origen en el abastecimiento de las tiendas. Este proceso nos ayuda en la trazabilidad de los materiales reciclados.

RECICLAJE EN TIENDAS CALLE CHILE



237 kg
Plásticos



53.990 kg
Cartón

Con los retiros de tiendas calle, hemos reciclado durante 2020 un total de

56.023 kg

que **NO** terminan en vertederos.



48 kg
Vidrio



1.748 kg
Metales



APL: Acuerdo de Producción Limpia Costanera Center Chile

En 2020 se trabajó en el cumplimiento del Acuerdo de Producción Limpia (APL) Cero Residuos a Eliminación, del cual somos parte desde el año 2019. Ésta, es una iniciativa que suscribimos de manera voluntaria para contribuir al aumento de la valorización de los envases y embalajes, por un período de 2 años. Así, implementamos un plan piloto en nuestra tienda del Centro Comercial

Costanera Center, instalando la infraestructura necesaria para ordenar el espacio de acopio de residuos, como el plástico y el cartón, facilitando la cuantificación de los kilos de residuos generados. Nuestra meta 2020 para el APL fue aumentar nuestra valorización de residuos sólidos no peligrosos a un 90%, en comparación al 2019.



Residuos en las oficinas Chile

Este año nuestra Casa Matriz en Chile, gestionó más de 1.700kg de residuos reciclables.

Ahora bien, producto de la pandemia, nos enfrentamos a nuevos residuos, como las mascarillas, siendo necesario precisar cómo gestionarlos, por lo cual en nuestras oficinas se realizó a través de un servicio de recolección de residuos infecciosos y no comunes.

De esta manera, decidimos actualizar y adaptar los contenedores existentes, reforzando la información respecto a los residuos que sí se pueden reciclar en la Casa Matriz y aquellos que se clasifican como covid ó basura común.

Nuestra intención es instalar contenedores de reciclaje en todas nuestras tiendas del país durante el 2021, cumpliendo de esta manera, con un compromiso que no pudimos ejecutar durante el 2020, dada las condiciones provocadas por la crisis sanitaria.

RECICLAJE EN LAS OFICINAS CHILE



976 kg
Cartón



93 kg
Plásticos



465 kg
Papel

Hemos reciclado durante 2020 en Casa Matriz Tocornal



104 kg
Latas

1.796 kg

que **NO** terminan en vertederos.



148 kg
Vidrio



9 kg
Electrónicos

METAS GENERALES 2024



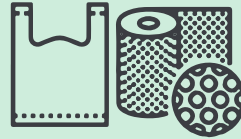
GESTIÓN DE RESIDUOS

El 50% De envases y embalajes no irán a relleno sanitario.



PACK RECICLABLES

El 70% de los productos tendrán envases y embalajes reciclables.



PACKS PLÁSTICOS

Máximo el 20% de los packs serán plásticos.



PAPELERÍA FSC

El 100% serán FSC.



DORMITORIO OEKO-TEX

El 100% de los textiles de dormitorio serán OEKO-TEX.



7 Relación con la comunidad



7.1 Vínculo con nuestro entorno

GRI 102-12, 102-13, 413-1, IP22, IP23, IP24.

Relación con la comunidad

Parte de nuestro ADN es el compromiso con nuestros grupos de interés, siendo un componente relevante al momento de pensar el aporte que esperamos realizar al desarrollo sustentable. En sintonía con nuestra misión, queremos llevar a cabo contribuciones que se traduzcan en beneficios concretos que se proyecten en el largo plazo y sean fruto de la cercanía que hemos generado con nuestras comunidades.

En este sentido, creemos que nuestros compromisos son evidencia de nuestro actuar en donde manifestamos que: "somos un grupo humano que se compromete con el entorno y la comunidad, y creemos que ser sustentables es hacer bien las cosas, asegurando un equilibrio social económico y ambiental".

De esta manera, nos encontramos trabajando en la elaboración de nuestra estrategia de relacionamiento comunitario, cuyo lanzamiento se encuentra proyectado para el 2021. En otras palabras, esperamos formalizar prácticas que se desarrollen bajo el mismo estándar y de manera sistemática en cada uno de los países donde operamos, procurando velar por el bienestar de nuestras comunidades vecinas y su entorno.

En nuestra estrategia de Sustentabilidad 2020-2024 nos propusimos mantener una coherencia entre lo que hacemos y comunicamos, porque nos sentimos parte de la comunidad y queremos retribuir de manera sostenida y responsable.



MISIÓN

Buscamos mantener una coherencia entre lo que hacemos y lo que comunicamos. Nos sentimos parte de la comunidad y queremos retribuirle de manera sostenida y responsable.



OBJETIVO

Promover y crear hábitos que contribuyan a mejorar el desarrollo y la integración de la empresa con la comunidad.



COMPROMISOS

Integración con la Comunidad.
Programa de Voluntariado.
Programa de Donaciones.

Iniciativas destacadas

En Casaideas acogemos proyectos que promueven el desarrollo de las personas que participan activamente y se sienten parte de una comunidad. Estas acciones nos permiten construir relaciones colaborativas, accediendo a realidades muy diversas, junto con contribuir al desarrollo social y sustentable en distintas partes del territorio.

A continuación, compartimos las experiencias más relevantes del año 2020 en Chile, en el ámbito deportivo con integración social, educación ambiental y donaciones a entidades sociales.

En Casaideas realizamos una búsqueda permanente para seleccionar a las mejores organizaciones y fundaciones, con la intención de generar impactos positivos en las comunidades con las que nos relacionamos. Durante 2020, sostuvimos diversos encuentros para conocerlos y elaborar planes de trabajo en temáticas como medio ambiente, educación, infancia, integración social e innovación, entre otras.

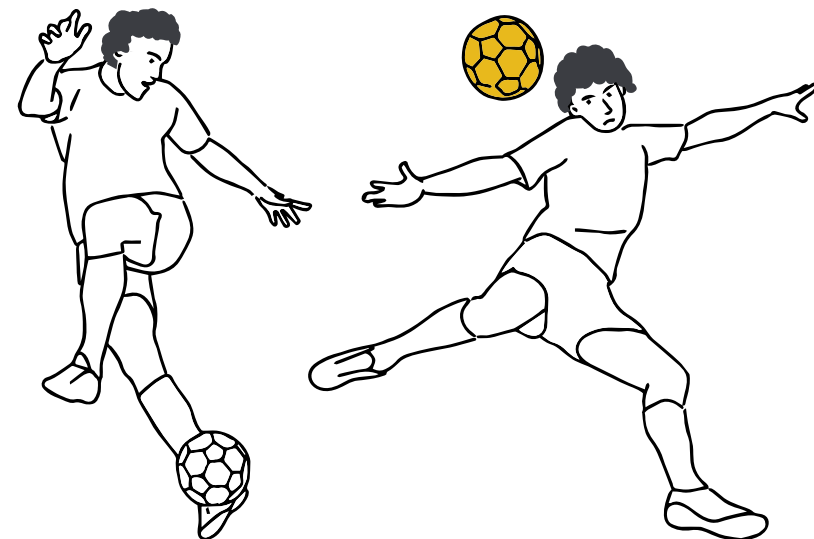
FOMENTAR EL DEPORTE

Club Unión Deportivo de San José de la Mariquina

En nuestra organización apoyamos el deporte y valoramos especialmente aquellas iniciativas que integran y motivan a niños, niñas y jóvenes, a practicar una actividad física de forma colectiva, junto con fortalecer sus valores y relevar la importancia del trabajo en equipo.

Este año decidimos apoyar al Club Unión Deportivo de San José de la Mariquina, ubicado en las cercanías de Valdivia, quienes tienen una larga trayectoria trabajando con niños en situación de alto riesgo social. El Club alberga más de 60 niños, quienes participan junto a sus familias, además de integrar adultos mayores y amigos.

Es por esta razón que este 2020, año en que el Club celebra 82 años de vida, contribuimos al mejoramiento de sus instalaciones, remodelando sus espacios para brindar mayor comodidad y luminosidad. Asimismo, enriquecimos su equipamiento con mesas de ping-pong y máquinas de ejercicios.



FOMENTAR EL APRENDIZAJE

Educación ambiental hacia la comunidad

En Casaideas consideramos que la educación es un pilar central en el desarrollo de las personas y en el fomento del desarrollo sustentable. De esta manera, siempre buscamos instancias para intercambiar ideas, compartir experiencias, y sobre todo escuchar y dialogar con quienes pueden contribuir a nuestro crecimiento.

INTERESCOLAR AMBIENTAL

En agosto del 2020 nos sumamos al Interescolar Ambiental, impulsado por Kyklos Empresa B, con la intención de materializar nuestro compromiso con la educación y fomentar el cuidado del medioambiente. Esta iniciativa integra temáticas medioambientales de manera lúdica y entretenida en el proceso formativo de los niños en edad escolar, buscando contribuir al mismo tiempo, a un mejor clima.

El Interescolar Ambiental opera mediante sistema multiplataforma que contiene actividades y concursos a disposición de más de 2.000 participantes al mes, buscando generar una amplia red digital que conecta comunidades educativas a lo largo del país.

Buscando potenciar este proyecto, colaboramos con más de 150 artículos de línea educativa y científica, además de juegos de carácter grupal que fomentan el desarrollo. Junto con ello, apoyamos la premiación en la que participaron 7.440 familias y comunidades educativas de diferentes colegios de todo Chile.

CHARLA EDUCATIVA

Buscando promover instancias formativas en torno a distintas materias vinculadas con el cuidado del medioambiente, realizamos la charla educativa

¿Cómo usar bien la energía en el hogar o en tu espacio de trabajo?

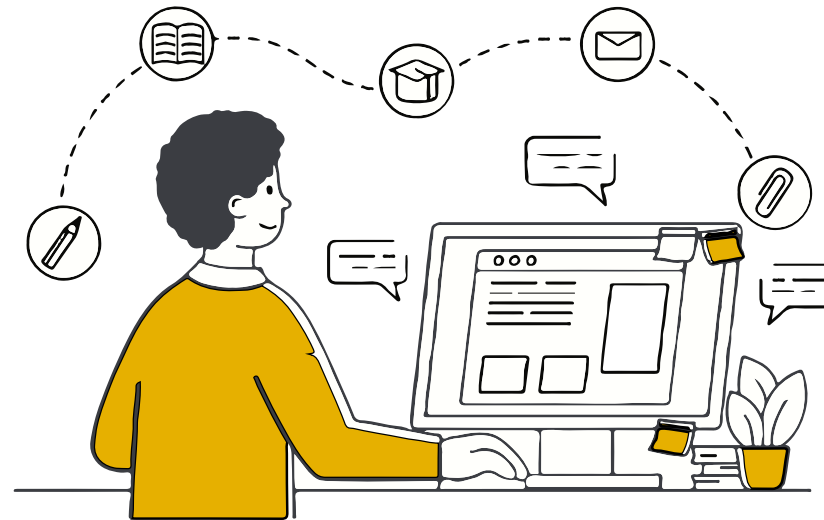
Esta actividad, se realizó con la intención de tematizar la importancia de promover prácticas de ahorro de energía, entendiendo que, de esta manera, es posible contribuir al cambio climático y generar ahorros favorables para el hogar. A lo largo de la charla compartimos consejos prácticos en torno al uso eficiente de la energía, como por ejemplo: medidas de aislación térmica en viviendas, uso y adquisición de equipos más eficientes, mejores tecnologías de calefacción e iluminación y por último, conductas eficientes.

En sintonía con el cambio de estación, y buscando aprovechar las horas de luz que llegan con la primavera, realizamos esta charla en septiembre mediante el uso de la plataforma Zoom. La convocatoria fue abierta a todo público, habiendo extendido esta invitación mediante nuestras redes sociales.

CONVERSATORIO SUSTENTABILIDAD Y EMPRESAS B

En el mes de octubre, generamos una nueva experiencia de aprendizaje para los líderes de la compañía en formato online.

Esta charla, de carácter voluntario, permitió que Hernán Hochschild, Director Ejecutivo de Kyklos, y Nicolás Morales, Gerente General de Pegas con Sentido, abordaran temas de Sustentabilidad y Empresas B, profundizando en el propósito y sentido de trabajar en una organización comprometida con el desarrollo sustentable.



FOMENTAR LA INCLUSIÓN

Uno de los aspectos más importantes para nosotros, no solo está enfocado en el reciclaje de nuestros residuos sino que también en revisar las organizaciones con las que creamos este vínculo virtuoso, es por ello que este año se trabajó con el centro inclusivo CIR gestionado por Kyklos, cuyo objetivo es lograr aumentar la formación y el empleo de personas con discapacidad cognitiva, quienes se encargan de la separación de los residuos y correcto reciclaje.

DONACIONES

COANIQUEM

Hacia fines del 2020, estrechamos lazos con COANIQUEM, institución clave en la rehabilitación de niños que sufren quemaduras en Chile. Este es un problema significativo de salud pública, en la medida que aqueja aproximadamente a 80.000 niños al año en el país.

COANIQUEM cuenta con tiendas Solidarias, en las que se venden objetos donados para recaudar fondos. Como Casaideas nos sumamos a esta iniciativa, contribuyendo con muestras y productos que presentaron defectos menores, para aportar a su recaudación.

TERCERA COMPAÑÍA DE BOMBEROS DE VIÑA DEL MAR

En época de Navidad, contribuimos con una donación de juguetes a la Tercera Compañía de Bomberos de Viña del Mar, para que más niñas y niños disfrutaran de un regalo Casaideas. Estamos muy orgullosos de haber generado esta instancia en un año complejo, en el que estamos convencidos que todas las familias merecían celebrar el 24 de diciembre con la posibilidad de plasmar sonrisas en sus niños.

Las operaciones de Colombia, Perú y Bolivia no ejecutaron actividades de carácter comunitario durante el 2020, producto de la crisis socio-sanitaria generada por el Covid-19. Su foco estuvo principalmente en el cuidado de sus colaboradores.

INDICADORES REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2020 CASA IDEAS

EJE ESTRATEGIA	CÓDIGO	NOMBRE	SECCIÓN
GENERALES	102-1	Nombre de la Organización	Introducción
GENERALES	102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	Capítulo 1.1 y 1.2
GENERALES	102-3	Ubicación de la sede de la organización	Capítulo 1.1
GENERALES	102-4	Ubicación de las operaciones	Capítulo 1.1
GENERALES	102-5	Propiedad y forma jurídica: Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	Capítulo 1.1
GENERALES	102-6	Mercados servidos	Capítulo 1.1
GENERALES	102-11	Principio o enfoque de precaución*	Ver nota al pie
GENERALES	102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	Introducción
GENERALES	102-40	Listado de los grupos de interés vinculados a la organización	Capítulo 2.2
GENERALES	102-42	Identificación y selección de grupos de interés	Capítulo 2.2
GENERALES	102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	Capítulo 2.2 y 2.3
GENERALES	102-46	Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema	Capítulo 2.3
GENERALES	102-47	Lista de temas materiales	Capítulo 2.3
GENERALES	102-48	Reexpresión de la información	Capítulo 2.3
GENERALES	102-49	Cambios en la elaboración de informes	Capítulo 2.3
GENERALES	102-50	Periodo del objeto del informe	Capítulo 2.3
GENERALES	102-51	Fecha del último informe, si procede	Capítulo 2.3
GENERALES	102-52	Ciclo de elaboración de informes	Capítulo 2.3
GENERALES	102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	Introducción
GENERALES	102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	Capítulo 2.3
GENERALES	102-55	Índice de contenidos GRI	Anexos
ENFOQUES DE GESTIÓN	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Capítulo 2.3
ENFOQUES DE GESTIÓN	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Capítulo 2.3
ENFOQUES DE GESTIÓN	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Capítulo 2.3
GOBERNANZA Y ÉTICA	102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	Capítulo 1.3
GOBERNANZA Y ÉTICA	102-18	Estructura de gobernanza	Capítulo 1.4
GOBERNANZA Y ÉTICA	206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	Capítulo 1.4
GOBERNANZA Y ÉTICA	IP1	Total de denuncias en el canal de ética	Capítulo 1.4
GOBERNANZA Y ÉTICA	IP2	Sistema de gestión ética	Capítulo 1.4

EJE ESTRATEGIA	CÓDIGO	NOMBRE	SECCIÓN
COLABORADORES	102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	Capítulo 3.1
COLABORADORES	102-41	Acuerdos de negociación colectiva	Capítulo 3.2
COLABORADORES	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	Capítulo 3.4
COLABORADORES	403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Capítulo 3.6
COLABORADORES	403-9	Lesiones por accidente laboral	Capítulo 3.6
COLABORADORES	404-2	"Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición"	Capítulo 3.5
COLABORADORES	IP3	Incidentes de seguridad	Capítulo 3.6
COLABORADORES	IP4	Total de empleados contagiados por Covid	Capítulo 3.6
COLABORADORES	IP5	Total de fatalidades por Covid	Capítulo 3.6
COLABORADORES	IP6	Total de horas de formación por empleado	Capítulo 3.3 y 3.5
COLABORADORES	IP7	Total de inversión en capacitación	Capítulo 3.1
COLABORADORES	IP8	Resultados encuesta de clima laboral	Capítulo 3.4
COLABORADORES	IP9	"Descripción y alcance de iniciativas por la pandemia con trabajadores (teletrabajo, disminución de sueldos, compensación alternativa, alteración de relación laboral)"	Capítulo 3.4
COLABORADORES	IP10	% de la dotación que realizó trabajo remoto	Capítulo 3.1
COLABORADORES	IP11	% de la dotación que tuvo disminución de sueldos	Capítulo 3.4
COLABORADORES	IP12	% de la dotación que recibió ajustes en la relación laboral	Capítulo 3.4
COLABORADORES	IP13	Iniciativas de ajuste de la dotación producto de la pandemia	Capítulo 3.4 y 3.6
COLABORADORES	IP14	Iniciativas de SSO producto de la pandemia	Capítulo 3.6
CLIENTES	417-1	"Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios"	Capítulo 4.3
CLIENTES	418-1	"Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente"	Capítulo 4.3
CLIENTES	IP15	Gestión de reclamos de clientes	Capítulo 4.2
CLIENTES	IP16	Iniciativas destacadas en gestión de clientes de cara a la pandemia	Capítulo 4.3
COMPRA RESPONSABLE	102-9	Cadena de suministro	Capítulo 5.1
COMPRA RESPONSABLE	102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	Capítulo 4.2 y 5.2
COMPRA RESPONSABLE	308-1	" Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales"	Capítulo 5.2
COMPRA RESPONSABLE	401-8	Trabajo infantil	Capítulo 5.2
COMPRA RESPONSABLE	409-1	Trabajo forzoso	Capítulo 5.2
COMPRA RESPONSABLE	414-1	" Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales"	Capítulo 5.2
COMPRA RESPONSABLE	416-1	" Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios"	Capítulo 4.3 y 5.2
COMPRA RESPONSABLE	IP17	Total de proveedores y desglose por categorías (específicos v/s estratégicos)	Capítulo 5.2

EJE ESTRATEGIA	CÓDIGO	NOMBRE	SECCIÓN
COMPRA RESPONSABLE	IP18	% de proveedores auditados y desglose por categorías	Capítulo 5.2
COMPRA RESPONSABLE	IP19	Total de productos con certificaciones sustentables	Capítulo 6.2
GESTIÓN AMBIENTAL	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen	Capítulo 6.2
GESTIÓN AMBIENTAL	301-3	Productos reutilizados y materiales de envasado	Capítulo 6.2
GESTIÓN AMBIENTAL	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	Capítulo 6.2
GESTIÓN AMBIENTAL	305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	Capítulo 6.2
GESTIÓN AMBIENTAL	306-2	Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	Capítulo 6.2
GESTIÓN AMBIENTAL	306-3	Residuos generados	Capítulo 6.2
GESTIÓN AMBIENTAL	306-4	Residuos no destinados a eliminación	Capítulo 6.3
GESTIÓN AMBIENTAL	IP20	% de alcance de promoción y comercialización de productos con certificado FSC	Capítulo 6.1
GESTIÓN AMBIENTAL	IP21	Iniciativas de gestión ambiental (EE, EH y gestión de residuos)	Capítulo 6.1
RRCC	102-12	Iniciativas externas	Capítulo 7.1
RRCC	102-13	Afiliación a asociaciones	Capítulo 7.1
RRCC	413-1	" Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo"	Capítulo 7.1
RRCC	IP22	Iniciativas destacadas en relación a comunidades	Capítulo 7.1
RRCC	IP23	Total de asistentes a las actividades en apoyo a la educación ambiental y social	Capítulo 7.1
RRCC	IP24	Monto total de inversión social	Capítulo 7.1
DESEMPEÑO ECONÓMICO	102-7	Tamaño de la organización	Capítulo 1.1
DESEMPEÑO ECONÓMICO	201-1	Valor económico directo generado y distribuido	Capítulo 1.5
DESEMPEÑO ECONÓMICO	203-1	Inversiones en infraestructuras	Capítulo 1.5
DESEMPEÑO ECONÓMICO	IP25	EBITDA	Capítulo 1.5
DESEMPEÑO ECONÓMICO	IP26	Estrategias financieras para enfrentar la pandemia	Capítulo 1.5
GESTIÓN AMBIENTAL	306-5	Residuos destinados a eliminación	Informe Anual ESG

* En torno al Principio de Precaución, los lineamientos y prácticas corporativas en el ámbito sostenibilidad vinculadas con la gestión ambiental de nuestra operación, así como la observación del cumplimiento de estándares ambientales en los lugares donde se desarrolla nuestro negocio, cautelan la aplicación del enfoque preventivo como parte del actuar de la Compañía

Casaideas®

