



Reporte
Sustentabilidad 2014





Carta del Presidente

GRI G4-1

Nos complace publicar nuestro Segundo Reporte de Sustentabilidad, que da cuenta de la gestión que realizamos durante el 2014 en materia de sustentabilidad. Esto ratifica nuestro compromiso de un trabajo serio y que nos impone, sin duda, grandes desafíos.

Es importante señalar que este año 2014 celebramos 87 años de presencia en el mercado nacional, entregando tecnología e innovación en soluciones de impresión a empresas de diversos tamaños e industrias. Esto es algo que nos llena de orgullo ya que Dimacofi es una empresa familiar, que en la actualidad está dirigida por la tercera generación de la familia Kantor y que tengo la misión de dirigir y velar por el prestigio que hemos ganado durante décadas.

En Dimacofi, desde la fundación de la compañía, en los años 20, hemos trabajado con dos focos estratégicos: por un lado contar con colaboradores comprometidos y la excelencia en el servicio que ofrecemos a nuestros clientes.

Respecto de los colaboradores, Dimacofi es una empresa que goza de una rica diversidad de personas, ubicadas en distintas partes del país, desde la sucursal más al norte en Iquique, hasta la oficina en Punta Arenas, con tareas tan distintas pero complementarias, como un ejecutivo de ventas capaz de detectar una oportunidad de negocios, un servicio de post venta que da continuidad a la relación con el cliente, el área de call center que canaliza sus demandas y un servicio técnico, altamente calificado, que permite la continuidad operativa de nuestros clientes; o bien en nuestra red de sucursales con soluciones gráficas que entrega



un servicio de impresión oportuno, tanto a las empresas locales como a la comunidad en general. Todo lo anterior respaldado por un equipo multidisciplinario comprometido con su trabajo, que entiende que el aporte de cada uno suma a un servicio de excelencia.

Contamos además con una Política de RRHH que promueve el buen clima en la organización, que otorga beneficios a los colaboradores y que establece un marco regulatorio para la contratación de colaboradores, que privilegia el desarrollo profesional de nuestros trabajadores y la contratación local en regiones. En esto consiste el sello de Dimacofi, que nos ha permitido ganar un prestigio y la confianza de nuestros clientes.

Durante el 2014 en el directorio decidimos dar un nuevo enfoque a la empresa, es así como se incorporó Octavio Zapata, como Gerente General que nos ayudó a detectar ineficiencias y debilidades pero también nos permitió mirar a la organización con una nueva estructura para abordar desafíos acorde a estos tiempos, incluyendo, por cierto, una estrategia de largo plazo en materia de sustentabilidad.

Es importante señalar que, Dimacofi desde el año 2009 cuenta con el área de sustentabilidad, que ha permitido a la empresa ir creciendo y construyendo una política estratégica y robusta, alineada al negocio de la empresa, lo que implica importantes desafíos, tanto en el desarrollo social, colocando el foco en los colaboradores; en lo económico, procurando siempre la transparencia y ética profesional en nuestros negocios y en lo ambiental, gestionando los principales impactos del negocio.

No obstante lo anterior, Dimacofi desde sus inicios como empresa familiar, siempre ha sido una organización socialmente responsable, particularmente cercana a sus colaboradores. El crecimiento, tanto en número de personas como ubicación geográfica nos impone día a día el desafío de no perder ese contacto con nuestra gente que es parte esencial de la historia de la empresa.

Respecto de los desafíos, en la actualidad miramos la sustentabilidad desde nuestro negocio, haciéndonos cargo de los impactos que generamos y promoviendo el valor compartido tanto a los colaboradores, como a nuestros clientes y proveedores... Queremos seguir avanzando en temas como el reciclaje de los equipos de impresión, tóner y el papel, fomentando la realización de actividades con la comunidad, (como fue el proyecto cultural que realizamos en conjunto con Metro durante los años 2012 y 2013, llamado "Arte Tóner"). Por otra parte, queremos continuar con nuestros programas de reforestación, así como el reciclaje del papel, pero sobretodo queremos poner foco en la diversidad geográfica y social donde estamos presente para desarrollar una estrategia diferenciada por regiones, que estén en sintonía con el desarrollo local, en armonía con el entorno social, privilegiando el potencial económico de cada zona y siendo cuidadosos con el medioambiente, de esta forma la estrategia sustentable de Dimacofi se alinea al ADN de nuestro negocio siendo un aporte real para nuestros colaboradores, clientes y para nuestro país.

Sr. Arturo Kantor Pupkin
Presidente del Directorio

Carta del Gerente General

GRI G4-1

El objetivo de Dimacofi es brindar un servicio de excelencia a nuestros clientes, asumiendo la responsabilidad de gestionar en forma sustentable nuestro negocio. Por esto, contar con una Política de Sustentabilidad, forma parte de la estrategia central de la compañía, porque entendemos que la sociedad, las empresas, el país y el mundo están migrando a una nueva forma de SER y HACER los negocios.

A mediados del año 2014 asumo como gerente general de Dimacofi y en un trabajo conjunto con el Directorio de la empresa se reestructura y replantea el negocio para enfocarnos en brindar a nuestros clientes nuevos y mejores servicios, más eficientes e innovadores. Uno de los objetivos que nos planteamos fue el rol de Dimacofi en temas de sustentabilidad y particularmente en la gestión de residuos.

Como parte del plan de trabajo se crea la Gerencia de Operaciones, la que incorpora tres áreas relevantes de la empresa: Servicio Técnico, Logística y Call Center; esta integración nos ha permitido enfocarnos en un servicio y satisfacción integral al cliente, optimizando procesos, haciéndolos más eficientes, dinámicos y permitiéndonos además disminuir costos.

Se crea también el área de Control de Gestión, unidad que nos permite dar una mirada transversal a nuestra empresa y a los servicios que brindamos, la eficiencia y la mejora continua son uno de los objetivos principales de esta nueva área.

El área de Sustentabilidad se reestructura y fija como objetivo avanzar en el desarrollo de servicios que permitan gestionar para nosotros y nuestros clientes residuos que son parte esencial del negocio, como lo son los residuos electrónicos o los procesos de retiro de

envases de toner (logística inversa). Para dar mayor difusión a estas iniciativas, el área de Sustentabilidad se fusiona con el área de Comunicaciones y pasan a ser parte de la Gerencia de Marketing.

Es preciso señalar que debido a estos cambios en la organización, durante el año 2014 no realizamos el Reporte de Sustentabilidad correspondiente a las acciones del 2013, esto porque el 2014 fue un año para ordenar, priorizar y planificar el trabajo para el periodo 2014 – 2015 el cual se enfoca en acciones de sustentabilidad que hemos calificado como primarias y que tienen directa relación con los impactos que genera nuestro negocio.

No obstante, el presente Reporte de Sustentabilidad da cuenta de la gestión que hemos realizado principalmente el año 2014 y algunos datos del 2013 que nos sirven para dar contexto. La información que contiene nuestro segundo reporte de sustentabilidad, obedece a un trabajo serio que hemos venido construyendo desde el año 2009, desde que se creó el área de Sustentabilidad en Dimacofi.

Este reporte está dividido en tres capítulos que son relevantes para la compañía. El primero da cuenta de nuestro negocio y los diferentes servicios que ofrecemos a los clientes, entre ellos: Dimacofi S.A., que representa el 80% de nuestras operaciones en todo Chile, y que tiene como principal función el servicio, gestión y asesoría en equipos y tecnologías de impresión a grandes, medianas y pequeñas empresas, con un completo equipo de ejecutivos, servicio técnico y servicio de post venta a lo largo del país; una completa Red de Sucursales y centros de gestión de documentos a lo largo de todo el país, que corresponde al 10%

de nuestras operaciones; una imprenta (ubicada en la comuna de Independencia, en la Región Metropolitana), que representa el 7% del negocio y Eprinting (3%). En el segundo capítulo damos cuenta de las prácticas laborales con nuestro equipo de colaboradores, tanto en beneficios como planes de capacitaciones, la relación con los sindicatos y la diversidad de personas, dada la riqueza geográfica de la compañía. Finalmente, presentamos al lector el trabajo que hemos realizado a la fecha en materia de Gestión Ambiental, dando cuenta de tres aspectos relevantes:

- Los atributos sustentables de la tecnología que provee Dimacofi a sus clientes.
- Gestión de Residuos
- Programa de Reforestación
- Eficiencia Energética

Este ejercicio nos ha permitido enfocarnos en nuestros clientes, mirar lo que estamos haciendo, enfocarnos en nuestros procesos, servicios y lo que está a la vanguardia en el mundo en estas materias, aprender, evaluar, crecer y sin duda plantearnos nuevos desafíos que ya hemos comenzado a trabajar durante este año 2015 y que serán materia de nuestro Tercer Reporte de Sustentabilidad.

Los invito a leer nuestro Segundo Reporte de Sustentabilidad 2014.

Gracias.

Sr. Octavio Zapata Silva
Gerente General Empresas Dimacofi



Acerca de este Reporte

GRI G4-15, G4-17, G4-18, G4-19, G4-20, G4-21, G4-27, G4-28, G4-29, G4-30, G4-31

El Reporte de Sustentabilidad considera la gestión de Dimacofi del 1° de enero al 31 de diciembre de 2014, e incluye datos de 2013 para dar contexto a algunas iniciativas.

El alcance de este reporte da cuenta de la gestión sustentable que Empresas Dimacofi ha desarrollado durante el período señalado. Considera las empresas Dimacofi S.A., Dimacofi Negocios Avanzados, Eprinting y toda la red de sucursales ubicadas a lo largo de todo el territorio nacional.

Es importante señalar que el primer Reporte de Sustentabilidad de Dimacofi dio cuenta de la gestión del año 2012. Durante el año 2014 no se realizó reporte para las actividades de 2013, esto debido a que el año 2014 fue un ciclo de grandes cambios en la organización, entre ellos el cambio del Gerente General y reestructuración de la Sub-Gerencia de Sustentabilidad, la que paso a un área dependiente de la Gerencia de Marketing. El reporte de sustentabilidad aborda los temas más relevantes de la gestión del Holding Dimacofi en los

ámbitos económicos, sociales y ambientales significativos para la empresa y sus grupos de interés durante el periodo 2014.

Este ejercicio de recolección de información posibilita conocer, gestionar y mejorar las operaciones de Dimacofi, así como sensibilizar a la organización sobre la importancia de la sustentabilidad. Además, entrega recomendaciones para construir una estrategia de sustentabilidad alineada con el negocio a largo plazo.

Para la elaboración de este reporte, se siguió la versión G4 del estándar del Global Reporting Initiative (GRI), estándar internacional para empresas que buscan evaluar y reportar su desempeño e impactos económicos, ambientales y sociales. Ésta versión se enfoca en los asuntos materiales y prioritarios para la operación y los stakeholders significativos de una compañía. De esta forma, las empresas pueden comunicar mejor las temáticas relacionadas con la sustentabilidad a los mercados y a la sociedad.

DEFINICIÓN DE LA MATERIALIDAD

El proceso de definición de la materialidad del reporte es fundamental para la versión G4 del GRI. Siguiendo el Principio de Materialidad de este estándar, se utilizaron herramientas que tienen como fin levantar de la forma más precisa posible las temáticas fundamentales a abordar en este informe. Estas temáticas son relevantes ya que expresan los efectos económicos, sociales y ambientales de Dimacofi, e influyen en las decisiones de los principales grupos de interés de la empresa.

Las 3 herramientas empleadas en esta metodología fueron: 1) Análisis Benchmark de reportes de la industria. 2) Entrevistas a principales ejecutivos. 3) Engagement Virtual. De cada herramienta, se obtuvieron distintos temas relevantes a abordar, y luego se priorizaron los más significativos según la importancia para los grupos de interés y la relevancia para el negocio.

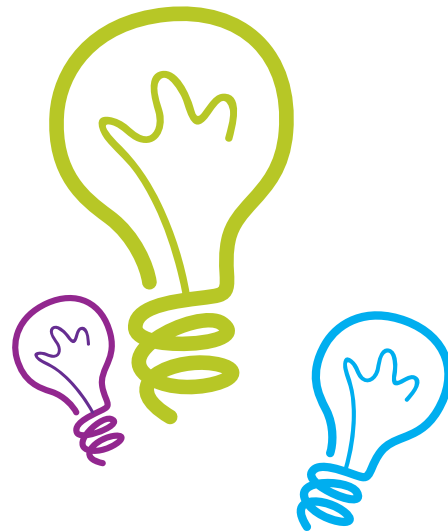
Acerca de este Reporte



ANÁLISIS BENCHMARK DE REPORTES

Se analizaron reportes de sustentabilidad de empresas que son referentes tanto para el negocio de Dimacofi S.A. como para el negocio de Dimacofi Negocios Avanzados, para evaluar las principales temáticas en sustentabilidad que las industrias en las que participa Dimacofi están abordando. La muestra total fue de 17 empresas, tanto nacionales como internacionales.

La metodología de análisis consistió en la identificación de la materialidad del reporte, un análisis cualitativo y cuantitativo, y una posterior clasificación de los temas relevados. Las principales variables evaluadas para determinar la importancia de cada temática fueron la profundidad con la cual eran abordadas, si el tema era considerado material, si existe una política asociada, entre otras.



Acerca de este Reporte

ENTREVISTAS A EJECUTIVOS

Se entrevistaron a los principales ejecutivos de la compañía, para conocer las temáticas estratégicas del negocio que ellos abordarían en el reporte, junto con los principales proyectos que deben comunicarse en este ejercicio.

Los ejecutivos que participaron de esta herramienta fueron:

Nombre de Entrevistado	Cargo
Octavio Zapata	Gerente General Empresas Dimacofi
Mario Raffo	Gerente Comercial Dimacofi S.A.
Héctor Trujillo	Gerente Operaciones
Javiera Maceratta	Gerente Marketing
Carlos Elbo	Gerente Recursos Humanos
Marisol Arellano	Controller
Cristián Gálvez	Gerente de Tecnología e Informática
Valeria Olivari	Jefe de Comunicaciones y Sustentabilidad

ENGAGEMENT VIRTUAL

Se aplicó una encuesta online no representativa dirigida a los principales grupos de interés de Dimacofi, como Clientes, Colaboradores, Directorio, Proveedores, entre otros, para conocer sus percepciones y expectativas con respecto a los temas sustentables de la compañía que deben estar presentes en el reporte. En total, participaron 178 personas en esta encuesta. Un punto relevante a destacar es que todos los miembros del Directorio respondieron esta encuesta.

Para evitar el sesgo ocasionado por la mayor participación de algunos de los grupos de interés, el análisis se realizó de forma desagregada para cada uno de ellos. Adicionalmente, para obtener los temas prioritarios a partir de esta herramienta, se le dio mayor ponderación a aquellas temáticas destacadas por Clientes y Colaboradores, al ser grupos estratégicos para Dimacofi, y los temas relevados por los integrantes del Directorio se consideraron materiales directamente.

El detalle de los stakeholders que contestaron la encuesta puede verse en la siguiente tabla:

Grupo de interés	N° de personas que contestaron la encuesta	% de personas que contestaron la encuesta
Clientes	10	5,62%
Colaboradores	148	83,15%
Directorio	6	3,37%
Proveedor	11	6,18%
Subcontratista	1	0,56%
Asociación Civi/ONG/Organización social y/o ambiental	2	1,12%
TOTAL	178	100%

Acerca de este Reporte

TEMAS MATERIALES CONSOLIDADOS

De las tres herramientas empleadas, se obtuvieron las temáticas prioritarias a abordar en este reporte de sustentabilidad:

- ✓ Innovación en Tecnologías Documentales y Adaptación a los Nuevos Requerimientos de los Clientes
- ✓ Gestión de la Cadena de Abastecimiento
- ✓ Gestión de Energía y Emisiones
- ✓ Gestión de Residuos y Reciclaje
- ✓ Productos y Servicios Sustentables
- ✓ Conservación de la Biodiversidad
- ✓ Certificaciones Ambientales
- ✓ Diversidad e Inclusión
- ✓ Salud y Seguridad Laboral
- ✓ Capacitación y Desarrollo de Trabajadores
- ✓ Calidad del Servicio y Satisfacción de Cliente
- ✓ Calidad del Servicio Técnico a Empresas
- ✓ Relación y Comunicación con Clientes

CICLO DE REPORTABILIDAD: ANUAL

GRI G4-28



**DIMACOFI SE COMPROMETE
CON EL MEDIO AMBIENTE**



Índice

01 NUESTRO NEGOCIO

pág. 16

1.1 Presentación del Negocio	18
Infografía	18
1.2 Dimacofi S.A.	20
Descripción de la Empresa	20
Clientes	21
Clientes por industria	21
Imagen y Posicionamiento	22
1.3 Servicio Técnico	26
1.4 Dimacofi Negocios Avanzados (DNA)	30
Descripción de la Empresa	30
Clientes	33
1.5 Gobierno Corporativo	34
Directorio	34
Accionistas	34
Historia de la Empresa	35
Administración	37
1.6 Principios y Valores	38
1.7 Aliados Estratégicos y Proveedores	40
1.8 Grupos de Interés	42
Aliados	44
Relación con la Comunidad: Fundación Amanoz	45

02 COLABORADORES

pág. 46

2.1 Colaboradores	48
2.2 Diversidad e Inclusión	52
Análisis Cuantitativo	55
2.3 Salud y Seguridad Laboral	56
2.4 Capacitación	60
2.5 Beneficios	64

03 GESTIÓN AMBIENTAL

pág. 66

3.1 Gestión Ambiental	68
3.2 Atributos Sustentables	70
3.3 Gestión de Residuos	72
3.4 Programa de Reforestación	74
3.5 Eficiencia Energética	76

04 TABLA GRI

pág. 78

4.1 Tabla Indicadores GRI	80
---------------------------	----





01
NUESTRO
NEGOCIO

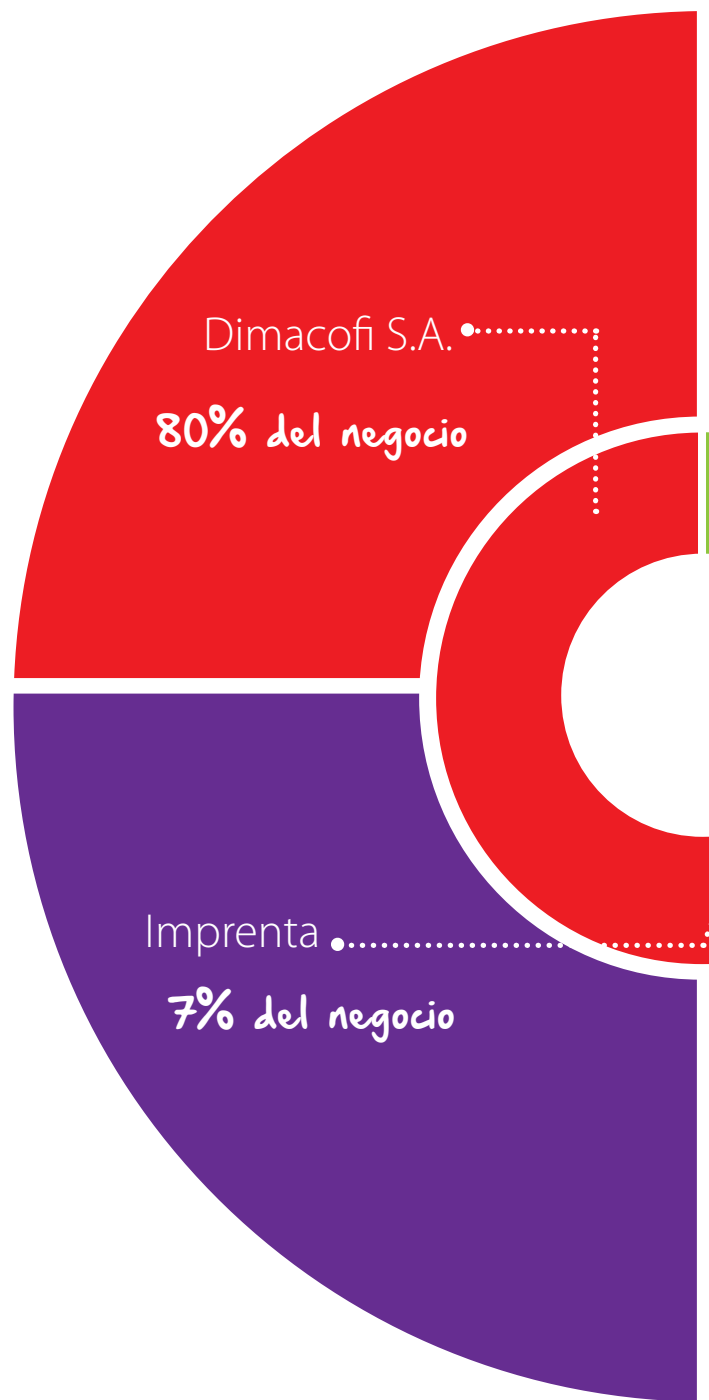
1.1 PRESENTACIÓN DEL NEGOCIO

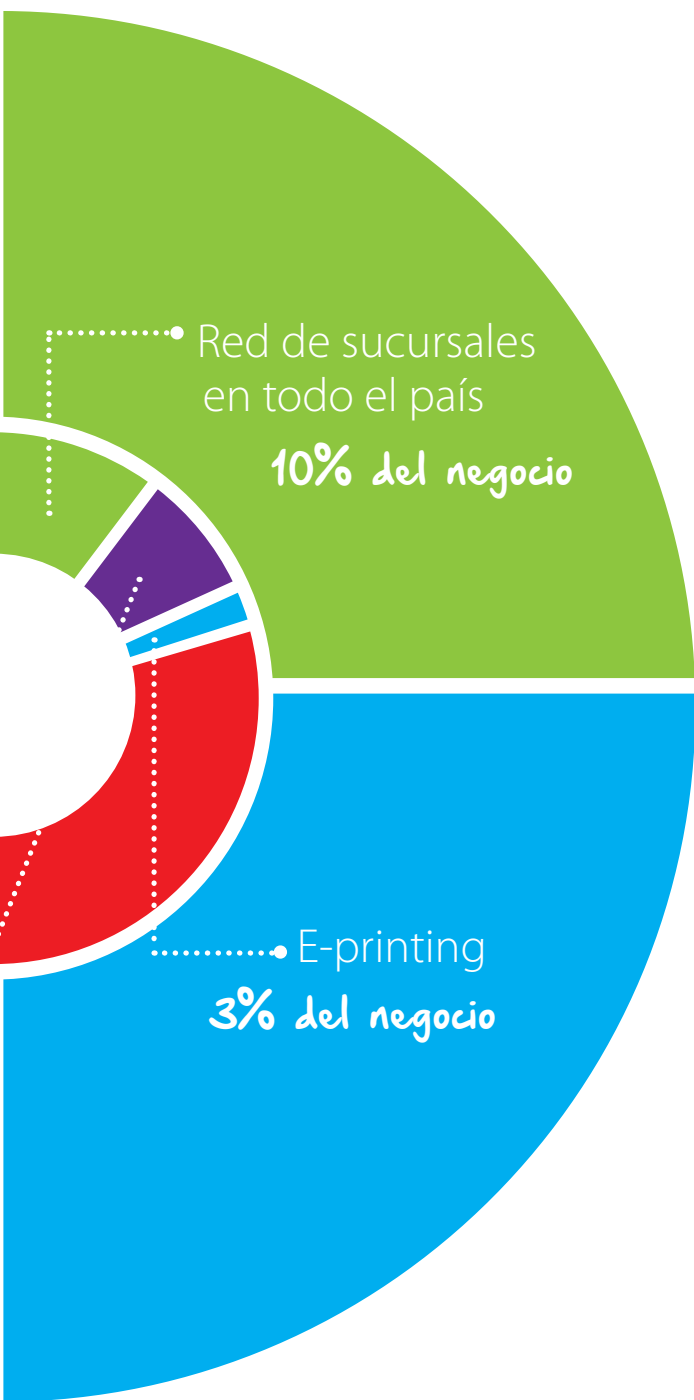
GRI G4-3, G4-4, G4-6, G4-7, G4-8, G4-9

Dimacofi S.A. es una empresa chilena, de Sociedad de Responsabilidad Limitada, con presencia en todo el país. Fue fundada en el año 1927, entregando un servicio ininterrumpido a las empresas en Chile.

Cuenta con una vasta trayectoria en tecnologías de impresión, soluciones en gestión de documentos e impresión comercial y publicitaria. Promueve el uso de tecnologías limpias y sustentables. Esta experiencia ha posicionado a Empresas Dimacofi como líderes en el mercado local.

Empresas Dimacofi, cuenta con dos importantes áreas de negocio, Dimacofi S.A. y Dimacofi Negocios Avanzados





Dimacofi S.A., Soluciones en Impresión y Gestión Documental
(Representan el 80% del negocio)

Clientes:
Grandes Cuentas / PYMES / Mercados Verticales.

Productos y Servicios:
Impresoras, Multifuncionales, Equipos de Producción

DNA: sucursales / imprenta / eprinting
(Representan el 20% del negocio)

Sucursales:
Comunidad, personas particulares (10%)

Imprenta:
Grandes y medianas empresas (8%)

Eprinting:
Minipymes, emprendedores, diseñadores independientes (2%)

1.2 DIMACOFI S.A.

GRI G4-4, G4-8, G4-PR5

Es la empresa principal del grupo. Su negocio, se enfoca en el diseño de soluciones en impresión y gestión documental para empresas, brindando el mejor mix de equipos y software multi-marca, de acuerdo a las necesidades particulares de cada cliente.

Dimacofi es líder de mercado en impresión para empresas de diversas industrias. Trabaja con los más altos estándares de calidad, ofrece cobertura a nivel nacional y cuenta con servicio técnico propio, garantizando así la operación y continuidad del servicio entregado a sus clientes.

Dimacofi es líder de mercado en impresión

CLIENTES

La empresa clasifica a sus clientes en tres grandes categorías:

GRANDES CUENTAS

Reúne el grupo de clientes más importantes para la empresa, por sus necesidades de impresión y de soluciones tecnológicas para optimizar sus procesos documentales.

PYMES

Segmento de clientes que tienen requerimientos de impresión con menores volúmenes.

MERCADOS VERTICALES

Empresas y organismos públicos de las áreas de Salud, Educación, Ministerios, Gobiernos Regionales, así como también municipios, que se atienden de manera especial por sus requerimientos más específicos.

Clientes por industrias

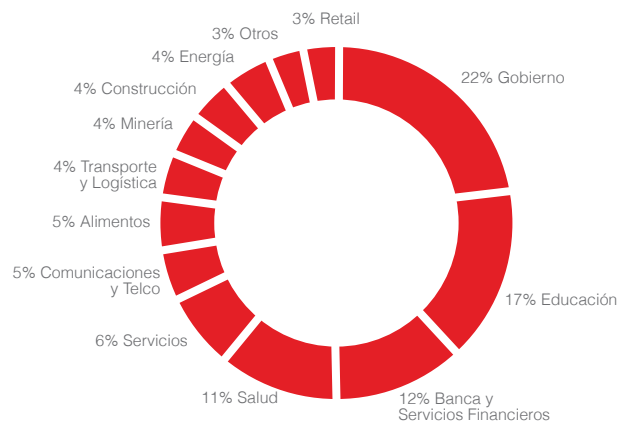


IMAGEN Y POSICIONAMIENTO

El año 2013 Dimacofi realizó un estudio de imagen y posicionamiento con la empresa Ipsos, con la finalidad de identificar la Imagen y Posicionamiento en el segmento Empresas (Grandes y Pymes), tanto de clientes y no clientes, con el objetivo de evaluar el servicio de la compañía como también de la competencia.

Para este reporte se presentan algunos resultados que son relevantes y que sirven para dar cuenta del posicionamiento de la marca y la satisfacción de los clientes con la empresa.

Antecedentes Generales del Estudio

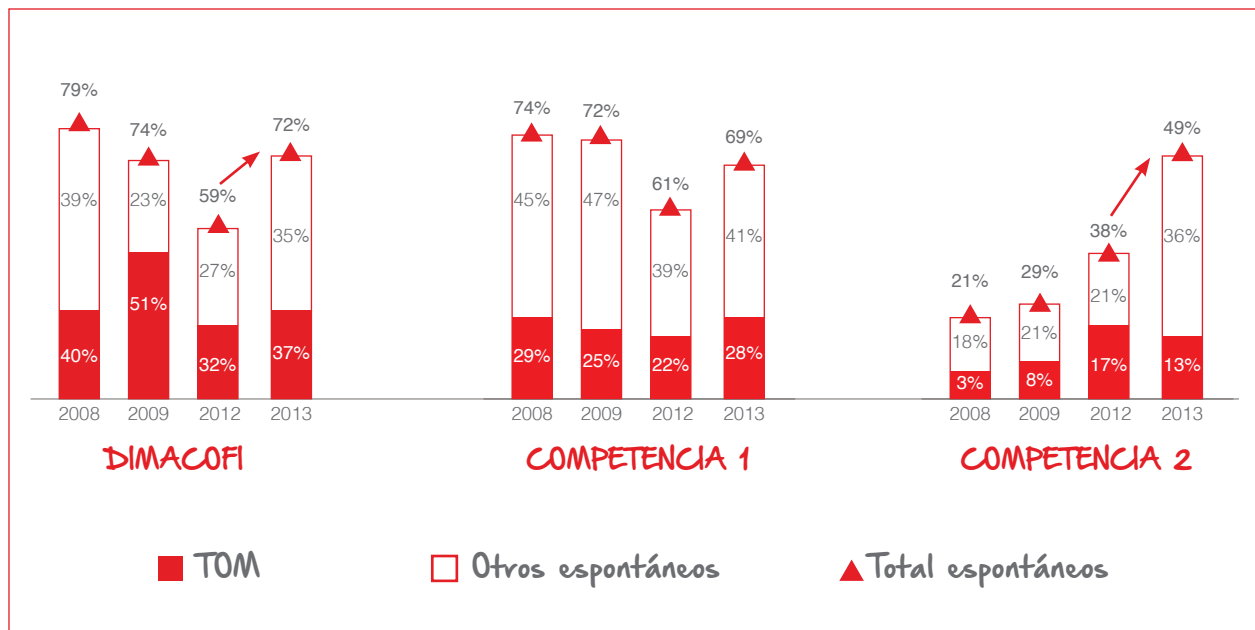
- ✓ Tipo de Estudio: Cuantitativo
- ✓ Grupo Objetivo: Clientes y no clientes
- ✓ Espacio Geográfico: Región Metropolitana
- ✓ Diseño Muestral: 158 entrevistas
- ✓ Fecha: último trimestre 2013

Principales Resultados:

✓ IMAGEN DE MARCA

- Recordación Espontánea: Dimacofi y Competencia 1 son las empresas mejor posicionadas (Top of Mind)

- Dimacofi y Competencia 2 muestran un avance a nivel de recordación espontánea respecto del año anterior.



Satisfacción de Clientes

(Se menciona a las tres marcas más recordadas)

- ✓ Evaluación General: Mejor Evaluado Dimacofi (73%)
- ✓ Ejecutivos de Cuenta: Mejor evaluado Dimacofi (65%)
- ✓ Servicio Técnico: Mejor Evaluado Dimacofi (68%)
- ✓ Call Center: Mejor Evaluado Competencia 2 (69%)
- ✓ Servicio Despacho: Mejor Evaluado Dimacofi (73%)

	2013	2013	2013	2013	2013
Competencia 1	68%	61%	46%	29%	61%
Competencia 2	50%	48%	52%	69%	33%
Dimacofi	73%	65%	68%	65%	73%
	Evaluación General	Ejecutivo de Cuentas	Servicio Técnico	Call Center	Servicio de Despacho

Principales Conclusiones

Conocimiento

Dimacofi es líder en TOM y Conocimiento espontáneo, mostrando un alza significativa desde 2012 a la fecha. Es seguida en un segundo nivel de conocimiento por Competencia 1.

Imagen de marca

Dimacofi muestra el siguiente perfil de imagen:

- ✓ Buena relación precio-calidad
- ✓ Buen servicio técnico
- ✓ Buena cobertura
- ✓ Buenos tiempos de respuesta



1.3 SERVICIO TÉCNICO

GRI G4-4, G4-PR5

Uno de los pilares fundamentales de Dimacofi S.A., es que cuenta con un Servicio Técnico propio, a lo largo de todo el país. Este equipo recibe capacitaciones en forma periódica y responde a la promesa de la compañía de dar continuidad operativa a sus clientes de diversas industrias y tamaños.

Durante el año 2014, Dimacofi reestructura algunas de sus áreas estratégicas y crea la Gerencia de Operaciones, que dirige tres áreas relevantes:

- SERVICIO TÉCNICO
- LOGÍSTICA – DISTRIBUCIÓN
- CALL CENTER

Estas áreas se vinculan directamente al cliente, con la finalidad de responder oportunamente a sus requerimientos.





De acuerdo al estudio de Imagen y Posicionamiento realizado por Ipsos (2013), uno de los ítems evaluados fue el Servicio Técnico versus la competencia. En esta área evaluada, la empresa obtiene la mejor evaluación destacando los atributos de sus técnicos, siendo reconocido por contar con un equipo de trabajo:

Es preciso señalar además que en comparación con el año 2012, el Servicio Técnico sube su porcentaje de evaluación de un 52% a un 68%.¹



ALTAMENTE
CALIFICADO



MAYOR COBERTURA
A NIVEL NACIONAL



EXCELENTES TIEMPOS
DE RESPUESTA

¹ Estudio de Imagen y Posicionamiento, Ipsos. 2013

1.4 DIMACOFI NEGOCIOS AVANZADOS

GRI G4-4, G4-8

Es la unidad de negocio de Empresas Dimacofi orientada a entregar servicios de outsourcing de documentos e impresión publicitaria y corporativa con un amplio portafolio de productos.

RED DE SUCURSALES, IMPRENTA E IMPRENTA ONLINE

Dimacofi cuenta con una red de catorce sucursales ubicadas en las principales capitales regionales a lo largo del todo el país, lo que les permite mantener una estrecha relación con empresas locales y la comunidad, prestando servicios de impresión y soluciones documentales.

Dimacofi Negocios Avanzados está compuesto por una moderna Imprenta, equipada con tecnología de impresión de punta que permite responder eficientemente a los requerimientos de impresión de sus clientes que corresponden principalmente a grandes y

medianas empresas de industrias tan diversas como retail, editoriales, agencias de publicidad, entre otras. Además cuenta con la primera Imprenta 100% Online, Eprinting pensada para emprendedores, pequeñas empresas, diseñadores independientes, entre otros que necesitan diseñar e imprimir en bajas cantidades con precios minoristas.





Carolina Labos
Atelier de ropa
+56 9 5453383
rodca@msf.com

eprinting

www.eprinting.cl

www.eprinting.cl

ALEX LAGOS
DISEÑADOR GRAFICO
alagos@msf.com

www.eprinting.cl

www.eprinting.cl

Nickie Acuña
FOTOGRAFÍA
FOTOGRAFÍA ARTÍSTICA
/fotostock.cl / +56 9 72670341

Luis Morales
Community
+56 9 834
luis.m@agenc
/luismoralesCM
@luisCM
Luis Morales

Samantha Olivos
Fashion Blogger
www.wearornotwear.com

Martina Aranda
Jyera
+56 9 72655623
martjoyas@gmail.com

Fernanda Arias
Pintura - Arte
www.ferpintura.cl

CLIENTES

SUCURSALES

Empresas, comunidad y personas particulares.

IMPRESA

Grandes y medianas empresas.

EPRINTING

Minipymes, emprendedores, diseñadores independientes.



1.5 GOBIERNO CORPORATIVO

GRI G4-34, G4-LA12

DIRECTORIO



Sr. Arturo Kantor Pupkin
.....
Presidente del Directorio



Sr. Felipe Montt Fuenzalida
.....
Director



Sra. Alejandra Kantor Brücher
.....
Directora



Sr. Jorge Díaz Fernández
.....
Director



Sra. Pauline Kantor Pupkin
.....
Directora



Sr. Jorge Salvatierra Pacheco
.....
Director

ACCIONISTAS

Sistemas y Servicios de Copiado Ltda. (96.055.000-5)	98,54 %
Inversiones Tres Elefantes (76.012.470-2)	1,46 %

HISTORIA DE LA EMPRESA

Dimacofi es una empresa familiar, que inicia sus actividades en el año 1927, fue fundada por Arturo Linsner y por Emilio Kantor. En el año 1954, la familia Kantor adquiere los derechos de la compañía y oficialmente pasa a llamarse Dimacofi, transformándose en una empresa importadora de maquinas para oficinas.

Durante todas estas décadas, la empresa ha sabido reinventar el negocio, desde la máquina de escribir, a tecnología digital. En la actualidad la empresa se ha posicionado como experto en Soluciones de Impresión y Gestión Documental.

El directorio de Dimacofi está compuesto por seis personas, de estas tres pertenecen a la tercera generación de la Familia Kantor, siendo uno de ellos el presidente del directorio, además 1/3 de las personas corresponden al género femenino.





ADMINISTRACIÓN

Sr. Octavio Zapata Silva

Gerente General Empresas Dimacofi

Sr. Mario Raffo Villanueva

Gerente Comercial

Sra. Leticia Mellado Alfaro²

Gerente Administración y Finanzas

Sra. Javiera Maceratta Visic

Gerente de Marketing

Sr. Cristián Gálvez Pinto

Gerente de investigación y Desarrollo

Sr. Héctor Trujillo Armijo

Gerente de Operaciones

Sr. Carlos Elbo Worm

Gerente de Recursos Humanos

La administración de Dimacofi está compuesto por ocho personas, de estas 2 corresponden al género femenino.

²Leticia Mellado se incorporó a Dimacofi el 1° de julio de 2015.

1.6 PRINCIPIOS Y VALORES

GRI G4-56

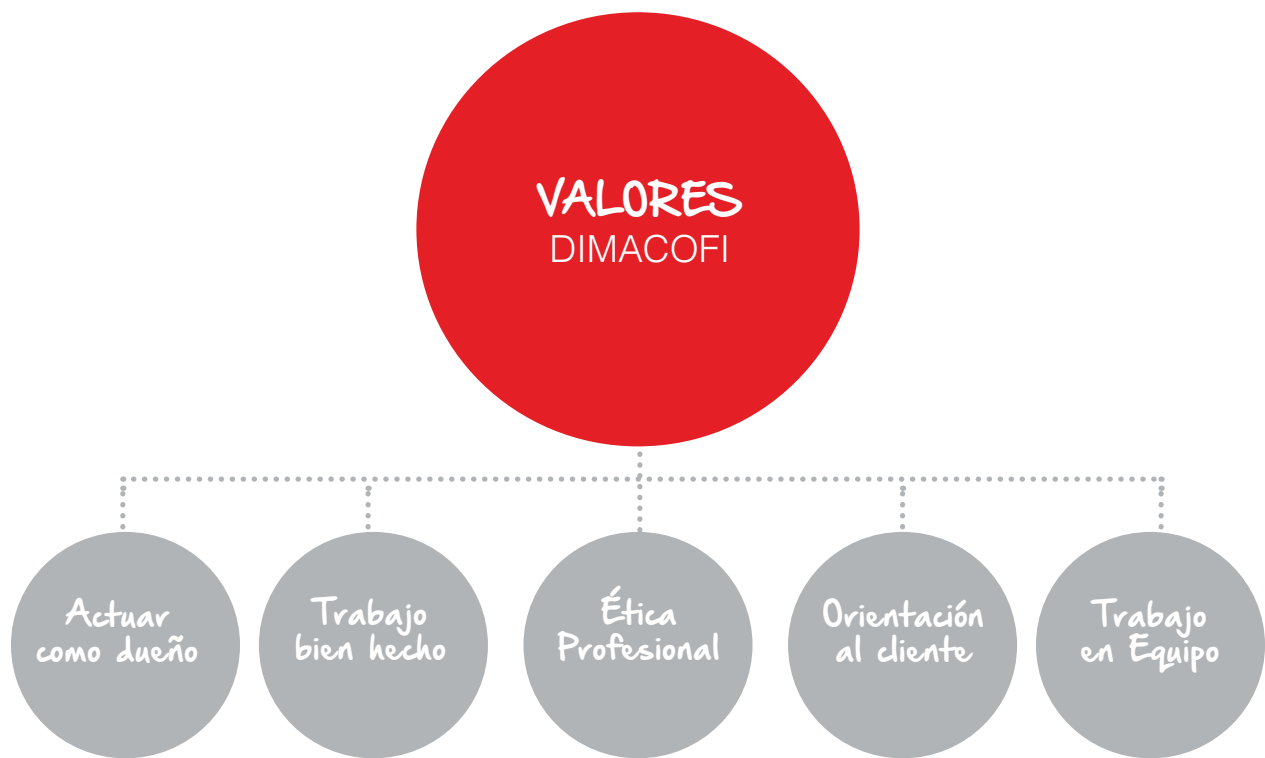
Los principios de Empresas Dimacofi se resumen en sus valores, así como también en la misión de la compañía, enfocados en ser un aporte permanente a nuestros clientes en tecnologías de impresión, de vanguardia y sustentables.

MISIÓN

.....

Ser un puente entre nuestros clientes y las mejores tecnologías del mundo, entregando soluciones sustentables que promuevan la productividad en sus ambientes de trabajo.

.....



1.7 ALIADOS ESTRATÉGICOS Y PROVEEDORES

GRI G4-12

Dimacofi S.A. representa importantes marcas del más alto nivel mundial, en soluciones en impresión. Ricoh, Samsung y Riso, cada una de ellas cuenta con tecnología sustentable, tales como eficiencia energética, materiales nobles que permiten el reciclaje, tintas menos contaminantes, entre otros factores.

Ricoh

Es una multinacional japonesa, dedicada a la fabricación y comercialización de equipos de impresión. En los últimos años, además se ha inmerso en el mundo de las soluciones digitales, pasos que se han dado de la mano con Dimacofi.

En respuesta a la necesidad de sistemas de redes digitales, Ricoh ofrece una alta variedad de soluciones que contribuyen a la protección del medio ambiente, ofreciendo solamente equipos que cumplen con la norma Energy Star e ISO 9.001 y 14.001.

Dimacofi es socio estratégico en la venta de: Multifuncionales, Impresoras, Copiadoras, Equipos de Producción, y todos los insumos y repuestos que estos equipos requieren.

RICOH



Proveedores

Dimacofi para su correcta operación, además cuenta con otros proveedores estratégicos que participan en distintas áreas de la organización, tales como personal de aseo y seguridad, materiales de oficina, transporte, entre otros.

Samsung

Samsung es una empresa surcoreana fundada en 1938 con un gran reconocimiento a nivel internacional, siendo líder mundial en distintas ramas de la industria electrónica.

Samsung complementa nuestro mix de productos con MFP e impresoras de bajo volumen y MFP de alta velocidad a precios convenientes. Gracias a esta alianza, Dimacofi ha podido satisfacer de una mejor manera las necesidades de sus clientes, y a la vez, incorporar segmentos de clientes nuevos.

Dimacofi los representa en la venta de: Multifuncionales e impresoras y todos los insumos y repuestos que estos equipos requieren. Los equipos Samsung cuentan con certificaciones ISO 9.001 y 14.001.



Riso

Fundada en 1946, Riso es líder mundial en tecnología de duplicación digital, basando su éxito en la más alta calidad y velocidad de impresión, además de un bajo impacto ambiental. Riso permite a Dimacofi traspasar a sus clientes los bajos costos de impresión, lo que hace a estos equipos altamente rentables y competitivos.

Desde 2012, se trabaja con la línea de equipos Com-Color, diseñados para imprimir grandes volúmenes de copias color a una gran velocidad.

Dimacofi los representa en la venta de: Duplicadores Digitales, Equipos de Producción y todos los insumos y repuestos que estos equipos requieren. Los equipos Riso cuentan con certificaciones ISO 9.001 y 14.001.



1.8 GRUPOS DE INTERÉS

GRI G4-24, G4-25, G4-26

De acuerdo a sus negocios Dimacofi ha identificado a los siguientes grupos como sus principales stakeholders, de acuerdo al vínculo con la organización y ha establecido una categoría de prioridad, de acuerdo a un mapeo de grupo de interés (Prioritarios y Secundarios):

- COLABORADORES
- DIRECTORIO
- CLIENTES
- ALIADOS ESTRATÉGICOS
- PROVEEDORES
- COMUNIDAD
- ONG
- ASOCIACIONES GREMIALES

	Presencial Jefatura/Gerencia	RRHH	Diario Mural	Email
Colaboradores	✓	✓	✓	✓
Directorio	✓			✓
Clientes	✓			✓
Aliados Estratégicos				✓
Proveedores				✓
Comunidad				✓
ONG				✓
Asociados Gremiales				✓



News Interno	Reunión presencial	Ejecutivo(a) Cuentas	Correo Postal	Eventos	Conference Call
✓	✓			✓	✓
✓	✓			✓	
	✓	✓	✓	✓	
	✓	✓	✓	✓	✓
	✓		✓	✓	
	✓			✓	
	✓			✓	
	✓			✓	

ALIADOS (MEMBRESÍAS)

GRI G4-16

Dimacofi, forma parte de organismos sin fines de lucro que permiten a la organización estar en contacto permanente con la industria. Entre ellos destacan:

ACCION

Fundación que promueve el desarrollo y la gestión sustentable del negocio. Agrupa a empresas de diversos tamaños e industrias.



ASIMPRES

Asociación Gremial de Industriales Gráficos, es una organización empresarial, creada en 1930, que congrega a las imprentas en las distintas especialidades offset, digital, flexografía y huecograbado y a las empresas proveedoras de maquinarias e insumos para la industria gráfica. ASIMPRES presta servicios creando instancias de participación para sus Socios, información y representación de los intereses sectoriales ante las autoridades públicas y privadas. Asimismo, lleva adelante programas de desarrollo empresarial para sus asociados y la Industria Gráfica en general.



CCS, LA CÁMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO

Es una Asociación Gremial sin fines de lucro, fundada en 1919, que reúne a más de dos mil empresas asociadas: grandes, pequeñas y medianas, representativas de los más relevantes sectores económicos del país.

La CCS cumple una importante labor gremial, representando las inquietudes de sus bases ante la autoridad, participando activamente en temas legislativos que considera del interés de sus asociados y de las empresas a nivel nacional. El quehacer de la CCS se ha orientado a apoyar el desarrollo empresarial del país.



RELACIÓN CON LA COMUNIDAD: FUNDACIÓN AMANOS

Respecto de la relación con la comunidad, Dimacofi es un colaborador permanente de Fundación Amanoz, organismo sin fines de lucro dedicado a las personas mayores, con la finalidad de apoyarlos para resolver su problemática en la sociedad moderna, facilitando así un cambio en su autoestima, valorización y el trato por parte de su entorno.

Amanoz, trabaja para mejorar la calidad de vida emocional y afectiva de los adultos mayores, así como su integración y participación activa en la sociedad.

Dimacofi entrega apoyo económico, actividades de voluntariado con sus colaboradores y una activa participación en las diversas actividades que allí se realizan.







02

COLABORADORES

2.1 COLABORADORES

Para Dimacofi, contar con colaboradores comprometidos, entusiastas, creativos y con la capacidad de Trabajar en Equipo, con Orientación al Cliente, con Ética Profesional, realizando un Trabajo bien Hecho y que cada uno se sienta empoderado de su rol, entendiendo que su trabajo es un aporte para la empresa, es un pilar fundamental para el logro de los objetivos y que nacen desde la declaración de los valores de la compañía.

Por tal motivo, Dimacofi cuenta con beneficios, programas de inclusión, condiciones para realizar un trabajo seguro, planes de capacitación, entre otras garantías que forman parte del importante trabajo que realiza la Gerencia de RRHH para promover día a día una mejor calidad de vida laboral para todos los que son parte de Dimacofi.





RECLUTAMIENTO

Dimacofi cuenta con una Política de Recursos Humanos, que entre otros factores entregan garantías para la transparencia de un proceso de búsqueda de nuevas contrataciones.

En términos generales, se establece que:

- ✓ Se privilegian fuentes abiertas de reclutamiento (internet)
- ✓ Se buscan tres candidatos para el cargo.
- ✓ Los candidatos no deben ser parientes, consanguíneos hasta tercer grado o políticos, ni amigos, ni debe existir conflicto de intereses.
- ✓ Se notifica además a quienes no fueron seleccionados para el cargo.
- ✓ El candidato seleccionado se incorpora con una previa Inducción de la empresa, los productos que comercializa, la Política de Sustentabilidad, entre otras áreas. Se realiza un recorrido por las instalaciones y se entrevista con los distintos encargados de área para acercar el negocio a los nuevos colaboradores.

Es preciso señalar que la empresa privilegia la promoción de colaboradores internos y recurre al mercado como segunda opción frente a la ausencia de candidatos idóneos para el cargo que se está ofertando.

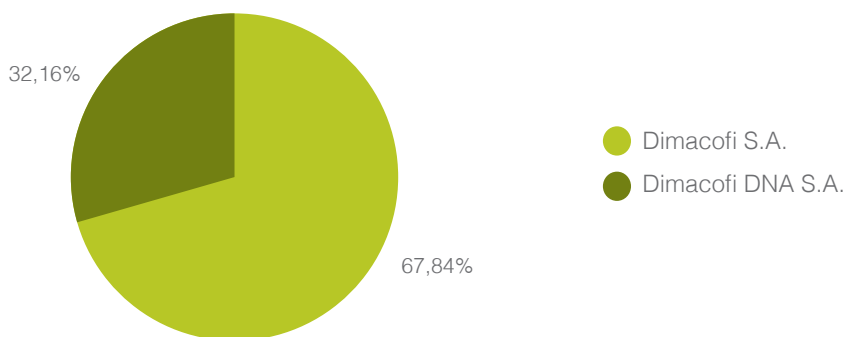
2.2 DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

GRI G4-9, G4-10, G4-11, G4-LA12

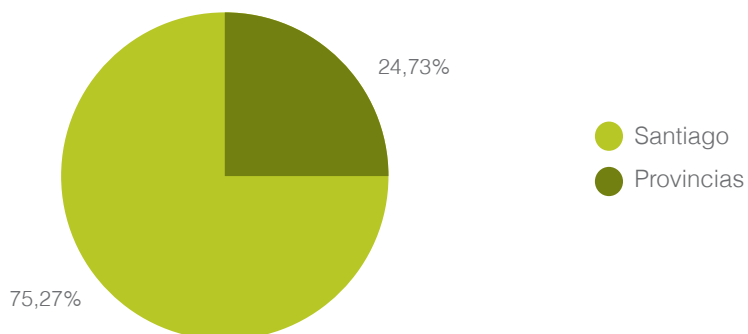
A continuación se presenta un análisis cuantitativo de la empresa, respecto de sus colaboradores.

ANÁLISIS CUANTITATIVO

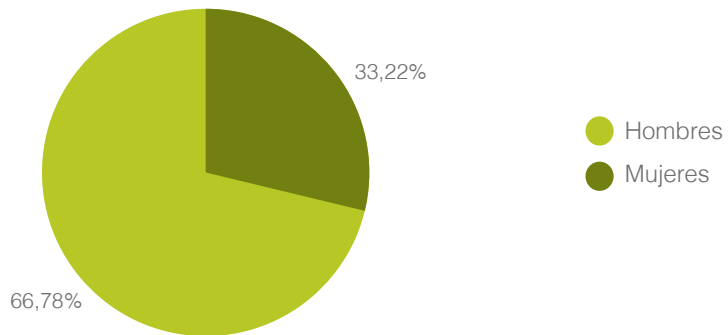
Total de colaboradores por empresa: Dimacofi S.A. - Dimacofi Negocios Avanzados



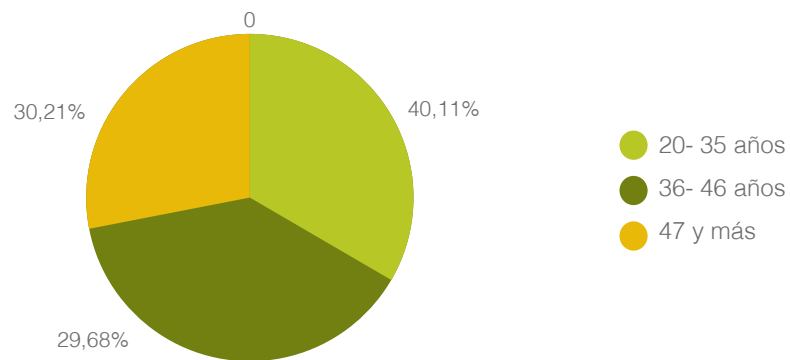
Total colaboradores RM v/s Regiones



Total de colaboradores por género



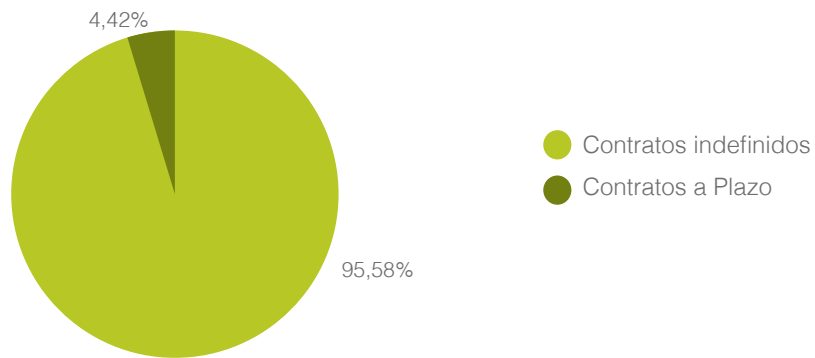
Total de colaboradores por rango de edad



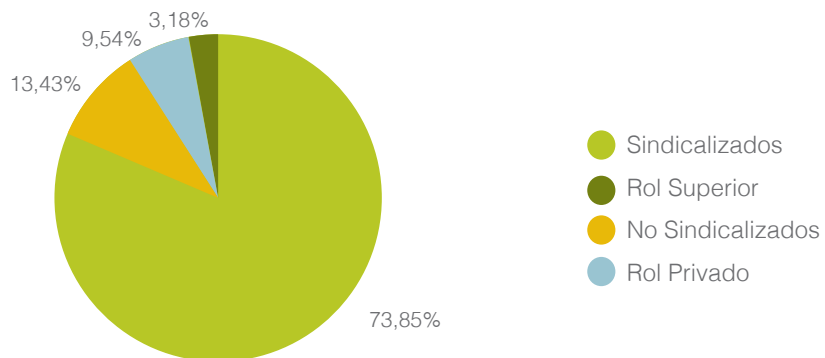


ANÁLISIS CUANTITATIVO

Tipo de contrato: Plazo fijo / Indefinido



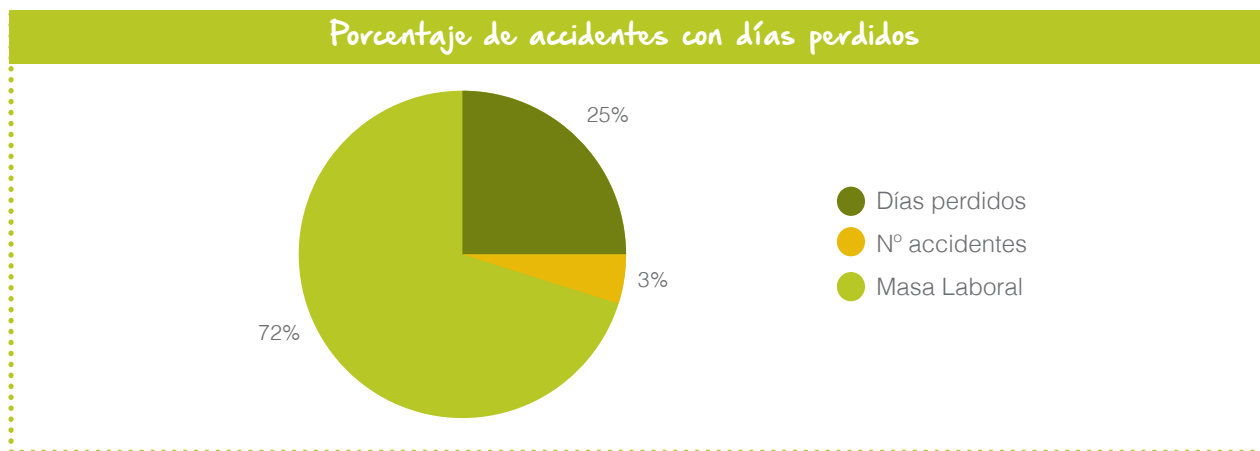
Participación en Sindicatos



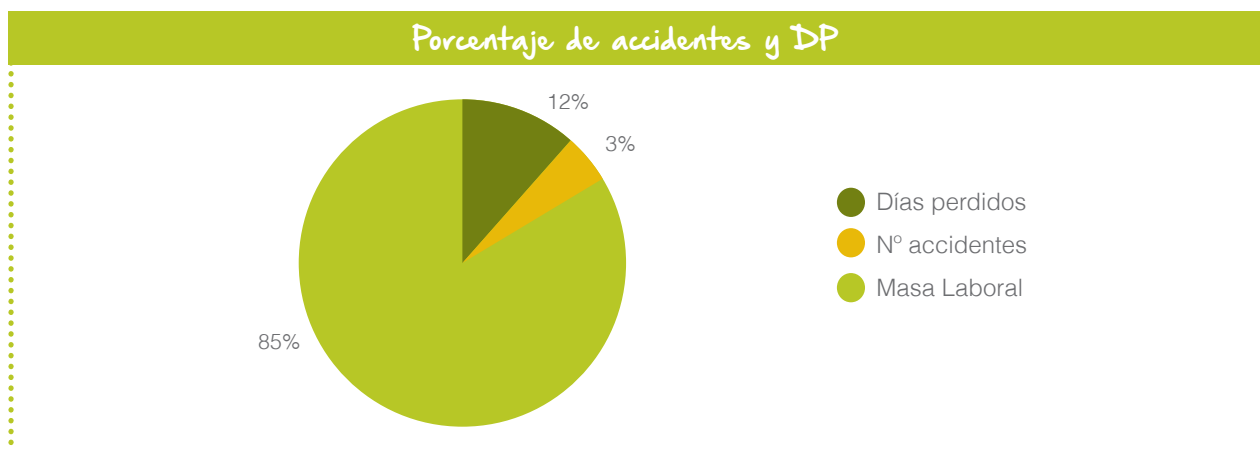
2.3 SALUD Y SEGURIDAD LABORAL

GRI G4-LA5, G4-LA6

Durante el 2014 la cantidad de accidentes llegó al 3% en Dimacofi S.A., lo que generó un 25% de días perdidos, tal como indica la Tabla N°1.



Respecto de Dimacofi Negocios Avanzados, la cantidad de accidentes fue de un 3%, lo que generó un porcentaje de 12% de días perdidos, tal como indica la Tabla N°2.





COMITÉ PARITARIO

Dimacofi cuenta con tres Comités Paritarios de Higiene y Seguridad, los que se realizan en:

COMITÉ PARITARIO DE HIGIENE Y SEGURIDAD:
Operaciones, Logística y Distribución, ubicado en la comuna de Santiago Centro.

COMITÉ PARITARIO DE HIGIENE Y SEGURIDAD:
Imprenta, ubicada en la comuna de Independencia.

COMITÉ PARITARIO DE HIGIENE Y SEGURIDAD:
Edificio corporativo Millenium, ubicado en la comuna de Las Condes.

Cada Comité está compuesto por tres representantes elegidos por la empresa y tres representantes elegidos por los colaboradores.

Además cada grupo selecciona tres representantes suplentes.

Cada Comité Paritario de Higiene y Seguridad, tienen como misión:

- ✓ Asesorar e Instruir a los trabajadores en la correcta

utilización de los instrumentos de protección personal.

- ✓ Vigilar el cumplimiento tanto por parte de la empresa como de los trabajadores, de las medidas de prevención higiene y seguridad.

- ✓ Identificar e investigar causas de accidentes y enfermedades profesionales.

- ✓ Decidir si el accidente o enfermedad se debió a una negligencia inexcusable del trabajador.

- ✓ Indicar la adopción de todas las medidas de higiene y seguridad que sirvan para la prevención de riesgos laborales.

- ✓ Indicar la adopción de todas las medidas de higiene y seguridad que sirvan para la prevención de riesgos laborales.

- ✓ Cumplir funciones o misiones que haya encomendado el Organismo Administrador.

- ✓ Promover la realización de cursos de capacitación para los trabajadores.



PARTICIPACIÓN DE SINDICATOS EN TEMAS DE SEGURIDAD LABORAL

GRI G4-LA8

Es importante señalar que en Dimacofi S.A. el Presidente del Sindicato de Trabajadores, Sr. Jorge Figueroa, forma parte del Comité de Salud y Seguridad Laboral, esto ha sido un aporte al trabajo que realiza el comité ya que recibe las recomendaciones del sindicato, con la finalidad de contar con acuerdos en asuntos tan relevantes como la salud y seguridad de los colaboradores.

En tanto, en Dimacofi Negocios Avanzados, el Sindicato de Trabajadores, no forma parte del comité, sin embargo, se trata de manera consultiva con ellos, ya que la empresa considera necesario contar con la validación de ellos en estas materias.

2.4 CAPACITACIÓN

GRI G4-LA9, G4-LA10

De acuerdo a la Política de RRHH, respecto de la Capacitación a los colaboradores, esta señala que es una herramienta de Dimacofi para mejorar la productividad, no es un beneficio, ni un incentivo.

“La Capacitación y desarrollo se planificará mediante una detección de Necesidades de Capacitación, para lograr las capacidades faltantes, que es un instrumento que recoge la real necesidad de efectuar una acción de capacitación.

Esa real necesidad se mide con la siguiente pregunta ¿Qué capacidades faltan para lograr el desempeño esperado con el curso? Esto permite hacer un levantamiento de las potenciales competencias y entregarlas mediante un curso de especialización al personal con potencial. Por último permite evaluar la incorporación real de las competencias faltantes”³.

³Política de Recursos Humanos de Dimacofi, actualizada al 2015.



Capacitación por áreas

✓ Capacitaciones para Ejecutivos de Cuenta: Se realiza un plan de capacitación para la fuerza de ventas con la finalidad de que los ejecutivos estén al tanto de los equipos y tecnología que está disponible para los clientes.

✓ Capacitaciones para el Servicio Técnico: El departamento de Instrucción prepara cursos constantemente para mantener actualizada la base de conocimientos técnicos con la finalidad de entregar al equipo de Servicio Técnico todas las herramientas necesarias que aseguran la satisfacción de nuestros clientes.

✓ Call Center: Se han desarrollado módulos de formación orientado a la atención de clientes con la finalidad entregar las herramientas necesarias al equipo de call center para responder a los requerimientos de los clientes.

✓ Capacitación Sence: Anualmente se destinan fondos para la realización de cursos de perfeccionamiento para los colaboradores de diversas áreas.

Resumen de Capacitaciones Dimacofi S.A.

	Dimacofi S.A. 2014	Dimacofi S.A. 2013
HHCC (horas totales)	9.793,5	10.339
Total participantes	416	457
Total Cursos Inscritos	110	93
Promedio HH por participante	22,3	22
Promedio HH por empleado	24,7	27

Horas de capacitación	Dimacofi S.A. 2014	Dimacofi S.A. 2013
Internas	1069	2578
Externas	8.724,5	7761

Resumen de Capacitaciones Dimacofi Negocios Avanzados

	DNA 2014	DNA 2013
HHCC (horas totales)	1.234	987
Total participantes	62	71
Total Cursos Inscritos	13	10
Promedio HH por participante	19,9	11,8
Promedio HH por empleado	6,9	5

Horas de capacitación	DNA 2014	DNA 2013
Internas	3	0
Externas	1.231	987

2.5 BENEFICIOS

Dimacofi cuenta con una serie de beneficios, los que se informan a través de un documento físico y además vía mailing, llamado “Club Dimacofi”.

Club Dimacofi considera beneficios y/o convenios que realiza la Gerencia de RRHH y que tienen como objetivo aportar a la calidad de vida de los colaboradores.

Entre los beneficios de la compañía destacan:

- ✓ Bono Marzo
- ✓ Bono Fiestas Patrias
- ✓ Bono Navidad
- ✓ Bono Vacaciones
- ✓ Bono Matrimonio
- ✓ Bono Nacimiento
- ✓ Bono Defunción
- ✓ Seguro Complementario De Salud
- ✓ Día Libre Para El Cumpleaños
- ✓ Horario De Verano
- ✓ Convenios Salud: Isapre
- ✓ Convenio Salud: Dental
- ✓ Convenio Salud: Mental
- ✓ Convenio Salud: Oncológico
- ✓ Convenio Salud: Farmacia
- ✓ Convenio Financiero: Bancos
- ✓ Convenio Entretenimiento: Descuento en Gimnasios
- ✓ Convenio Telefonía
- ✓ Beneficios Dimacofi: Descuentos para Impresión de Documentos y Equipos de Impresión.
- ✓ Beneficios Con Caja Los Andes: Educación, Salud, Entretención, etc.
- ✓ Beneficios Achs







03

GESTIÓN AMBIENTAL

3.1 GESTIÓN AMBIENTAL

GRI G4-14

Como parte del compromiso de Dimacofi con el medioambiente, su foco está en promover tecnologías limpias, a través de los Atributos Sustentables que cuentan los equipos, repuestos e insumos que comercializa la empresa y gestionar los principales impactos directos, que están divididos en tres categorías:



GESTIÓN DE
RESIDUOS



PROGRAMA DE
REFORESTACIÓN



EFICIENCIA
ENERGÉTICA



3.2 ATRIBUTOS SUSTENTABLES

GRI G4-EN7

Dimacofi, a lo largo de su trayectoria, con 87 años operando en el territorio nacional ha sido líder en la incorporación de tecnologías y soluciones que permiten a las empresas (grandes, medianas y pequeñas, de diversas industrias) mejorar día a día sus procesos de negocio, asegurando mayor productividad, ahorro y eficiencia.

Es así, como hoy en día los nuevos requerimientos de los clientes están enfocados en incorporar nuevas tecnologías, acordes con los nuevos tiempos, el objetivo de Dimacofi está centrado en incorporar aquellas que cuentan con un desarrollo sustentable, tanto en equipamiento y solución de acuerdo a la necesidad del cliente.

Las marcas que la compañía representa cuentan con:

✓ CERTIFICACIÓN ISO 9.001, GESTIÓN DE CALIDAD

✓ CERTIFICACIÓN ISO 14.001, GESTIÓN AMBIENTAL

✓ SELLO ENERGY STAR

Creado por la Agencia de Protección Ambiental de los Estados Unidos, fue creado en el año 1992, con el fin de promover productos que funcionan en base a energía eléctrica a través del uso eficiente de la energía, reduciendo así la emisión de gases de efecto invernadero por parte de las centrales eléctricas.

Los equipos de impresión con Sello Energy Star logran un ahorro de un 30% que los modelos estándar.⁴



⁴ Sello Energy Star: Información del sitio oficial: www.energystar.gov/products/office_equipment/imaging_equipment

Otras herramientas Sustentables:

✓ IMPRESIÓN DUPLEX:

Impresión de hojas por ambos lados.

DÚPLEX

✓ BOTÓN ECO DRIVER:

Equipo utiliza menor consumo energético cuando no está en uso.

ECO



3.3 GESTIÓN DE RESIDUOS

GRI G4-EN12, G4-EN23, G4-EN28

GESTIÓN DE RESIDUOS: RECICLAJE – REUTILIZACIÓN

El negocio de Dimacofi implica algunos impactos que si bien pueden generar alguna huella al medioambiente, al hacer gestión se logra un uso eficiente de los recursos, es así como desde el año 2013 se promueve en forma interna la impresión en dúplex, además del reciclaje de papel.

Reciclaje de Papel

En alianza con SOREPA (de CMPC), Dimacofi recicla todo el papel impreso en desuso, en sus distintas variedades y formatos.

El reciclaje de papel se realiza en el Centro de Producción (imprenta), ubicado en Gamero y en el Centro de Operaciones ubicado en la comuna de Santiago, donde se realizan pruebas con los equipos de impresión.

El año 2014 la empresa recicló 127 mil kilos de papel.

Reciclaje de Equipos

Se ha planteado para el próximo año iniciar un programa de reciclaje de equipos que permita el desarme y reciclaje de los equipos de Dimacofi en desuso y obsoletos. Para esto se realizará una evaluación de las empresas que operan en Chile y que cuentan con los permisos y certificaciones para el reciclaje de equipos de impresión, así como también de insumos y repuestos.

Reutilización de toner

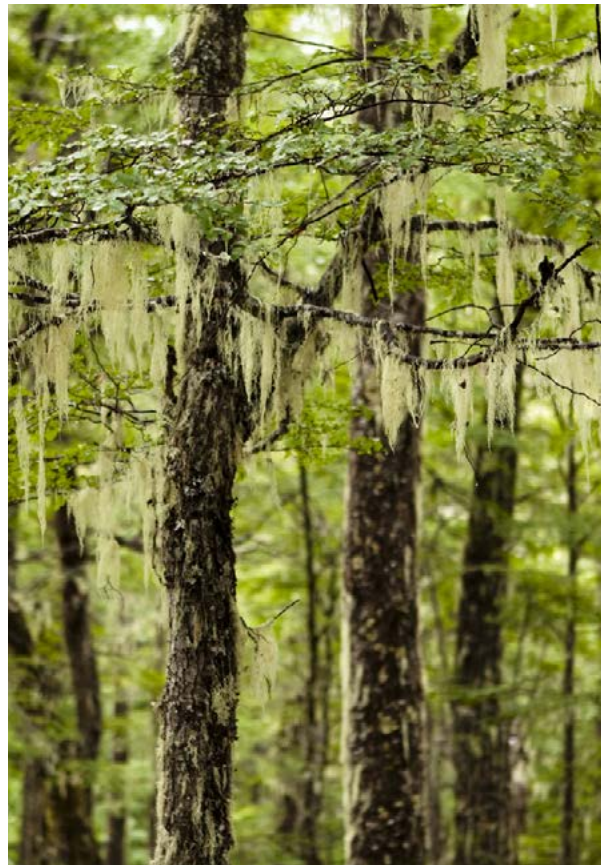
A la fecha Dimacofi ha realizado diversos programas con la comunidad para la reutilización del tóner, sin embargo durante este 2014 se comenzó una evaluación para la fabricación de mobiliarios que permita la reutilización en el largo plazo y/o el reciclaje de estos con una empresa certificada para la destrucción de este tipo de productos.



3.4 PROGRAMA DE REFORESTACIÓN

Dimacofi en el año 2013 realizó una alianza con la Fundación Reforestemos Patagonia, con la finalidad de sumarse a un proyecto que tiene como misión "... reforestar ecosistemas degradados de la Patagonia, recuperando áreas de alto valor ecológico y a la vez generar cultura y conciencia de la importancia de estos lugares"⁵. De esta forma el año 2013 Dimacofi plantó más de tres mil árboles en la Patagonia de Chile. Entre las especies plantadas están, Coihue, Lenga y Ñirre.

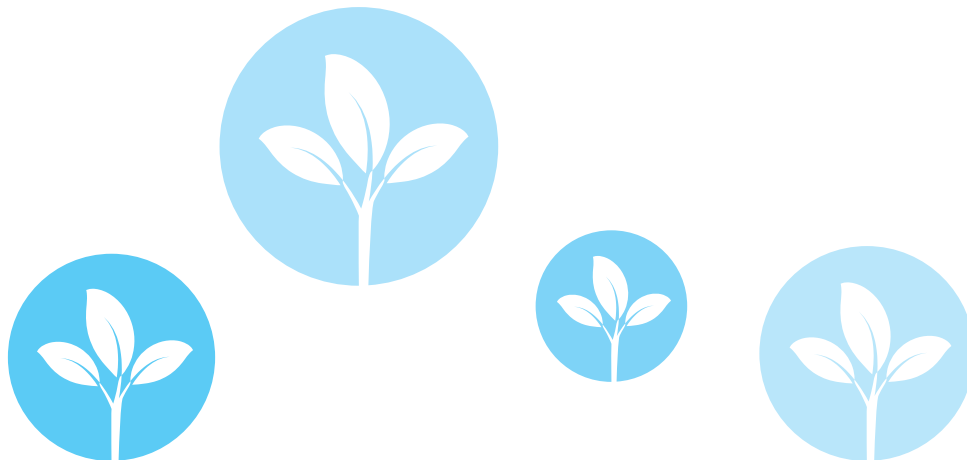
Sin embargo, el año 2014 Dimacofi se impuso un nuevo desafío en el programa de Reforestación de la Patagonia Chilena y se planteó la meta "Por cada equipo nuevo instalado en Medianas y Pequeñas Empresas de la zona central, Dimacofi plantará un árbol en la Patagonia de Chile" es así como durante el año 2014 Dimacofi plantó 2.092 árboles, que representan el trabajo y compromiso tanto de nuestros colaboradores como también de nuestros clientes.



⁵ Misión de la Fundación Reforestemos Patagonia, extraída de www.reforestemospatagonia.cl

Porqué es importante para Dimacofi plantar árboles:

- ✓ Porque aseguramos un pulmón verde para el país y para el planeta.
- ✓ Porque 1 árbol entrega oxígeno suficiente para 30 personas al día.
- ✓ Porque 2 árboles nativos compensan en toda su vida 1 tonelada de CO2.
- ✓ Porque gestionar nuestros principales impactos están alineados al coore de nuestra empresa.



3.5 EFICIENCIA ENERGÉTICA

A partir del Reporte de Sustentabilidad 2014, se comenzará un Plan Trienal de disminución del consumo energético en todas nuestras operaciones. De esta forma se plantea el siguiente trabajo a tres años:

2014

en el actual reporte se dará cuenta del gasto y proporción de la cantidad del consumo energético durante el año.

2015

Para el segundo año se realizará una medición detallada de costos, consumo energético y campañas de ahorro en el consumo de energía.

2016

Se implementará un programa piloto en sucursales y/o edificio corporativo de ahorro de eficiencia energética, para comparar la disminución del consumo energético en comparación con los años anteriores, con la finalidad de replicar este programa piloto, en forma paulatina en el resto de las oficinas y sucursales Dimacofi.

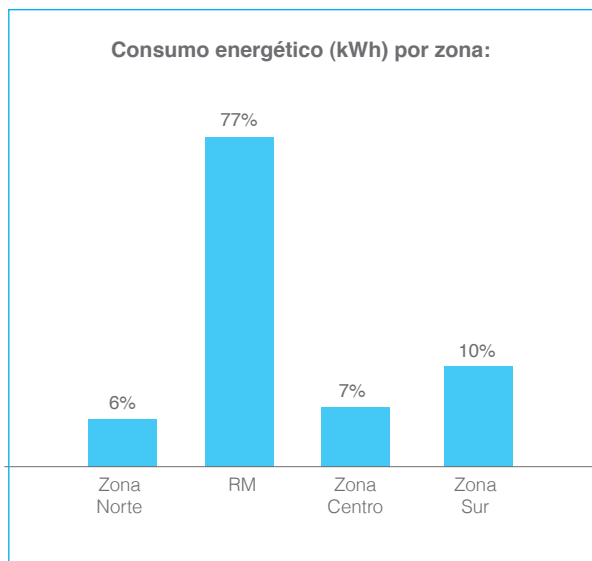


Tabla de Consumo Energético 2014, por zonas:

GRI G4-EN3

El consumo de energía eléctrica es proporcional a la participación territorial de Dimacofi, concentrando la mayor cantidad de operaciones en la Región Metropolitana, tanto para Dimacofi S.A. y para Dimacofi Negocios Avanzados. El segundo lugar con mayor consumo energético se encuentra en la zona sur, lo que se explica por las condiciones climáticas y el horario con luz de día. En este mismo sentido, la zona norte es la de menor consumo energético.

Estos antecedentes permiten a Dimacofi evaluar la estrategia de ahorro y eficiencia energética para los próximos años.







04
TABLA GRI

4.1 TABLA INDICADORES GRI

GRI G4-32

Indicador de Contenidos Básicos Generales	Descripción breve del indicador	Observación	Página
Estrategia y Análisis			
G4-1	Declaración del responsable principal de las decisiones de la organización sobre la importancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia de esta con miras a abordarla.	Reportado	Págs. 2,3,4, 5 y 92
Perfil de la Organización			
G4-3	Nombre de la organización.	Reportado	Pág. 18
G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes.	Reportado	Págs. 18, 19, 20, 21, 26, 30 y 56
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede central de la organización.	Reportado	Pág. 92
G4-6	Países en los que opera la organización.	Reportado	Pág. 18
G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y forma jurídica.	Reportado	Pág. 18
G4-8	Mercados en que opera.	Reportado	Págs. 18, 19 y 30
G4-9	Dimensiones de la organización.	Reportado	Págs. 52 y 53
G4-10	Desglose de empleados de la organización.	Reportado	Págs. 52, 53 y 55

Indicador de Contenidos Básicos Generales	Descripción breve del indicador	Observación	Página
Perfil de la Organización			
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	Reportado	Pág. 55
G4-12	Descripción de la cadena de suministro de la organización.	Reportado	Págs. 40 y 41
G4-13	Cambios significativos durante el período objeto de análisis en el tamaño, estructura, propiedad y cadena de suministro de la organización.	No hubo cambios significativos en el periodo reportado.	
G4-14	Descripción de cómo la organización aborda, si procede, el principio de precaución.	Reportado	Pág. 68
G4-15	Principios u otras iniciativas externas de carácter económico, social y ambiental que la organización suscribe o ha adoptado.	Reportado	Pág. 6
G4-16	Asociaciones y organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece.	Reportado	Págs. 44 y 45
G4-17	Listado de entidades cubiertas por los estados financieros de la organización y otros documentos equivalentes.	Reportado	Pág. 6

Indicador de Contenidos Básicos Generales	Descripción breve del indicador	Observación	Página
Perfil de la Organización			
G4-18	Proceso de definición del contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto.	Reportado	Pág. 7
G4-19	Listado de aspectos materiales.	Reportado	Pág. 12
G4-20	Cobertura de cada aspecto material dentro de la organización.	Reportado	Pág. 6
G4-21	Cobertura de cada aspecto material fuera de la organización.	Reportado	Pág. 6
G4-22	Descripción de las consecuencias de las reexpresiones de la información de memorias anteriores y sus causas.	No hubo reexpresiones de información de memorias anteriores.	
G4-23	Cambios significativos en el alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a memorias anteriores.	No hubo cambios significativos.	
Participación de los grupos de interés			
G4-24	Listado de los grupos de interés vinculados a la organización.	Reportado	Pág. 42
G4-25	Base para la elección de los grupos de interés con los que la organización trabaja.	Reportado	Pág. 42
G4-26	Descripción del enfoque adoptado para la participación de los grupos de interés.	Reportado	Págs. 42 y 43

Indicador de Contenidos Básicos Generales	Descripción breve del indicador	Observación	Página
Participación de los grupos de interés			
G4-27	Cuestiones y problemas clave que han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés y descripción de la evaluación hecha por la organización, entre otros aspectos mediante su memoria.	Reportado	Pág. 6
Perfil del Reporte			
G4-28	Período objeto de la memoria.	Reportado	Pág. 6
G4-29	Fecha de la última memoria.	Reportado	Pág. 6
G4-30	Ciclo de presentación de memorias.	Reportado	Pág. 12
G4-31	Punto de contacto para cuestiones relativas al contenido de la memoria.	Reportado	Pág. 92
G4-32	Opción «de conformidad» con la Guía que ha elegido la organización, Índice GRI de la opción elegida y referencia al Informe de Verificación externa.	Reportado G4-Opción Esencial	Págs. 80 - 88
G4-33	Política y prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria.	No hubo verificación externa	

Indicador de Contenidos Básicos Generales	Descripción breve del indicador	Observación	Página
Gobierno Corporativo			
G4-34	Estructura de gobierno de la organización y sus comités.	Reportado	Pág. 34
Gobierno Corporativo			
G4-56	Describa los valores, los principios, los estándares y las normas de la organización.	Reportado	Pág. 38

Tema Material	Indicador GRI G4 asociado	Observación	Página
Innovación en Tecnologías Documentales y Adaptación a los Nuevos Requerimientos de los Clientes	No tiene indicadores GRI asociados.	No aplica al no tener indicadores GRI asociados.	No aplica al no tener indicadores GRI asociados.

Tema Material	Indicador GRI G4 asociado	Observación	Página
Gestión de la Cadena de Abastecimiento	G4-12: Descripción de la cadena de suministro de la organización.	Reportado	Pág. 14
	G4-EN32: Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales.	Se establece como indicador a trabajar el próximo año.	
	G4-EN33: Impactos ambientales significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro, y medidas al respecto.	Se establece como indicador a trabajar el próximo año.	
Gestión de Energía y Emisiones	G4-EN3: Consumo energético interno.	Reportado	Pág. 77
	G4-EN7: Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios.	Reportado	Págs. 70 y 71
	G4-EN15: Emisiones directas de gases de Efecto Invernadero (Alcance 1)	Se medirá la Huella de Carbono en un próximo ejercicio.	
Gestión de Residuos y Reciclaje	G4-EN23: Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento.	Reportado parcialmente.	Pág. 72
	G4-EN25: Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos en virtud de los Anexos I, II, III y VIII del Convenio de Basilea, y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	Se establece como indicador a trabajar el próximo año.	

Tema Material	Indicador GRI G4 asociado	Observación	Página
Productos y Servicios Sustentables	G4-EN28: Porcentaje de los productos vendidos y sus materiales de embalaje que se recuperan al final de su vida útil, por categorías de productos.	Se establece como indicador a trabajar el próximo año.	
Conservación de la Biodiversidad	G4-EN12: Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad de áreas protegidas o áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, los productos y servicios.	Reportado	Págs. 72, 74 y 75
Certificaciones Ambientales	No tiene indicadores GRI asociados.	No aplica al no tener indicadores GRI asociados.	No aplica al no tener indicadores GRI asociados.
Diversidad e Inclusión	G4-LA12: Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	Reportado	Págs. 34, 37, 52 y 53
Calidad del Servicio y Satisfacción del Cliente	G4-4: Marcas, productos y servicios más importantes.	Reportado	Pág. 20
	G4-PR5: Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.	Reportado	Págs. 22, 23, 24, 25 y 26

Tema Material	Indicador GRI G4 asociado	Observación	Página
Salud y Seguridad Laboral	G4-LA5: Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.	Reportado	Págs. 56 y 58
	G4-LA6: Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.	Reportado	Pág. 56
	G4-LA8: Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con los sindicatos.	Reportado	Pág. 59
Capacitación y Desarrollo de Trabajadores	G4-LA9: Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral.	Reportado	Págs. 60, 62 y 63
	G4-LA10: Programas de gestión de habilidades y formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales.	Reportado	Pág. 63
	G4-LA11: Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional.	Se establece como indicador a trabajar el próximo año.	

Tema Material	Indicador GRI G4 asociado	Observación	Página
Calidad del Servicio Técnico a Empresas	No tiene indicadores GRI asociados.	No aplica al no tener indicadores GRI asociados.	No aplica al no tener indicadores GRI asociados.
Relación y Comunicación con Clientes	G4-26: Descripción del enfoque adoptado para la participación de los grupos de interés.	Reportado	Pág. 15





Agradecimientos

Para la construcción del Segundo Reporte de Sustentabilidad de Dimacofi fue necesario trabajar con todo un equipo comprometido con la empresa y con el entusiasmo que requiere un trabajo como este.

Gracias a cada uno de ustedes, por ser parte del proceso de trabajo que realizamos durante el 2015.

OCTAVIO ZAPATA | *Gerente General*

ROBERTO PUEBLA | *Operaciones*

JAVIERA MACERATTA | *Gerente de Marketing*

DANIEL PINILLA | *Operaciones*

MARIO RAFFO | *Gerente Comercial*

JUAN PABLO SAAVEDRA | *Operaciones*

HÉCTOR TRUJILLO | *Gerente de Operaciones*

XIMENA RUBIO | *RRHH*

CARLOS ELBO | *Gerente de RRHH*

RODRIGO ICARDI | *RRHH*

ALVARO ARÍAS | *Finanzas*

NICOLÁS HERNÁNDEZ | *Administración y Finanzas*

BENJAMÍN GATICA | *Marketing*

VALERIA OLIVARI | *Marketing*

JAIME PINILLA | *Comercial*

Y un particular agradecimiento por el gran trabajo de diseño, que permite transformar el contenido en un atractivo y didáctico Reporte de Sustentabilidad, a la Diseñadora Alejandra Osses Bustamante.

ELABORACIÓN DEL REPORTE DE SUSTENTABILIDAD

G4-31

Dirección General: Área Comunicaciones y Sustentabilidad

Materialidad y uso de estándar GRI: Add Value

Diseño: Alejandra Osses

Impresión: Dimacofi Negocios Avanzados

Fotografía: Banco imágenes Dimacofi

INFORMACIÓN DE CONTACTO

G4-1

Para obtener mayor información sobre el desempeño de la Compañía en materia de sustentabilidad y/o contenidos del reporte contactar a:

Valeria Olivari Palacios

Comunicaciones - Sustentabilidad

volivari@dimacofi.cl

DIRECCIÓN SEDE CENTRAL DIMACOFI

G4-5

Vitacura 2939, piso 15, Las Condes.



CASA MATRIZ
Vitacura 2939, piso 15, Las Condes, Santiago.
teléfono: (56-2) 2 549 7777
www.dimacofi.cl