



Imperial



Imperial

Consolidando la transformación digital

Privilegiar la calidad, agilidad y seguridad de todos los procesos en pro de generar mejores condiciones a nuestros clientes, colaboradores y proveedores, fue nuestro objetivo en 2019. Esto sin dejar atrás la tradición de mantener una continua innovación y crecimiento, presentando nuevos productos y servicios que nos permitan continuar en el liderazgo del mercado mueblista.



**78.456**
m² superficie de ventas

18.178
horas destinadas
a capacitación 

Rodrigo Fuenzalida F.,
Gerente General
de Imperial

15 
Tiendas

**1.406**
trabajadores

(Cifras al 31 de diciembre de 2019)

Durante 2019, Imperial siguió fortaleciendo su propuesta incorporando innovaciones que mejoran la experiencia de compra y el valor entregado a los clientes tanto en tiendas como online, con foco en la seguridad y en un actuar transparente. La empresa tuvo un importante desarrollo en comercio electrónico y desarrolló importantes iniciativas en materia de eficiencia.

Imperial tuvo importantes avances en transformación digital y comercio electrónico. Se pasó de tener una web transaccional e-commerce en marcha blanca, a implementar en todas las tiendas el servicio de retiro en tienda “click & collect”, donde los clientes pueden comprar sus productos on line, elegir la tienda que prefieren y retirar a su conveniencia. También se ha habilitado “click & delivery”, de esta manera todos los clientes a nivel nacional pueden comprar y recibir sus productos en el lugar que requieran, de manera fácil, ágil y segura. Todo esto permitió un crecimiento exponencial en ventas online en 2019.

Por primera vez Imperial participó en el CyberMonday, no solo con una página web renovada desde su propuesta gráfica, descripciones y atributos de productos, si no con una campaña de marketing en diferentes medios que los posicionó en las primeras ubicaciones de su segmento. Se lanzó el optimizador web, digitalizando la herramienta de generación de planos de corte y dejándola a disposición de los clientes para su auto atención, pudiendo gestionar sus pedidos y proyectos en el momento que quieran y desde cualquier lugar.

También se mejoró la App Imperial, permitiendo la compra en internet con retiro en tienda o despacho a domicilio, con medios de pago electrónicos, y la integración del optimizador web que permite a los clientes comprar sus pedidos previamente optimizados. Esto es una gran apuesta a nivel mercado y una innovación orientada a mejorar la experiencia de compra de los clientes.

Continuando con la prioridad de generar servicios más ágiles y seguros, al portal de crédito de Imperial se le adicionó el “botón de pago”, brindando a los clientes todos los servicios en línea, reduciendo los tiempos, mejorando la calidad del servicio y potenciando la transparencia en el acceso y pago de cuentas.

IMPERIAL
El especialista
para especialistas



En este período se implementó una nueva estructura organizacional de modelo de autoservicio en las tiendas de Huechuraba y Reñaca. Con esto se busca dar un mejor soporte a la operación de ambos locales, y generar un plan de carrera más claro y movimientos entre empresas del holding.

Se impuso como reto generar una propuesta de automatización de medios de pago con la incorporación de tótems receptores de pago contado, tarjetas y crédito interno, brindando agilidad en los procesos y reducción en los puntos de contacto con los clientes, terminando el año con un piloto que garantizará su implementación en la totalidad de las tiendas para el año 2020.

Todo esto ha sido posible gracias a la implementación de células de agilidad, que han tomado el desarrollo de procesos críticos en la empresa generando soluciones para los clientes a una mayor velocidad, con resultados continuos y mejoras que incorporan las respuestas y sugerencias recibidas de ellos.

Durante los últimos años, se ha implementado un gobierno corporativo que tiene entre sus objetivos establecer la estrategia y políticas de ciberseguridad para proteger la información de los clientes, en cuanto a confidencialidad, integridad y disponibilidad en todos los procesos.

Sostenibilidad y cuidado del medioambiente

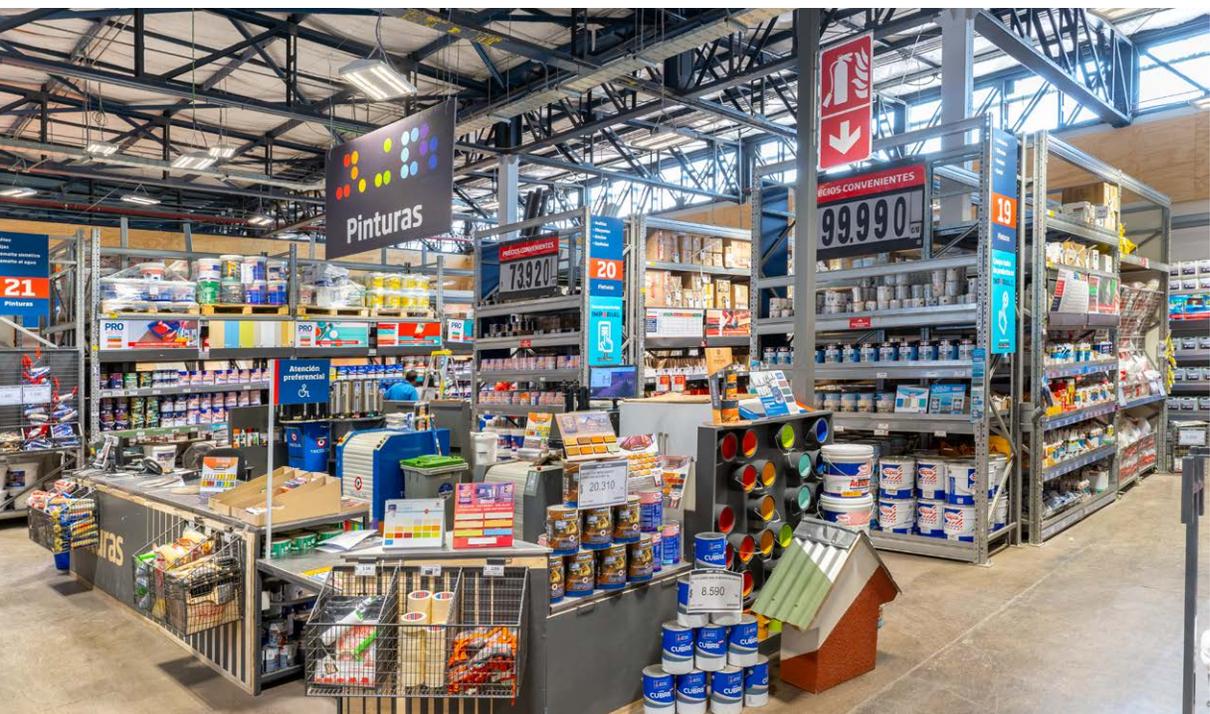
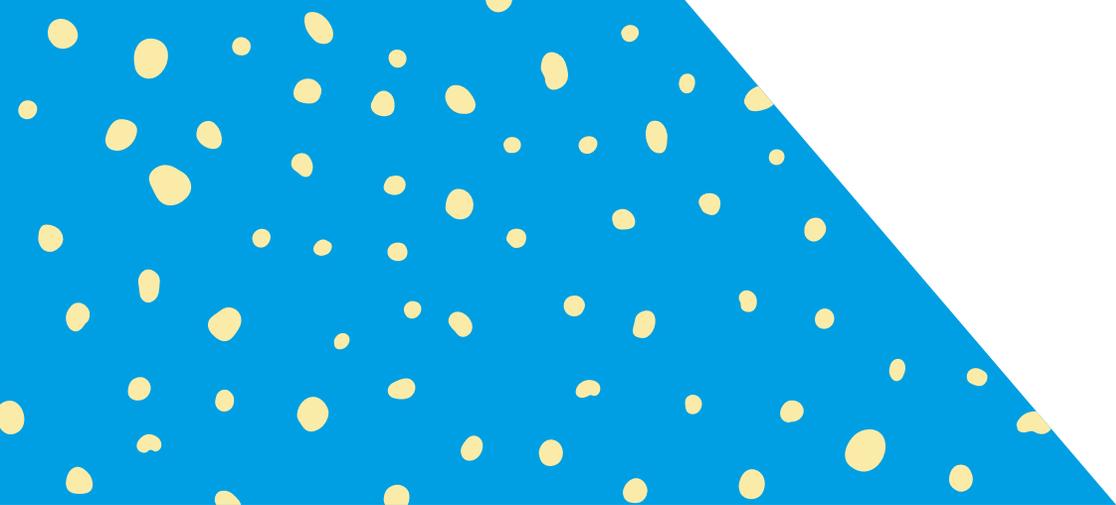
Imperial continuó con su compromiso de empleabilidad local y la política de contratación de personas, dando prioridad a la movilidad interna y luego a la empleabilidad local. La Academia CEM (Centro de Experiencia del Mueblista) Herrajes & Soluciones se realizó en 5 versiones, capacitando a 74 mueblistas de los cuales 28 por su compromiso, dedicación, esfuerzo y después de pasar por una estricta evaluación teórico-práctica, hoy son parte de los mueblistas recomendados, ayudando a la generación de empleo y estabilidad laboral.

La tienda de Temuco continuó participando en el programa +Capaz, en la línea de personas con discapacidad, impulsado por el Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE). Esta iniciativa tiene como objetivo apoyar el acceso y permanencia en el mercado laboral de mujeres, jóvenes y personas con discapacidad que se encuentren en situación

de vulnerabilidad social, mediante la capacitación técnica, habilidades transversales e intermediación laboral, que favorezcan su empleabilidad. A través de este programa, se incorporaron alumnos en práctica del Instituto Superior de Comercio y de la ONG Kolping.

En materia de cuidado del medioambiente, se creó un modelo de gestión de residuos, con aprobación del directorio de Imperial, en complemento al sistema de gestión ambiental. Además, se puso en marcha el programa de reciclaje en los centros de distribución, donde se resaltaron las campañas de sensibilización con boletines, capacitaciones y publicidad en cada uno de ellos, además de la habilitación de espacios e infraestructura para el reciclaje con carros de almacenamiento de cartón con ruedas para facilitar su traslado.

Asimismo, se instaló y renovó el sistema de aspiración en las tiendas de Talca (20.000 m³/h) y Temuco (31.000 m³/h), con lo que se mejoraron las condiciones de operación del área de dimensionado y se aumentó la



productividad y nivel de servicio con la incorporación de nuevas máquinas, además de disminuir la exposición de los colaboradores a agentes perjudiciales para su salud, como el polvo, contribuyendo también al cuidado del medioambiente.

Además, se incorporó un sistema de extracción de polvo centralizado para las plantas de Mecanizado y RTA, que permitirá conectar las últimas líneas de maquinaria de corte y enchape adquiridas por la compañía, en busca del mejoramiento de la calidad del aire y salud de todos los colaboradores.

Respecto al aprovisionamiento responsable se continuó realizando auditorías de fábricas nacionales y extranjeras, e inspecciones de calidad en origen de marcas propias, así como la obtención de certificados de calidad de los productos asociados.

Se creó una alianza con proveedores de Imperial para la reducción del plástico utilizado en el embalaje de los productos y un programa de sustitución de productos con solventes, por otros amigables con el medioambiente, además de un plan de marketing responsable con productos eco sustentables.

Gestión de personas

Durante 2019, se realizaron cerca de 300 capacitaciones en las áreas de ventas, operación de máquinas dimensionadoras, logística, operación de grúa horquilla y prevención del estrés laboral, con el objetivo de ser un aporte a los colaboradores y que mejoren su gestión día a día.

También se implementó el programa de calidad de vida laboral "Octubre, mes de la vida sana Imperial S.A.", que tiene como principal lineamiento valorizar al talento humano con el fin de promover hábitos saludables y bienestar laboral.

También se pudo reducir el índice de accidentabilidad volviendo al nivel más bajo que ha tenido la empresa en su historia, esto a través de campañas como "100 días sin accidentes", capacitaciones y dotación de elementos de protección personal, pero sobre todo como resultado de la campaña de cambio cultural, poniendo a la seguridad como un eje del trabajo en Imperial, que se ha impulsado fuertemente desde la gerencia.

Destacable fue la modificación en el diseño de tiendas, adaptándolo a las necesidades de las personas en situación de discapacidad, brindando espacios de atención inclusivos en las diferentes zonas de Imperial, como cajas, módulos de vendedores, optimización, pintura, arriendo de herramientas, despacho y dimensionado.

En el marco de la crisis social en Chile en el último trimestre, Imperial priorizó la seguridad de sus clientes y trabajadores, velando también por mantener los puestos laborales. Los trabajadores de la tienda de San Bernardo que resultó incendiada fueron reubicados en otras tiendas y quienes laboran en la oficina de apoyo trabajaron temporalmente en otras instalaciones para resguardar su seguridad.

Inversiones en distintas áreas

Durante el 2019 también se realizaron importantes inversiones en maquinarias y productos portables en sala para autoservicio de los clientes.

En la tienda Reñaca se implementó el segundo CEM (Centro de Experiencia del Mueblista), donde se puede dar asesoría y capacitación en los productos innovadores a los mueblistas.

Además, se implementó el software WMS (Warehouse management system) que permite la visibilidad y trazabilidad de todo el inventario, junto con administrar las operaciones al interior del CD. Esta implementación se trabajó durante el segundo semestre de 2019 y la fecha de puesta en marcha fue a principios de 2020.

Se habilitaron espacios de trabajo en la sala de venta, con mesones y sillas para que los clientes puedan trabajar mientras se realiza la optimización de sus cortes de tableros.

Marketing y calidad de servicio

En este período se lanzó una campaña de marketing cyber, la cual estuvo enmarcada en cuatro etapas del proceso de participación, con diferentes mensajes: registro, previa, inicio oficial y extensión, usando diferentes medios como email, redes sociales, radio, TV Tiendas y página web, entre otros. Esto permitió un posicionamiento en las primeras ubicaciones con 57% de las impresiones totales.

En las campañas de marketing para cyber se utilizaron todos los medios de omnicanalidad, como equipos de escritorio, móvil, App, Instagram, Facebook, Push Notifications, Waze, SMS, e-mailing y Google Search, llegando a más usuarios por medio de nuevos canales.

Se crearon e implementaron campañas de marketing Always On (todo el año), las cuales se realizaron por medio de redes sociales, banner página web, App y promociones puntuales, entre otras, donde se resaltaron distintas áreas, como pisos, techumbres y fechas especiales, entre otras.

Eficiencia y productividad

En 2019, Imperial desarrolló el modelo de autoservicio en 100% de los productos portables en tienda Reñaca. Además, se implementó el programa "App corte para dimensionado" con un piloto en Huechuraba, lo que permitirá ver planos de corte de forma digital, eliminando el uso de papel, al mismo tiempo que se logrará actualizar en línea el estado de los procesos de los pedidos en cada máquina.

Además, se continuó con la implementación de talleres Lean, en búsqueda de oportunidades de mejora impactando positivamente no solo los procesos, si no la cultura de la empresa. En este contexto, Imperial fue premiada por el grupo Falabella por tener el mejor proyecto Lean "Optimización de plantas de enchape" en los Lean Awards, ganando así en la categoría mejor proyecto grupo Sodimac y mejor proyecto Empresas Falabella. De esta forma se fomentan buenas prácticas en los centros de corte para la gestión de enchape de tableros, contribuyendo a la productividad y sostenibilidad de Imperial.

Desafíos para 2020

Imperial desarrollará réplicas del modelo de venta "Autoservicio Sala", las cuales mejorarán la experiencia de compra de los clientes, tanto en Santiago como en regiones.

Junto con lo anterior, se incorporará el modelo "Autoservicio Materiales de Construcción". De esta manera, se generará una fórmula integrada y completa de autoservicio con foco en mejorar los tiempos de atención y disminuir los puntos de contacto.

En 2019, Imperial afianzó el proceso de marketplace de Sodimac y para el 2020, ya se inició la incorporación de 1000 nuevos Sku.

En septiembre de 2019, se desarrolló el Encuentro de Proveedores de Imperial, con más de 50 empresas participantes, donde se intercambiaron ideas y propuestas en abastecimiento, innovación, capacitación y sostenibilidad, además del cierre de acuerdos comerciales bajo políticas de transparencia comercial y libre competencia.

Equipo gerencial Imperial

(al 31 de diciembre de 2019)



01 Francisco Apablaza Valenzuela
Gerente de Logística

02 Christian Toloza Gómez
Gerente de Sistemas

03 Robinson Martínez Bustos
Gerente de Operaciones

04 Rodrigo Fuenzalida Frugone
Gerente General

05 Pedro Flores León
Subgerente de Personas

06 Edison Azúa Cáceres
Contralor

07 Alejandro Vera Zuzulich
Gerente Administración y Finanzas