


CORONA



Elige
CIRCULAR
2021

***“Queremos un futuro
a la moda y sostenible,
es la única forma de
trascender como
empresa”***

CORONA - ELIGE CIRCULAR 2022



INDICE

- Página 3** Carta Gerente General.
- Página 4** Grandes Números 2021.
- Página 5** ¿Quién es Corona?
- Página 6** Hitos 2021.
- Página 9** Historia de la compañía.
- Página 10** Mapa de tiendas.
- Página 14** Estrategia de Sostenibilidad.
- Página 16** Matriz de Materialidad.
- Página 17** Pilares de Sostenibilidad.
- Página 18** Prioridades de Sostenibilidad.
- Página 19** 7 Compromisos de Sostenibilidad.
- Página 20** Transparencia en la Gestión.
- Página 27** Experiencia Positiva.
- Página 50** Conexión Social.
- Página 57** Cuidando nuestro Mundo.

Carta Gerente General

Si habíamos pensado que el 2020 había sido un año desafiante, el 2021 también fue un año tremendo para el mundo, el país y la empresa. Desde una mirada positiva, considero que después de momentos desafiantes se generan aprendizajes y nuevas fortalezas.

Como equipo Corona en este período probamos nuestra capacidad de resiliencia y de pensar qué y cómo queremos proyectarnos a futuro. Teniendo esto en cuenta, son nuestros valores los que pasan a ser nuestro mapa de ruta y, la sostenibilidad, la forma en que queremos trascender como organización.

Nuestras tiendas venden y proyectan moda. Tenemos una tremenda conexión con las nuevas generaciones. Con ellas compartimos la preocupación por el cambio climático y por el planeta. Nos sentimos movilizados por acelerar los cambios que construyan un futuro para todos. Especialmente, considerando que somos una empresa con vocación regional, donde cada acción que hagamos tiene un impacto a lo largo de Chile.

Queremos que nuestras prendas vistan el “Sueño de ser tu mismo,” donde cada persona se sienta representado y cómodo con quién es. La diversidad la vemos como un valor y compromiso compañía.

Hoy tenemos la capacidad de seguir funcionando ante cualquier escenario, porque nos hemos transformado en una compañía flexible y con un e-commerce cada día más robusto, para responder en tiempo y forma a la demanda de nuestros clientes.

Quiero agradecer el compromiso, esfuerzo y fuerza de todo el equipo Corona. Ustedes y nuestros clientes nos inspiran a seguir construyendo el Corona que soñamos.

Ernesto Bartel.



Principales Indicadores 2021



2.532
COLABORADORES

70% de colaboradores son mujeres.

40% de las gerencias y jefaturas son lideradas por mujeres.

50% de los colaboradores tienen 30 años o menos.

SE VENDIERON MÁS DE 450.000 PRODUCTOS SOSTENIBLES DE LA LÍNEA ELIGE CIRCULAR

100% de las tiendas con modelo de negocio de especialista en vestuario.

55 tiendas de Arica a Punta Arenas.

El **Centro de Distribución** de Corona tienen 24.000 metros cuadrados.

+ de 700.000 seguidores en RRSS.

Retail Líder en seguidores en TikTok.



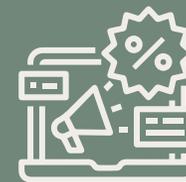
92%
Nivel de Servicio E-Commerce.

Presencia en canal online

a través de Corona.cl, Dafiti y Mercado Libre.

Más de **5.000 productos** despachados al día en promedio.

4 días (RM) **7 días** (Regiones) promedio de entrega a clientes.



Aumento de

99,5%

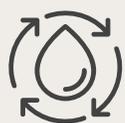
en las transacciones de E-Commerce.

Crecimiento de 87,5% en la cantidad de productos publicados.

E-commerce representó un **13%** de la venta total.

¿Quién es Corona?

Tiendas Corona es una cadena de retail fundada en 1955 por Leonardo Schupper. Su propósito es democratizar el mundo de la moda y generar un espacio accesible, inclusivo y sostenible, que permita hacer tangible la promesa “Vestimos el sueño de ser tú mismo”.



Corona tiene una concepción sustentable del negocio, en el que las personas están al centro. Por ello, cuenta con 4 valores estratégicos corporativos: transparencia, diversidad, sostenibilidad e inclusión. La compañía quiere ser un actor social relevante, que aporte de manera proactiva al entorno, a sus socios estratégicos y a las comunidades donde se desempeña. Con una apuesta por la omnicanalidad, Corona está presente en los principales marketplace del país y en Corona.cl. Tiene además 55 tiendas disponibles desde Arica hasta Punta Arenas, todo con la finalidad de ofrecer una experiencia distintiva. Actualmente tiene más de 2.500 colaboradores.



LOS DOS ÚLTIMOS AÑOS, HA SIDO UN PERÍODO DE REDISEÑAR Y REPENSAR LA EMPRESA Y SU FUTURO ENFOCADOS EN LA MODA Y LOS CLIENTES.

Después de una reorganización judicial el 2020, Corona mejoró, generó una estrategia basada en valores y con el apoyo de todo su equipo logró revitalizar su propuesta al cliente. Hoy la compañía superó esta desafiante etapa, saliendo fortalecida. Con un nuevo liderazgo se inició un profundo plan de transformación, que busca responder mejor a las expectativas de los clientes, ser más ágiles y flexible y construir nuevas capacidades enfocadas en el crecimiento del E-Commerce.

Hitos

2021 fue un año histórico para la compañía en resultados, pero también por proyectos transformacionales relacionados con data y tecnología para conocer más a los clientes. La pandemia fue un acelerador de muchos proyectos.





1. La pandemia trajo muchos aprendizajes a Corona

Hubo mucho foco en la seguridad de la sala de ventas, tanto para los colaboradores como para los clientes: alcohol gel, mascarillas y todo lo necesario para seguir funcionando. Hoy Corona tiene las capacidades de mantener el negocio abierto ante cualquier escenario, porque se ha transformado en una compañía flexible. En este contexto, la adaptación del equipo de tienda y el crecimiento de Corona.cl han sido fundamentales.

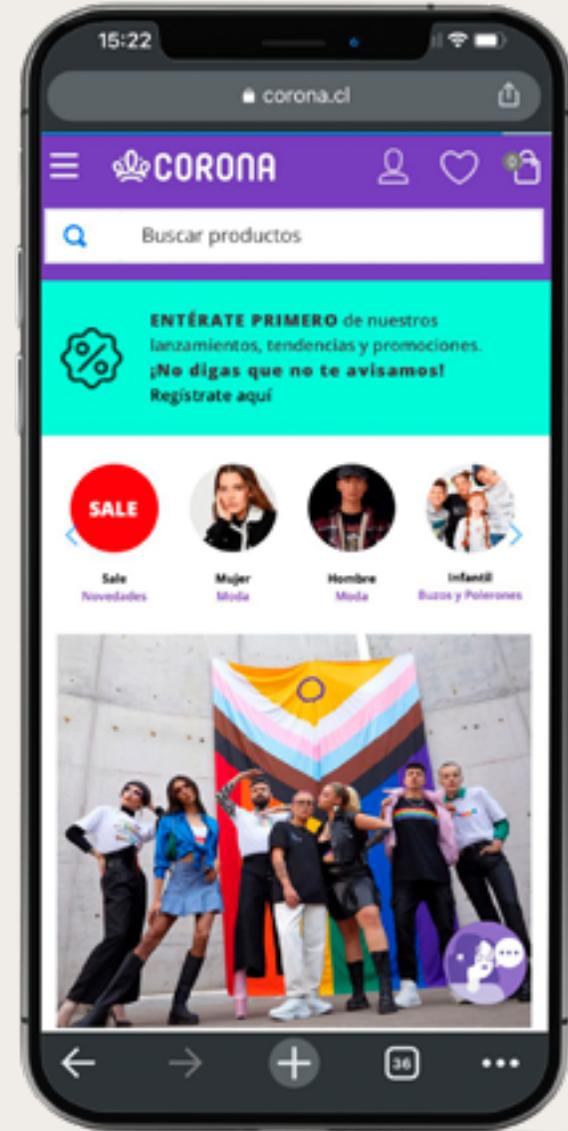
2. Aumentó el peso del E-Commerce

Llegó a 13% de la venta total. Hubo varias palancas como: rediseño tecnología, marketing, redes sociales, aumento de ventas, presencia en los principales marketplace y aumento de peso en el sector oriente. Atender a un mismo cliente por distintos canales.



3. La forma de comprar mercadería cambió

La forma de comprar mercadería cambió. Se mejoró participación y resultados en juvenil. Hubo una mejor propuesta en este segmento y los clientes respondieron positivamente.





4. Moda accesible y sostenible para todos.

Surge un nuevo propósito, visión y valores. Cambio en la estructura compañía: más plana, más transversal, flexible y enfocada en el cliente e inspirada en el propósito.

5. Avances en sostenibilidad

El año 2021 se presentó la estrategia de sostenibilidad de la compañía, se generaron mesas de trabajo transversales para avanzar de manera rápida en los indicadores definidos. Además, se diseñó un plan de acción que involucra a toda la organización.



Algunas iniciativas destacadas:



Primer Desfile Inclusivo en conjunto con la Municipalidad de Vitacura. En Corona se hace lo que se declara. El evento reunió a más de 20 modelos, entre los que se incluyeron niños símbolos de La Teletón, destacados deportistas, humoristas, y personas que luchan por los derechos de las personas con capacidades diferentes.

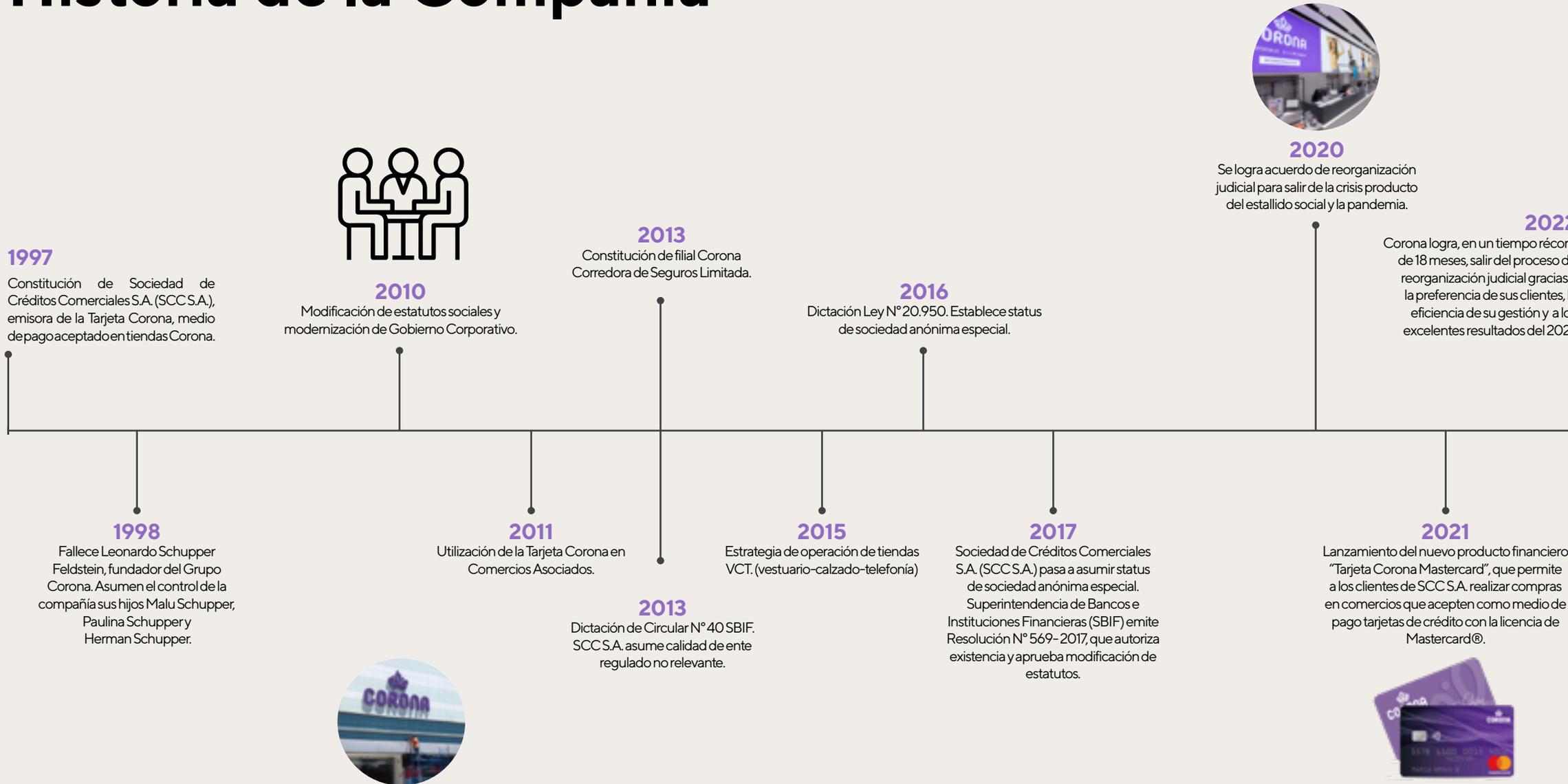


La tienda Alameda reúne todas las iniciativas de inclusividad pensadas en los clientes con capacidades diferentes y sus familias. El compromiso es que cada tienda nueva que se abra contenga todos los avances en sostenibilidad definidos por la compañía.



Corona on The Road, fue una iniciativa que acercó los valores de Corona a los clientes en distintas playas de Chile, donde no necesariamente existe una tienda de la compañía. Además, se mostraron prendas de la colección Elige Circular y se generó una acción de limpieza de playas con voluntarios y recicladores bases.

Historia de la Compañía



Mapa Tiendas Corona

ZONA NORTE



**ZONA NORTE
10 TIENDAS**

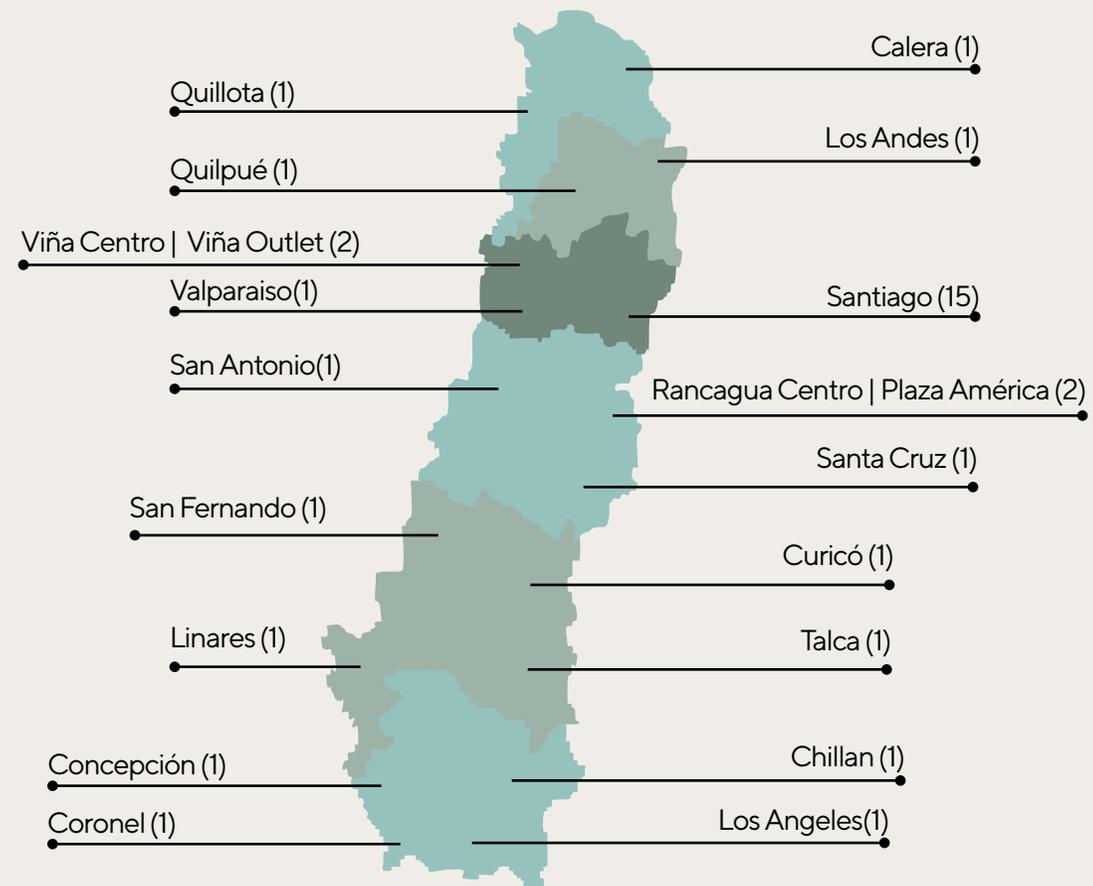


Mapa Tiendas Corona

ZONA CENTRO

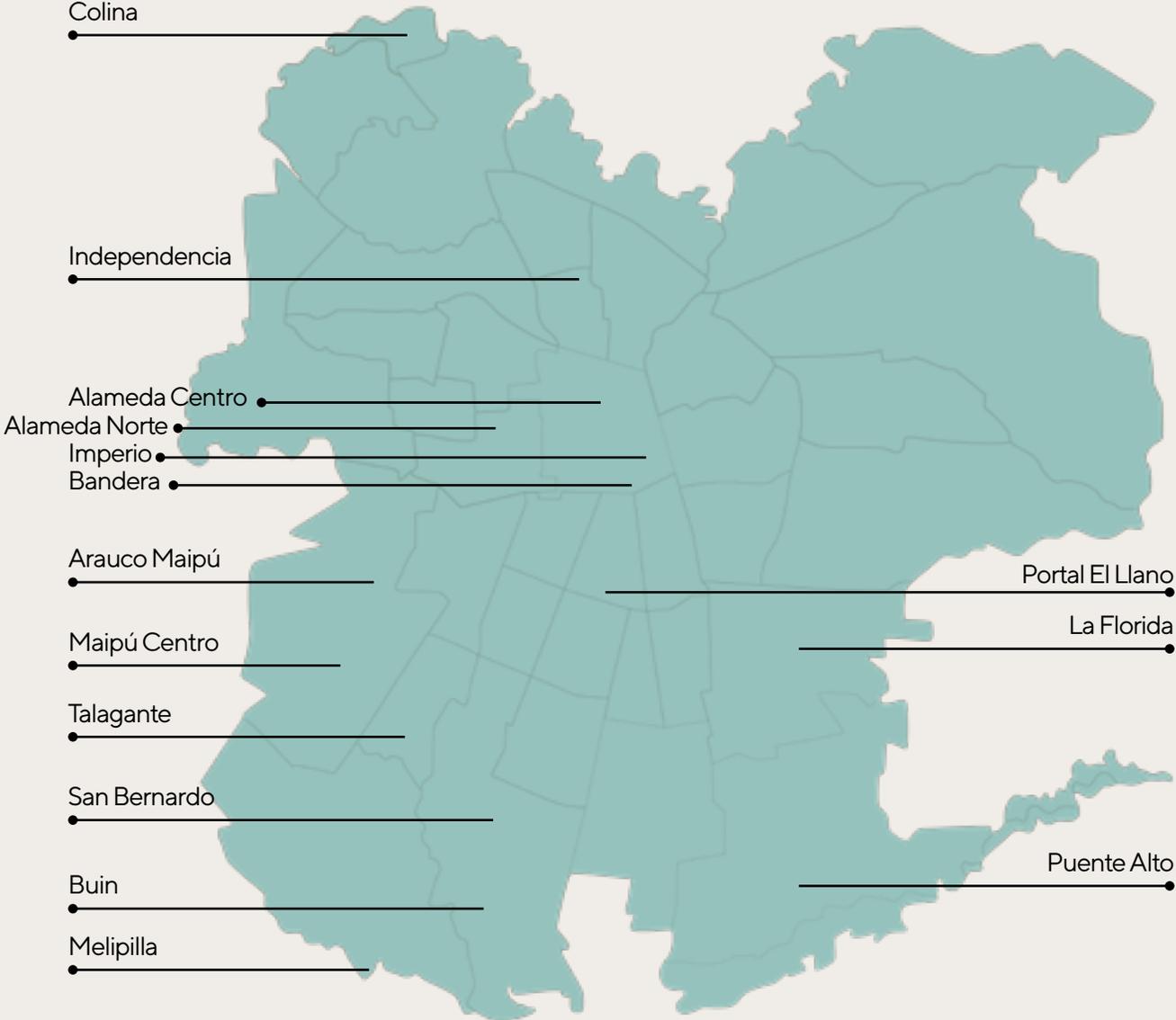


**ZONA CENTRO
34 TIENDAS**



Mapa Tiendas Corona

REGIÓN METROPOLITANA

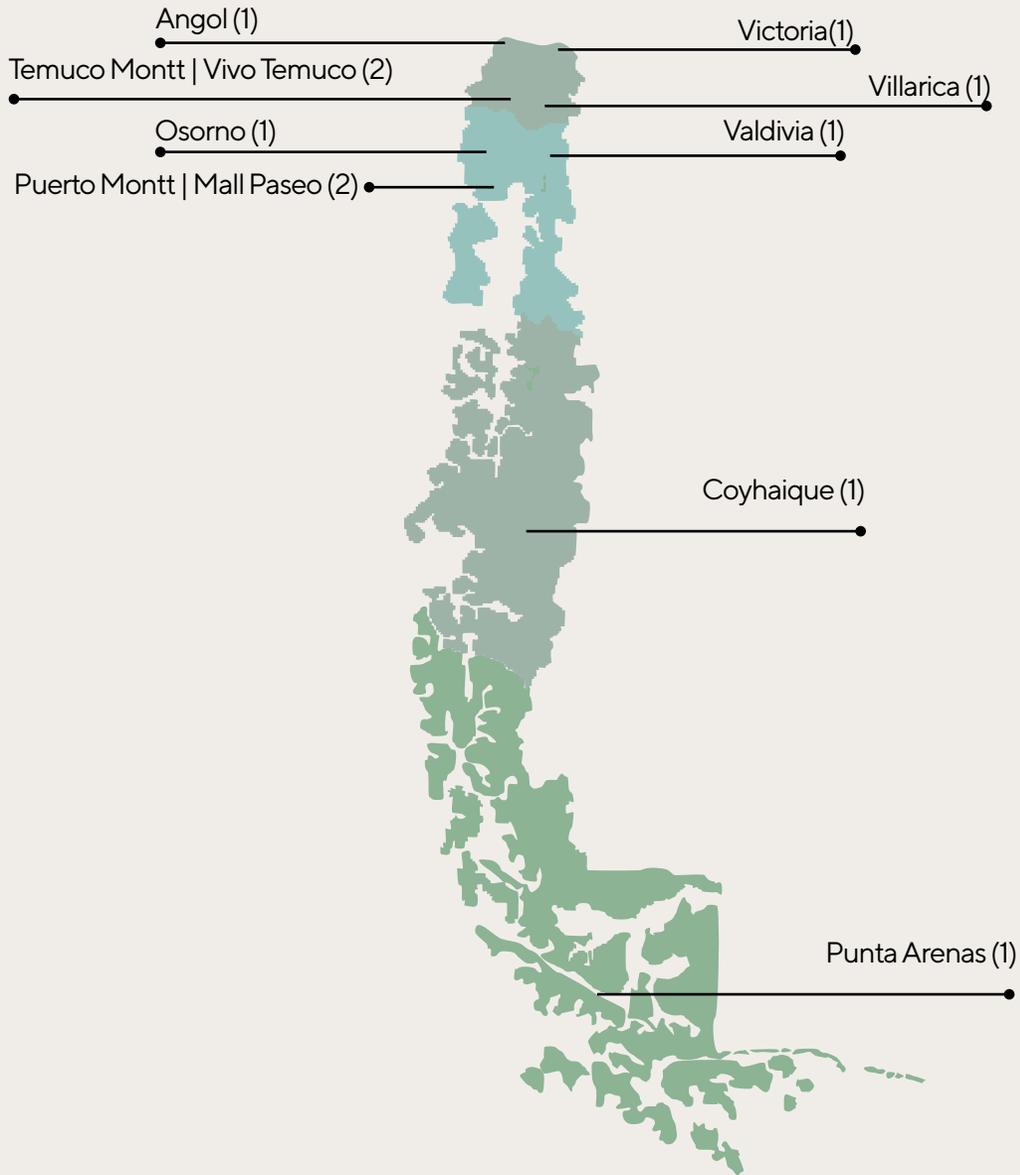


Mapa Tiendas Corona

ZONA SUR



ZONA SUR
11 TIENDAS





Estrategia de Sostenibilidad

Estrategia de Sostenibilidad

“El desarrollo sostenible es el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (ONU).

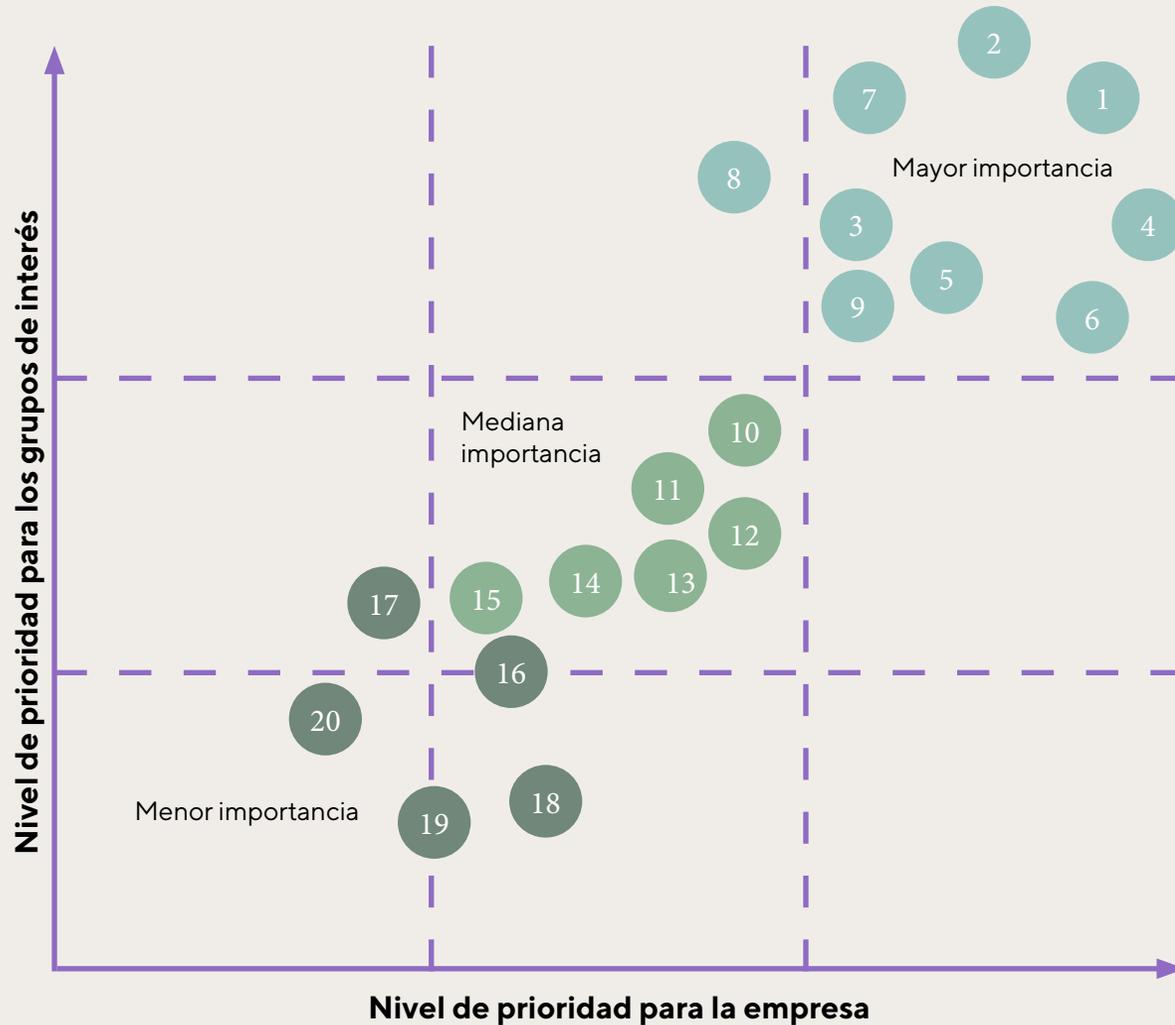
Corona considera parte estructural de su estrategia avanzar a ser una empresa más sostenible. Por ello, está trabajando para que todo su quehacer aporte a construir un mejor futuro para el medio ambiente y las comunidades con las que se relaciona. Corona quiere que para el año 2025, el 60% de sus productos cuente con atributos sostenibles. La compañía ha cambiado progresivamente las materias primas de su ropa, por opciones orgánicas, recicladas y/o más amigables con el medio ambiente que se reflejan en su colección “Elige Circular”. Además, cuenta con etiquetas de papel certificado y se está avanzando en tener un packaging más sostenible en todos sus productos.



Los proveedores de Corona son fundamentales para avanzar en este camino, por eso se está trabajando de manera colaborativa en el corto y mediano plazo con ellos, para que se sumen a un quehacer más sostenible.

Luego de conversar con los principales ejecutivos, encuestar a los colaboradores, clientes y proveedores, revisar referencias internacionales, construimos una matriz de materialidad con los temas prioritarios.

Matriz de Materialidad



MAYOR PRIORIDAD

1. La integridad de sus ejecutivos.
2. Precios estén claros y marketing transparente.
3. Excelente experiencia de compra.
4. Producto (precio, calidad y variedad)
5. Salud seguridad y calidad de vida (beneficios) colaboradores.
6. Reciclaje textil.
7. Que se apoye a las PYMES.
8. Gestión de residuos.
9. Que se trabaje colaborativamente con fundaciones.

MEDIA PRIORIDAD

10. Cumplimiento normativo.
11. Buen clima laboral en los equipos.
12. Que Corona haga evaluación social de sus proveedores.
13. Diversidad e inclusión (incluir campañas de marketing con modelos variad@s).
14. Uso de energías limpias.
15. Apoyo y diálogo con las comunidades cercanas.

MENOR PRIORIDAD

16. Construcción consciente de las tiendas.
17. Capacitación colaboradores.
18. Voluntariados corporativos.
19. Comunicación transparente y fluida (proveedores).
20. Compromiso de la empresa con los DDHH.

*Según encuesta a colaboradores y entrevistas en profundidad ejecutivos primera línea. Abril 2021

Pilares de Sostenibilidad

TRANSPARENCIA EN LA GESTIÓN

Nos inspira actuar de una manera integral, guiados por principios sólidos que nos llevan a tener un quehacer coherente y una comunicación consistente.



EXPERIENCIA POSITIVA

Nos apasiona entregar una experiencia Corona, cercana y empática hacia nuestros clientes y colaboradores, entendiendo que juntos podremos evolucionar, buscar el desarrollo mutuo e impactar de manera positiva el entorno.



CONEXIÓN SOCIAL

Queremos ser un actor social relevante y que aporte de manera proactiva al entorno, a nuestros socios estratégicos y a las comunidades donde nos desempeñamos.



CUIDANDO NUESTRO MUNDO

Buscamos mejorar día a día y avanzar hacia un actuar cada vez más limpio y con menor impacto en el medioambiente.



Prioridades Sostenibilidad 2021-2024

TRANSPARENCIA EN LA GESTIÓN

- Cumplimiento normativo.
- Comunicación con la mirada sostenible

EXPERIENCIA POSITIVA

- **Consumo consciente:**
 - Materiales más sostenibles y trazables.
 - Educación
- **Experiencia cliente**
Corona: campaña de sostenibilidad para clientes.
- **Comunicaciones en sostenibilidad:** crear conciencia en todos los públicos de interés.

CONEXIÓN SOCIAL

- **Aprovisionamiento responsable.**
 - Auditorías Sociales
 - Pymes
 - Trazabilidad
- **Relacionamiento comunidades:**
 - Voluntariado
 - Plan de acercamiento a entidades locales.

CUIDANDO NUESTRO MUNDO

- **Gestión de residuos:**
 - Reducción
 - Gestión de residuos operacionales y finales generados en preparación a Ley Rep.

COMUNICACIÓN EN SOSTENIBILIDAD

MESA DE SOSTENIBILIDAD

Nuestros 7 compromisos en Sostenibilidad



1. Consumo Consciente.



2. Aprovechamiento Responsable.



3. Plan Corona Inclusivo.



4. Experiencia de excelencia Cliente Corona.



5. Relacionamiento con las Comunidades donde opera.



6. Gestión de Residuos y economía circular.



7. Concientización.



Transparencia en la Gestión

Nos inspira actuar de una manera integral, guiados por principios sólidos que nos llevan a tener un quehacer coherente y una comunicación consistente.



Directorio

Claudio Muñoz

Presidente del Directorio
desde 12/09/2018
Ingeniero Civil
Industrial UCH.
Magister Investigacion
Operaciones UCH.

Janet Awad

VicePresidente del Directorio
desde 09/01/2020
Ingeniera Comercial UCH.
Advance Strategic Planning
Berkley.

Paula Schupper

Accionista
desde 28/04/2000
Representante Hermanos
2da Generación.

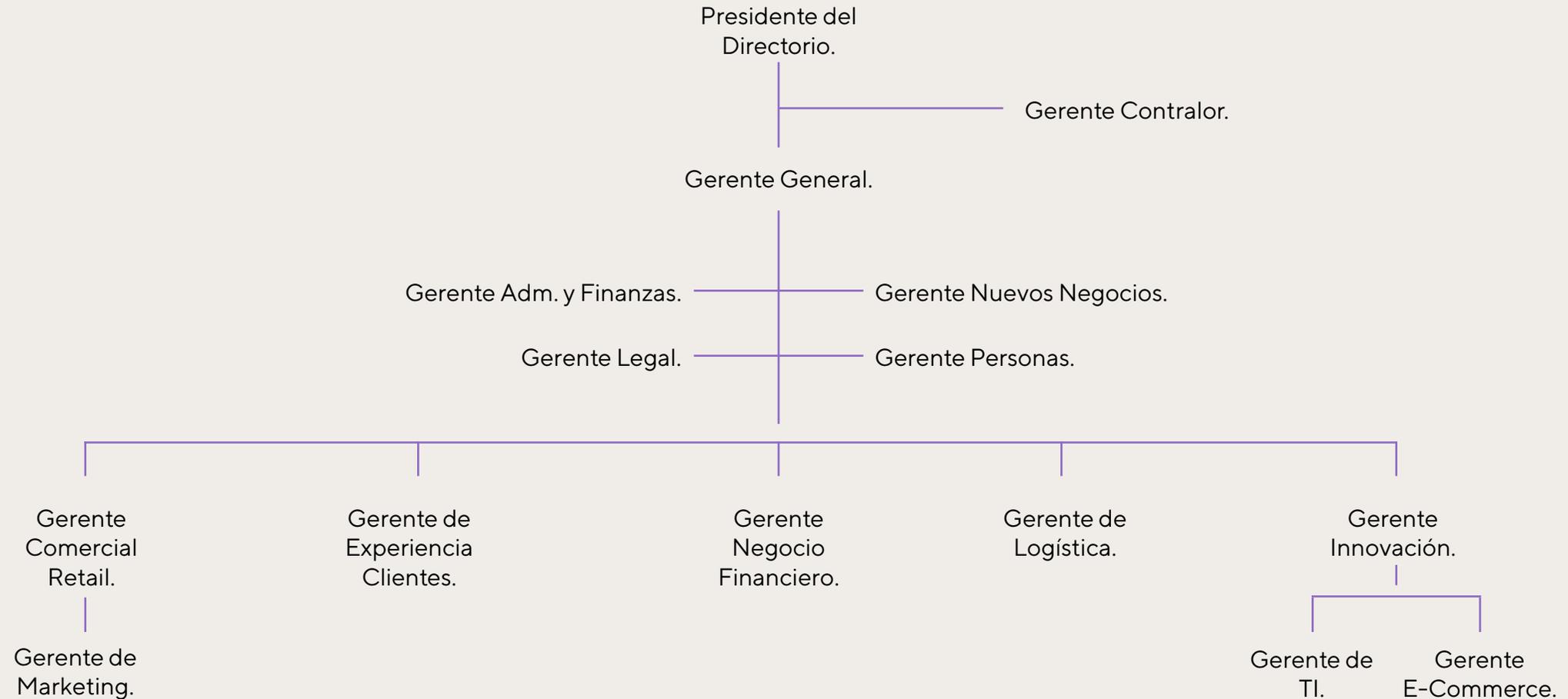
Alex Fischer

Miembro Independiente
desde 04/08/2020
Abogado UCH.
LL.M.N.Y.U.

Juan Manuel González

Miembro Independiente
desde 04/08/2020
Ingeniero Civil Industrial UCH.
MBA UCH / Tulane University.

Organigrama Equipo de Líderes



Propósito

“Ser líderes en moda accesible y sostenible para todos.”



El año 2021 Corona reflexionó sobre su propósito y valores, donde las personas están al centro en una estructura compañía: más plana, transversal, flexible y enfocada en el cliente y la moda.

*“Corona paso de ser una compañía basada en procesos, a ser una compañía movilizada por sus valores”
Ernesto Bartel, Gerente General.*

Valores Corona

Corona quiere ser un actor social relevante que aporte de manera proactiva al entorno, a sus socios estratégicos y a las comunidades donde se desempeña.



Transparencia



Diversidad



Inclusión

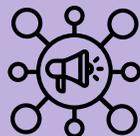


Sostenibilidad

Lineamientos Estratégicos del Negocio



Modelo
Vestuario



Omnicanalidad



Personas &
Cultura



Negocio
Financiero

Gestión Integra y Transparente

El tener políticas claras y que rijan el actuar empresa es clave en función de la transparencia y gestión de una compañía. Lo que se busca con estas políticas es establecer los estándares de comportamiento y desempeño deseado en una serie de materias fundamentales para Corona. Las políticas buscan proteger el quehacer empresarial y contribuyen a crear un entorno de trabajo más seguro y agradable para todos. Además, la compañía hace constantemente auditorías externas para objetivar el cumplimiento de las políticas.

CÓDIGO DE ÉTICA FUNCIONA COMO UN PARAGUA QUE GUÍA TODAS LAS POLÍTICAS EMPRESA

El Código de Ética proporciona una guía en la comprensión de los principios y valores que orientan el actuar de los colaboradores Corona, dentro y fuera de la empresa, y surge como una parte integral de la cultura organizacional. Se espera el cumplimiento en todas las materias estipuladas, pero especialmente, en cuanto a: legislación laboral, sanitaria, de Gobierno Corporativo, de Protección de los Derechos de los Consumidores, de Libre Competencia, y aquellas que sancionan la competencia desleal y los delitos de lavado de activos, financiamiento del terrorismo y cohecho.

Consideramos que los colaboradores Corona en el desempeño de sus labores deben actuar siempre desde la buena fe, la honestidad y la lealtad.



Políticas

Los colaboradores tienen a sus jefaturas directas para resolver cualquier duda en estas materias. Algunas de las políticas importantes son:

1. Política sobre Conflictos de Interés.
2. Política sobre Uso y Protección de Activos de la Empresa.
3. Política de Proveedores.
4. Política Sobre Libre Competencia.
5. Política de Salud y Seguridad.
6. Política de Relaciones con el Cliente y Calidad del Producto.
7. Política de Relaciones Laborales.
8. Política de Confidencialidad.
9. Políticas de Puertas Abiertas.
10. Acoso Moral y Sexual. (Política de Diversidad e Inclusión).
11. Modelo de Prevención del Delito (Ley N°20.393).
12. Política sobre relación con Autoridades. (Ley N° 20.730).
13. Política de Seguridad de Información y Ciberseguridad. (Ley N° 21.180).
14. Política de Reclutamiento y Selección.
15. Política de Compra de Bienes y Servicios.





Experiencia Positiva

Nos apasiona entregar una experiencia Corona, cercana y empática hacia nuestros clientes y colaboradores, entendiendo que juntos podremos evolucionar, buscar el desarrollo mutuo e impactar de manera positiva el entorno.



Diversidad e inclusión, un valor compañía

La diversidad y la inclusión para Corona son valores y también compromisos. La compañía está trabajando constantemente desde las distintas áreas para ser un aporte en estos temas. Desde 2019, Corona viene comunicando con fuerza la riqueza y el aporte de la diversidad. En sus spots en redes sociales, en sus campañas en medios y en la vía pública, es posible ver a modelos en situación de discapacidad, de tallas diversas, transexuales e inmigrantes.





Algunas Iniciativas 2021

1. Tienda Inclusiva Alameda

Es el piloto donde se prueban todas las acciones asociadas a la experiencia inclusiva de los clientes:

- Carro inclusivo para PSD.
- Habilitación de Cajas para PsD en cada piso.
- Rampa de acceso al nivel del piso.
- Habilitación de probador en piso 1.
- Audio QR tour con lengua de señas.
- Cajas luz señalética, identificable para personas con discapacidad cognitiva.
- Audio ascensor.
- Botón de asistencia en cada piso, incluido habilitación de baño y probador para PsD.
- Capacitación de lengua de señas al equipo.
- Disposición de un set para atención para personas con discapacidad auditiva (mascarilla transparente) por piso.
- Habilitación de sonido en el acceso de tienda.

Plan futuro es que cada tienda remodelada o nueva sea inclusiva.





2. Desfile Inclusivo

Corona se atreve a innovar, por eso realizó organizó en conjunto con la Municipalidad de Vitacura, el primer desfile de moda inclusivo. La instancia reunió a más de 20 modelos, entre los que se incluyeron niños símbolos de La Teletón, destacados deportistas, humoristas, y personas en general que luchan por los derechos de las personas con capacidades diferentes.

"Sabemos que la inclusión es un elemento clave para avanzar como industria, pero sobre todo como sociedad. Hoy estamos trabajando en una comunicación de la moda desde una lógica mucho más diversa, inclusiva y, sobre todo, sin uso de estigmas", afirma Ernesto Bartel, Gerente General de Corona.

3. Body Positive

“Cuando yo crecí no tuve mucha representatividad, y eso me hizo sentir como que no encajaba, que algo que estaba mal conmigo, que tenía que cambiar” recuerda Majo Schumacher, modelo, estudiante universitaria y activista body positive.

Majo tuvo la oportunidad de participar en el primer desfile inclusivo y expresó la importancia de verse representados en la publicidad y sentirse más aceptados. “Corona ha sido pionera en comunicar desde la diversidad”





4. Etiquetas con Sistema Braille

Corona tiene hace más de dos años etiquetas que facilitan a las personas con discapacidad visual el acceso a información sobre sus productos. El braille se trata de un sistema de lectura y escritura táctil que se encuentra especialmente diseñado para personas con discapacidad visual. Además, estas etiquetas son más sustentables ya que están hechas de cartón con certificación FSC, que garantiza su procedencia desde bosques manejados de manera responsable.

Marcas Propias

Corona ha creado marcas propias que reúnen todas las características de moda que quiere entregar a sus distintos segmentos de clientes a precios convenientes. El equipo de diseño se inspira constantemente en referentes internacionales para traer las últimas tendencias.

Nuestras Marcas hoy - *by* CORONA

BABY 
CORONA

BABY 
CORONA

KIDS
CORONA

CORONA
TEEN

MNL

ISSIMO

FCC

MNL MAN

 SOCIETY SHOP

GEOLANDER

axion



5. Colección Pride

Por tercer año consecutivo, Corona presenta la colección PRIDE, colección de vestuario inspirada en el orgullo de ser tú mismo. La compañía, cree en la igualdad y busca dar un espacio para visibilizar e integrar a la comunidad LGBTIQ+. Corona trabaja colaborativamente con influencers y modelos que permiten reforzar el mensaje y la comunicación.





6. Alianzas

Corona quiere construir potentes alianzas con distintos actores de la sociedad que compartan su visión o que le pueda sumar a su quehacer. En ese contexto se ha relacionado con expertos en diversidad e inclusión para avanzar de manera asertiva en las diversas iniciativas: **Nexo Inclusivo, Fundación Descúbreme, ReIN, entre otras entidades.**

El 2021 Corona se hizo parte de la red **Pride Connection** y el 2022 se medirá con Radiografía Pride, que permitirá identificar fortalezas y brechas para seguir avanzando. Pride Connection Chile es una red que busca promover espacios de trabajo inclusivos para la diversidad sexual y generar lazos para la atracción de talento LGBTIQ+ a las distintas organizaciones que la componen. Busca crear y promover un ambiente laboral inclusivo y diverso en las organizaciones de la red y ser un ejemplo a nivel nacional.

“Sabemos que la inclusión es un elemento clave para avanzar como industria, pero sobre todo como sociedad. Hoy estamos trabajando en una comunicación de la moda desde una lógica mucho más diversa, inclusiva y sobre todo, sin uso de estigmas. Queremos seguir rompiendo con los esquemas y darle el necesario espacio que requiere esta realidad, visibilizarla y empoderarla”, afirma Ernesto Bartel, Gerente General.

Nos hemos vinculado con otras entidades

para mejorar nuestra quehacer en Diversidad & Inclusión



Experiencia Positiva Personas

El equipo de colaboradores Corona ha sido esencial para superar los desafíos de la compañía en los últimos años.

La capacidad de resiliencia, adaptarse y volver a empezar son características de las personas que son parte de la compañía.

La pandemia trajo cambios como el trabajo a distancia en oficina central y también adaptaciones en la sala de ventas. Lo primero fue pensar en la seguridad y salud de los colaboradores y clientes. La compañía no disminuyó sus metros cuadrados de tienda, pero si los de oficina, pasando de 6000 a 600 mts², en formato mixto, mezclando trabajo presencial con teletrabajo.

Gracias al compromiso de todos, hoy Corona es una empresa más flexible, con nuevas capacidades asociadas al e-commerce y con un equipo humano que se adapta de manera más ágil a los cambios.





Proceso Gestión del Desempeño

Para Corona sus colaboradores están en el centro de su estrategia. El ciclo de desempeño, liderado por la Gerencia de Personas, es un proceso permanente que ayuda a la compañía a alcanzar las metas estratégicas, focalizar sus energías y reforzar la importancia de las contribuciones de cada colaborador. Busca promover el desarrollo de una persona en un proceso continuo de análisis, revisión y mejora del desempeño en el cual participan activamente el colaborador y su jefatura directa.

Implica las siguientes dimensiones:

- Evaluación de metas y objetivos individuales.
- Evaluación de competencias corporativas.
- Evaluación de valores corporativos.
- Definición metas y objetivos individuales.
- Retroalimentación (diálogos de desempeño trimestrales)

Gestión de la Capacitación

Corona se ha adaptado de manera ágil a los cambios del entorno, de su negocio y de sus clientes. Para lograr las nuevas capacidades que se requieren es fundamental la capacitación permanente de su equipo.

El proceso de capacitación contempla un ciclo que comienza con:

- 1- Levantamiento de la necesidad.
- 2- Planificación anual.
- 3- Ejecución del programa.
- 4- Evaluación, para la mejora continua.

Todo esto se vive como un proceso dinámico, permanente y conectado con las necesidades del negocio.

CAPACITACIÓN 2021			
MODALIDAD	PARTICIPANTES	N° HORAS	HORAS/ HOMBRE
PRESENCIAL (Sincrónico /Online) + Presencial	2.010	110.206	55
E-LERNING (Asincrónico)	4.686	43.644	9
TOTAL	6.696	153.850	23

CURSOS E-LERNING 2021
Curso seguridad de la información.
Responsabilidad legal en materias de seguridad y salud en el trabajo (ACHS).
Introducción al Mundo de los Seguros, Normativa y Buenas Prácticas en la Venta.
Curso libre competencia.
Modelo prevención del delito.
Curso inducción.
Curso prevención de delitos, lavado de activos y financiamiento del terrorismo.
Curso riesgo operacional y continuidad del negocio.
Protocolo de riesgos psicosociales (ext).
Como prevenir riesgos psicosociales (int).
Campaña volver al seguro (protocolos y productos).
Curso volver al seguro.



Comunicación Permanente

La compañía cuenta con medios de comunicación permanente con sus colaboradores.

Hoy los principales medios son:

- Intranet
- App
- Mail Corporativo
- Campañas de distintas temáticas relacionadas con el negocio y/o con procesos de gestión de personas.

Lo que se busca es que los colaboradores estén informados de primera fuente del quehacer empresa, aumentar el compromiso interno y que se inspiren con los desafíos compartidos.

SWITCH

Uno de los programas claves para Corona el 2021 fue Switch. Este cambio cultural basado en los valores Corona tiene como fin modificar la experiencia del cliente, profundizar en un ambiente de mejora continua para conseguir la sostenibilidad operacional de los procesos.

Además, se hace realidad una mayor sinergia entre Corona Financiero y Retail. Durante el 2022 se completará la ejecución del programa en 100% de las Tiendas a lo largo de Chile.

Switch impacta a toda la organización, pero principalmente a tiendas. El equipo de Operaciones (Gerencia Experiencia Clientes) más los gestores de Capacitación (Gerencia de Personas) en duplas intervienen cada tienda por un período de 3 semanas para dejar la metodología instalada, especialmente en las jefaturas.

Las 3 acciones claves de Switch:



Diálogo Diario

Reuniones diarias (temas más relevantes del día, repaso del propósito y pilares compañía con la participación de todo el equipo). El foco está en las personas (reconocimiento), la operación (clientes, pendientes y mejoras) y desempeño (indicadores de negocios)



Confirmación de procesos

Es un entrenamiento periódico, a través de la verificación in situ de las prácticas, para mejorar los comportamientos esperados. El objetivo es verificar que se cumplan los protocolos y capacitar a los asistentes para que mejoren.



Reconocimiento

Para asegurar la correcta implementación, se creó un programa de reconocimientos, el cual busca potenciar los pilares a través del refuerzo positivo de las conductas esperadas.

Becas de Educación Superior a Colaboradores

Se otorgan becas para que colaboradores puedan acceder a estudios superiores. Este apoyo se entrega por sus buenas evaluaciones y por su proyección a seguir desarrollándose en la empresa.

Requisitos

- Más de un año de antigüedad.
- Contar con el apoyo del jefe directo.
- Que el plan de estudios sea coherente con un posible desarrollo de carrera interno.
- Se financia hasta el 40% del costo directo, más lo que se permita financiar a través de Sence.

“El poder estudiar es un sueño. Había tenido que dejar mis estudios para trabajar. En este proceso siempre me he sentido acompañada de mi jefatura, que me respaldó desde la postulación hasta hoy en mis estudios. Además pude también conseguir apoyo de la caja de compensación. Quiero recibirme de Técnico en Administración de Empresa y ojalá después sacar la Carrera de Ingeniería Comercial, para poder seguir avanzando en la empresa.”
Yustin Mora 11 años en Corona / Encargada Administrativa.



Nuevo Kit de Bienvenida

El 2021 se implementó un nuevo kit de bienvenida que busca recibir de manera más cercana y cálida a los nuevos talentos de la compañía. Estos kits son sostenibles y buscan comunicar los valores compañía que marcarán el quehacer de los nuevos colaboradores.



Relación con los Sindicatos

Corona valora el diálogo permanente y la colaboración. La política de puertas abiertas de la empresa favorece tratar cualquier tema en general y los sindicales, en particular. Lo que se busca a largo plazo es generar relaciones de confianza. El trabajo colaborativo y el compromiso de toda la organización ayudó a que la compañía avanza en la cocreación de un modelo adaptado a la pandemia. Por ejemplo se decidió en conjunto sobre: aperturas, horarios, turnos, etc. Durante la pandemia muchas reuniones hubo que hacerlas de manera on line para darle continuidad al diálogo sindical.

- Corona cuenta con 33 sindicatos a lo largo del país, que integran 669 colaboradores.
- El total de los dirigentes son 80, de los cuales 31 son hombres y 49 mujeres.

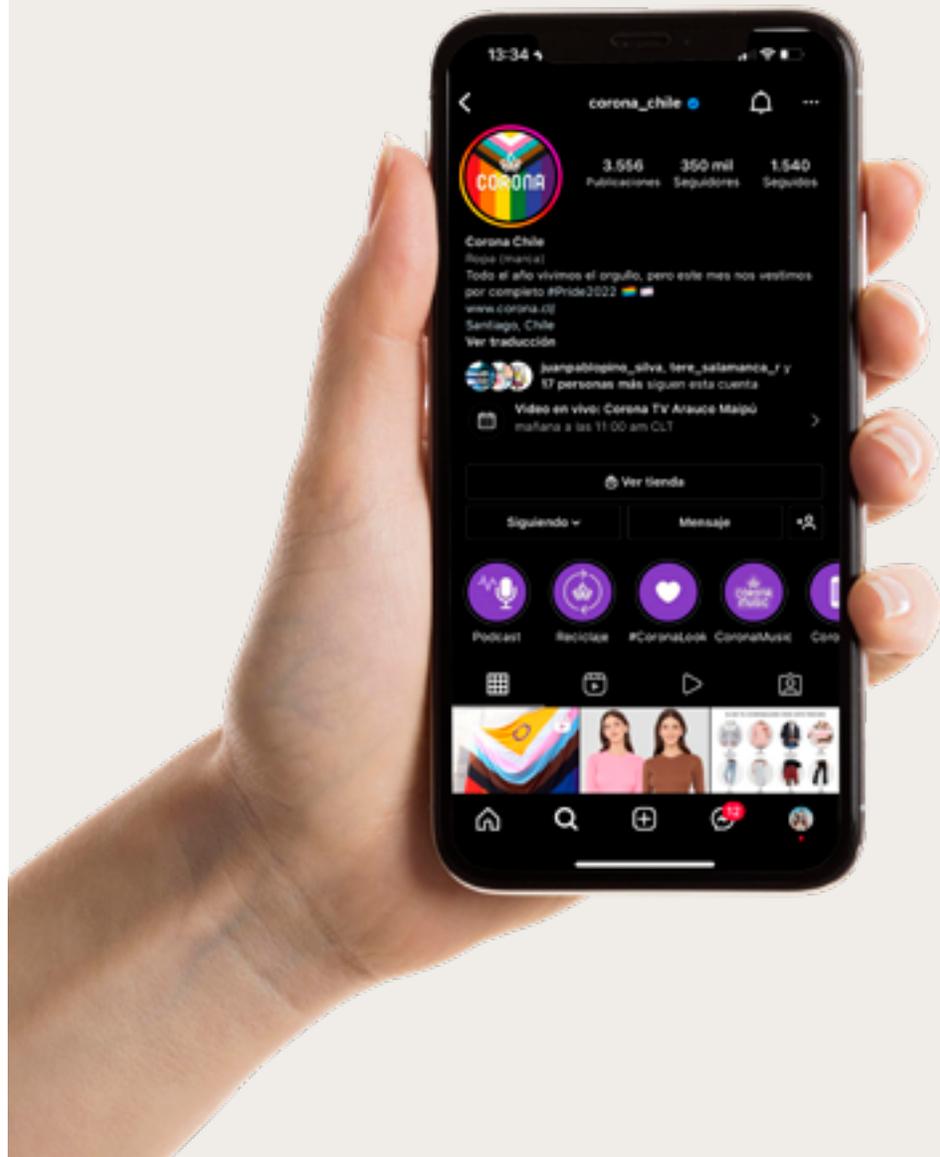
Experiencia Positiva Clientes

“Para ser sostenibles hay que ser valientes”

Corona se ha destacado en sus últimos 3 años por una comunicación y campañas de marketing que se atreven. A través de sus redes sociales, ha comunicado campañas con contenido potente enfocadas en sus valores de diversidad e inclusión. Así se ha invitado a participar a modelos y referentes en distintas temáticas relacionadas con estos valores.

“Creemos que nuestros seguidores valoran nuestros contenidos y la consistencia de los mismos. Tenemos una comunidad de seguidores en redes sociales que participa, comenta y nos prefiere,” expresa María Teresa Salamanca, Gerente de Marketing.





Atención al Cliente

Los clientes Corona tienen los siguientes canales de comunicación con la empresa:

- Tienda
- Whatsapp y chat en la web, ambos atendido por personas.
- Mail contactointernet@corona.cl reclamo@tarjetacorona.cl
- Teléfono.

Todos estos servicios son dados por colaboradores directos Corona, que trabajan desde su casa post pandemia. A estos colaboradores se les hizo llegar su escritorio, silla y cintillo con audífono y micrófono. En octubre del 2021, este call center comenzó a atender a clientes tarjeta y tienda, con la mirada integral puesta en el cliente. El área de servicio al cliente Corona participa de dos comités: Gestión de Clientes y Gestión de Reclamos, ambos trimestrales y regulados por la CMF, junto con acompañar la gestión de todos los canales de venta, representando la voz del cliente.

Omnicanalidad

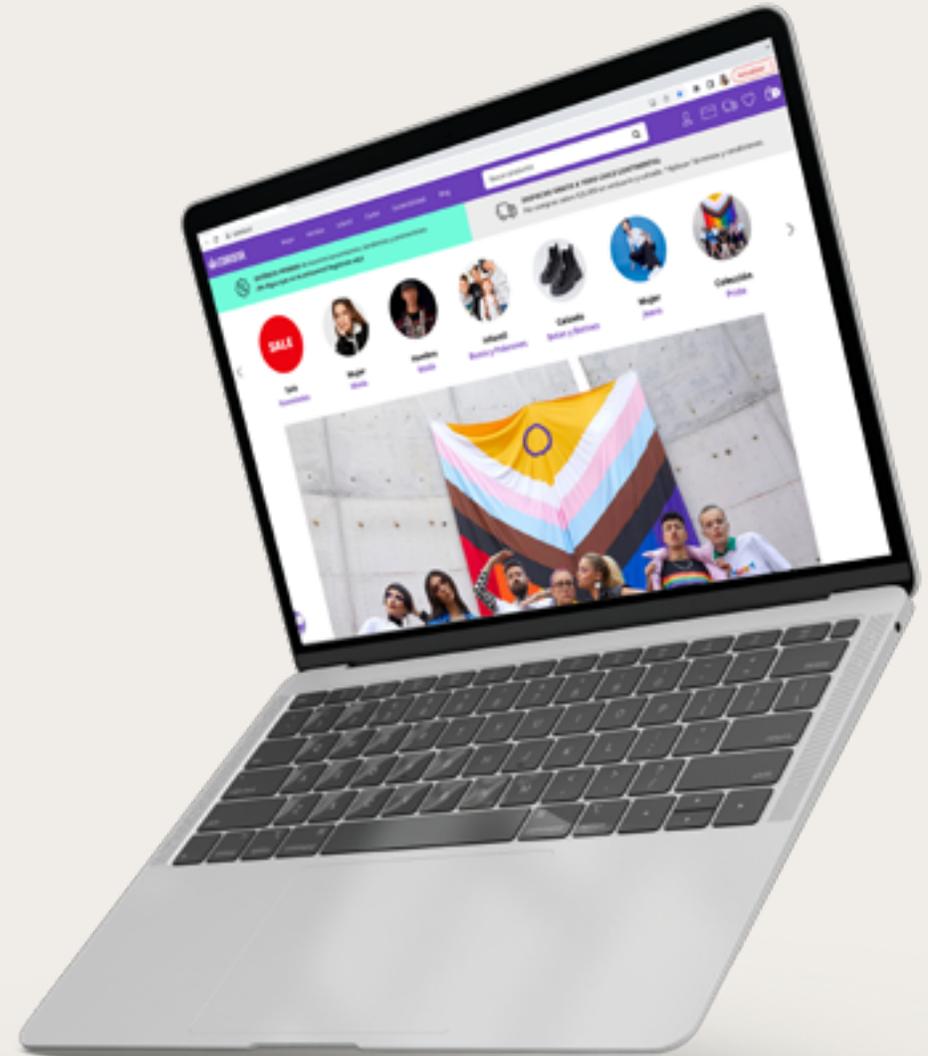
La pandemia aceleró todos los proyectos relacionados con la omnicanalidad. Corona.cl creció mucho en pandemia y hubo que hacer rápidamente adaptaciones en la compañía, que luego se transformaron en proyectos de mejoras en todos los frentes que implica el e-commerce.

- Las bodegas del canal E-Commerce, crecieron seis veces en tamaño.
- Disminuyeron los tiempos de entrega al cliente en un 75%.
- En el 2021 existieron 3 canales de venta on line: Corona.cl, Dafiti y Mercado Libre.
- Hubo un cambio en el partner tecnológico para responder de mejor forma a los nuevos desafíos.

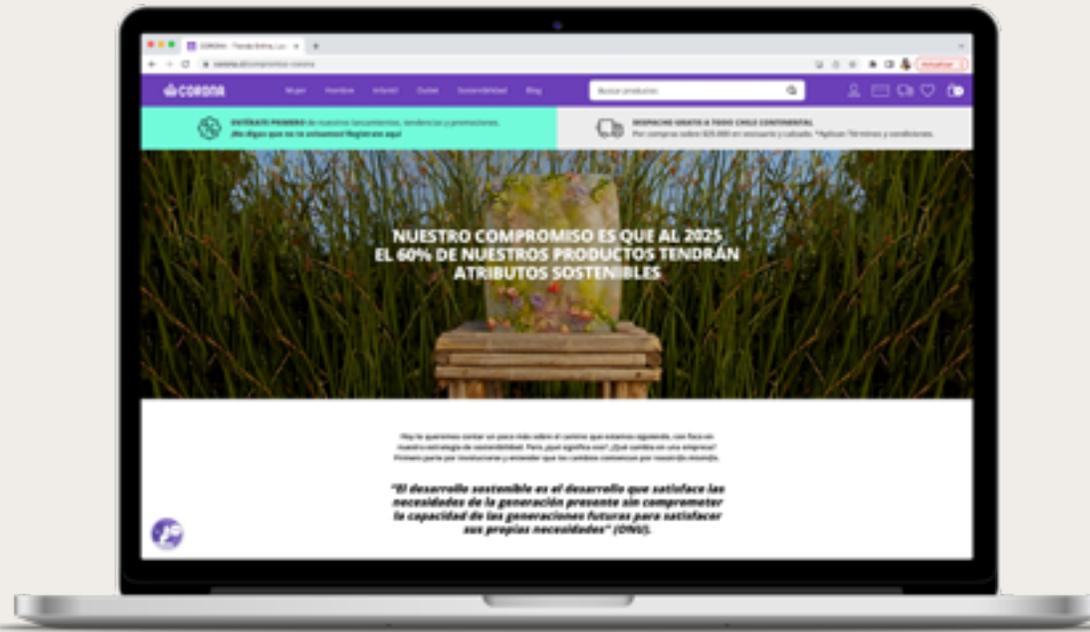
El enfoque de los principales proyectos de tecnología están en:

- 1.- Transformación Digital.
- 2.- Inteligencia de Negocio y Seguridad de la Información.
- 3.- E-Commerce.
- 4.- Innovaciones y Nuevos Negocios.

Se busca mejor y más tecnología en beneficio del cliente y su experiencia. Dentro de las innovaciones relacionadas con la tecnología en tienda destacan los proyectos de: ship from store, click&collect, POS móvil y self check out.



Fortaleza en Redes Sociales



Corona es el Retail con mayor engagement en Instagram.

-  **345.188** SEGUIDORES
-  **236.620** SEGUIDORES
-  **70.400** SEGUIDORES
-  **41.468** SEGUIDORES
-  **11.392** SEGUIDORES

La página web contiene un apartado especial que contiene los principales compromisos de la compañía para tener un quehacer cada día más sostenible. Además las noticias asociadas a la temática se encuentran en un blog en la misma página. Todos los productos de la categoría Elige Circular contienen además una descripción con el compromiso Corona.

Redes Sociales

Instagram

- Más de 170 videos publicados en Instagram.
- Más de 807.000 likes.
- Se realizaron 13 live sessions.

Tiktok

- Perfil de Tik Tok con mayor cantidad de seguidores, crecimiento y construcción de pauta diaria con 70.4k seguidores a la fecha, desde su creación en febrero 2020.

LinkedIn

- Más de 41.000 seguidores.
- Es una red que sirve para comunicar la propuesta de marca empleadora, los valores compañía y las principales noticias.
- Existe un foco importante en la atracción del talento.





Conexión Social

Queremos ser un actor social relevante y que aporte de manera proactiva al entorno, a nuestros socios estratégicos y a las comunidades donde nos desempeñamos.



Gestión de Proveedores

Corona desde el año 2021 ha comenzado su camino hacia la sostenibilidad con énfasis en el trabajo de su proveedores de Asia.

Hoy el 90% de las fábricas en oriente que trabajan con Corona tienen auditoría social vigente aprobada y el compromiso es que para el año 2023 este número suba al 100%.

Los protocolos internacionales aceptados por la compañía son Smeta y BSCI, entre otros.

Estos protocolos aseguran:

- 1- Libre elección del trabajo.
- 2- Libertad de asociación y derecho a la negociación colectiva.
- 3- Condiciones de trabajo seguras, saludables e higiénicas.
- 4- Trabajo infantil prohibido.
- 5- Pago de salario mínimo.
- 6- Horarios de trabajo regulados y controlados.
- 7- Abolición de la discriminación.
- 8- Empleo estable.
- 9- Trato digno y humano.





Ropa con Diseño de Artistas Locales

Corona apoya el arte y distintas expresiones artísticas. Una de estas iniciativas es la colección de vestuario Diseño Local donde participaron los artistas Josefina Jiménez, Trinidad Guzmán y Solrac Saint Lawrence.

Esta iniciativa se enmarca dentro de un contexto colaborativo, tanto a nivel interno como externo.

Los clientes agotaron en menos de tres horas todas las tallas de sweaters jacquard de Josefina Jiménez.

“Un orgullo apoyar a diseñadores locales talentosos. Este programa es parte de nuestro pilar de sostenibilidad y relacionamiento comunitario,” explicó Ernesto Bartel.

Reciclaje Jeans y trabajo con Fundación Deja Huella

El 2018 nace el vínculo con la iniciativa Deja Huella. Este emprendimiento es desarrollado por 15 mujeres que participan de la Fundación Trabajo para un Hermano. Todos sus productos están elaborados con telas de jeans 100% recicladas. Muchos de estos jeans fueron depositados por clientes en los contenedores dispuestos en todas las tiendas Corona a lo largo de Chile. Además, la compañía les ha comprado más de **1000 bolsas elaboradas** con jeans para venderlas a sus clientes, fomentando la economía circular.



Corona participa como Socio

En las siguientes entidades que enriquecen su quehacer y le dan nuevas perspectivas para asumir los desafíos que tiene por delante:



PROhumana es una organización chilena -sin fines de lucro, no partidista, independiente y autosustentable- que lleva 25 años de trabajo continuo, promoviendo el cambio cultural en Chile, a través de iniciativas transformadoras que permitan a nuestro país avanzar hacia una sociedad con mayor Desarrollo Humano Sustentable multisectorial, y donde las empresas persigan en sus modelos de negocios ser un agente de progreso económico, ético, social y ambiental.



La Cámara Chileno Norteamericana de Comercio, **AmCham Chile**, es una organización gremial fundada en Valparaíso el 23 de diciembre de 1918, y representa a empresas estadounidenses, chilenas y de otras nacionalidades que hacen comercio y/o invierten en Estados Unidos y/o Chile. Su propósito es crear valor a la sociedad y a los socios a través de la promoción del libre comercio, la inversión y una plena integración entre Chile y EE.UU.

Día de la Madre

El Día de la Madre es una fecha clave para el Retail. Corona lleva años aprovechando esta fecha para comunicar mensajes de empoderamiento femenino, valoración del rol y la relevancia de la corresponsabilidad en la crianza. Todos los años se elige un concepto potente y profundo a comunicar.

Además, este día por ser tan importante para el negocio, convoca a voluntarios de oficina central que van a tiendas a apoyar.

La campaña 2022 fue protagonizada por colaboradoras de Corona.

“Cuando uno es mujer trabajadora es muy difícil, y uno se sacrifica mucho por los hijos, en verdad”, aseguró Allys Astorga, quien es Asistente Integral de la sucursal Alameda y fue rostro de la campaña del Día de la Madre 2022.



Otras Iniciativas que apoya Corona



Esta fundación realiza reconstrucción de areolas y cejas devolviéndole la autoestima a mujeres con cáncer de mamas. Desde el 2019, durante el mes del cáncer de mamá, Corona realiza conversatorios a través de Instagram con la directora de la fundación, concientizando sobre la importancia del auto examen. El año pasado además se envió de email a clientas recordando la importancia de este tema y también se difundió un video por redes sociales sobre el tema de la prevención.



Esta fundación trabaja con niñ@s y adolescentes trans, y sus familias. Desde el 2019 Corona apoya la difusión de sus contenidos a través de sus redes sociales, durante los meses de junio y agosto, enfocándose principalmente en contenido de valor para los padres de niñ@s trans.



Esta fundación busca inspirar a niñas, niños y jóvenes de la comunidad LGBTIQA+ con un mensaje de esperanza para que puedan visualizar un futuro mejor. Corona también utiliza sus gran cantidad de seguidores en redes sociales para realizar conversatorios con contenido de la fundación. Las fechas donde se activa esta colaboración es junio por el mes Pride y agosto por el Día del Niñ@.



Cuidando nuestro Mundo

Buscamos mejorar día a día y avanzar hacia un actuar cada vez más limpio y con menor impacto en el medioambiente.



Productos cada día más sostenibles

Corona quiere lograr que 60% de sus productos tengan atributos sostenibles para el 2025. Este desafío ha implicado un trabajo coordinado de las distintas áreas como diseño, comercial y todas las relacionadas con proveedores para lograr esta meta.



Producción Sostenible

Responsable con el Medioambiente

Aproximadamente el 70% del impacto ambiental de cualquier producto se define en la primera fase, que es el diseño del producto. Este es el momento donde Corona realiza todo su esfuerzo por intentar minimizar el impacto de sus diseños en el medioambiente. Además en esta fase se consideran las materias primas y materiales que pueden alargar el ciclo de la vida de los productos.





Elige Circular busca tener productos más sustentables pensados desde el diseño. Corona quiere ser un aporte a construir un mejor futuro para el medio ambiente y las comunidades. Progresivamente, el equipo de diseño y comercial de la empresa, han cambiado las materias primas de la ropa, por opciones orgánicas, recicladas y/o más amigables con el medio ambiente que se reflejan en la colección “Elige Circular”.

Productos Elige Circular

Utilizan las siguientes certificaciones para su materialidad.

CONTENIDO	CERTIFICACIÓN	LOGO	MÍNIMO EXIGIDO
Material reciclado	Global Recycled Standard		El producto debe tener al menos un 50% de este material.
	Repreve		El producto debe tener al menos un 50% de este material.
Material Orgánico	Global organic textile Standard		El producto debe tener al menos un 50% de este material.
	Organic Content Standard		El producto debe tener al menos un 50% de este material.
Productos provenientes de celulosa	Tencel/Ecovero, Lyocell/Modal		El producto debe tener al menos un 50% de este material.

Certificación FSC

Corona está trabajando en la firma de una licencia promocional (PLA) con FSC-Chile para el uso y promoción de su marca. La decisión de trabajar con productos certificados es un compromiso consciente para aportar a combatir el cambio climático.

FSC se fundó hace más de 25 años gracias a un comprometido grupo de ambientalistas, líderes comunitarios y empresas quienes se unieron para crear un concepto revolucionario: un enfoque voluntario, basado en el mercado, que mejoraría las prácticas forestales en todo el mundo.

“Estar certificado FSC demuestra que cumples con los más elevados estándares sociales y ambientales del mercado. La inquietud pública acerca del estado de los bosques y de los recursos madereros del mundo es cada vez mayor y el FSC otorga una solución fiable ante complejas cuestiones ambientales y sociales”.



Gestión de Residuos

El 2021 se decidió recolectar todo el cartón y plástico de la cadena en el Centro de Distribución. Este material se centralizó para tener una mejor trazabilidad del mismo y además porque a nivel de la RM existen recolectores expertos.

Para traerlo, se utiliza la misma logística inversa de la compañía. Se hace recolección de todos los cartones y papeles de las tiendas Corona.

Packaging

Durante el 2021, se realizaron cambios y mejoras en el Manual de Embalaje, para disminuir al máximo el plástico y cartón desde el origen en los productos.

También hubo un levantamiento de información con todos los proveedores para entender el tipo de plástico y cartón asociado a cada uno. Más de 11.000 productos fueron evaluados.

Además se capacitó al equipo de diseño y comercial asociado a los temas de packaging y las certificaciones sobre materias primas sostenibles.





CORONA[®]

ON THE ROAD

Durante el verano del 2022 se realizó la gira “Corona on the Road” que recorrió más de 20 playas del país. La iniciativa buscó acercar los valores de Corona a distintos lugares de Chile, además de mostrar la colección Elige Circular y generar actividades de limpieza playas y entorno.

Las acciones en torno al medioambiente lograron congregar a más de 500 personas, incluyendo tanto a gestores de residuos como voluntarios de la comunidad, colaboradores de la tienda y algunas autoridades locales.

La actividad tuvo gran éxito y reconocimiento, además se logró recopilar un total de mil kilos de residuos entre cartones, botellas y latas, que luego fueron reciclados.

Ropero Consciente

La nueva propuesta ecológica y solidaria para el reciclaje de ropa Corona. Muy importante en esta iniciativa es el trabajo del voluntariado interno y varias organizaciones como Desafío Levantemos Chile, REMBRE, Revalora, entre otras, en un proyecto que busca recolectar ropa en desuso para entregar a comunidades que lo requieran.

La iniciativa tiene por objetivo sensibilizar a la industria e invitar a los consumidores a generar un descarte consciente de ropa para entregarla a las comunidades que así lo requieran. Este "Ropero Consciente" no solo se hará cargo de la recepción y selección de ropa para darle una segunda oportunidad en su donación, sino que también entregará las prendas que se clasifiquen en mal estado a la organización REMBRE para reciclaje textil, iniciando con ello un nuevo ciclo de vida y transformándolas en nuevos productos.

Mediante buzones en las 55 tiendas Corona a lo largo de Chile se recuperará todo tipo de prendas de vestir ya sea de mujer, hombre o niños- de cualquier marca, talla y procedencia. 12 de estos buzones están hechos de plástico 100% reciclado de la Fundación Revalora.

"En tiendas Corona llevamos años trabajando en reducir el impacto que tiene la industria textil en el planeta y la importancia de generar una cultura sustentable. Esperamos que esta iniciativa, que ha sido trabajada minuciosamente en conjunto con diversas organizaciones, incentive a más personas a un consumo responsable y sostenible", comentó Ernesto Bartel, Gerente General de Corona.





Voluntariado

El 2021 Corona empezó con su voluntariado interno para hacerse cargo de la selección de toda la ropa que llega a través del Ropero Consciente. Cada jornada de voluntariado asisten 10 colaboradores que clasifican, en un espacio especialmente construido para eso en el Centro de Distribución, la vestimenta que va a los distintos destinos. Para los primeros voluntariado Corona se apoyó en Desafío Levantemos Chile, partnersocial estratégico de Corona y que le otorgó el Sello Impacto Social Desafío Levantemos Chile a esta iniciativa. “Para Desafío Levantemos Chile, la sustentabilidad es un eje fundamental en los proyectos que desarrollamos junto a las comunidades. Nuestra alianza con Corona Retail, a través del Ropero Consciente, responde a ese criterio, abordando la necesidad de muchas familias como lo es la ropa y el abrigo, pero de una manera más responsable al darle nuevo valor a prendas que aún están en perfecta calidad, y que no tiene sentido que no se usen,” Nicolás Birrell, Director Ejecutivo, Desafío Levantemos Chile.



Campaña Lava Menos tus Jeans

Corona ha usado su gran comunidad en redes sociales para potenciar mensajes con contenido, por ejemplo el cómo cuidar la ropa y evitar el lavarla tan seguido. Ejemplo de estos contenidos que entregan tips educativos es la campaña #Lava Menos tus Jeans.

“Amemos la tierra sólo tenemos una.”

Centro de Distribución:

Un músculo cada día más fuerte y sostenible

El 2021 el CD y la logística de Corona tuvo un rol fundamental en los resultados empresa. Hubo una adaptación rápida y ágil a los desafíos que implicó la pandemia y el crecimiento del e-commerce. Además el compromiso de todo el equipo humano fue notable ante los cambios y los niveles de exigencia crecientes. En total trabajan 80 personas internas en turnos de día y noche. Durante el año se implementaron cambios en el layout para conseguir mejoras operativas y mayores eficiencias en el espacio del CD. Además se disminuyó en los envíos del e-commerce todo el papel y plástico que no era necesario, sólo se envía en una bolsa 100% compostable con una etiqueta con la información del cliente.

- Empresas que distribuyen a nivel regional los productos Corona: 6
- Superficie Total Bodega 20.000 mt² construidos en un terreno de 35.000 mt² - 32 Cortinas - 1 Rampa
- Capacidad de almacenaje de prendas: Aproximadamente 6.300.000 unidades.
- Días promedio de entrega en Santiago: 4 y en regiones: 7.
- Gestión de residuos: La mayoría de estos llegan al CD son: colgadores, alarmas y embalaje, además plástico y cartón. Todo el cartón de la tiendas es enviado por logística inversa al CD, donde se reúne y se envía a reciclar.
- Cartón reciclado segundo semestre 2021: 205.623 kilos.

GASTO DE ENERGÍA EN EL CD



8.686 m³.



21.959 Litros.



493.162 kwh.



Avanzando a una Distribución más Sostenible

La gran meta de Corona asociada a su logística es lograr una “Logística Verde,” que disminuya el impacto medioambiental en la distribución de sus productos.

La apuesta es una ‘última milla’ con menos impacto medioambiental, especialmente considerando el aumento de ventas vía Internet. Hoy tenemos 4 carros eléctricos para distribución en las comunas de Las Condes, Vitacura, Providencia y Ñuñoa.

Además, la bolsa de envío vía web es compostable y se disminuyó 50% el uso de papel en los despachos.

La meta de la compañía es reducir las emisiones de CO2 hacia el año 2030 a través de:

- Concientización.
- Optimización de la carga.
- Trabajo colaborativo con los proveedores de transporte.



Este reporte fue diseñado por agencia Corazón y Cerebro, junto a
Sebastián Pizarro diseñador equipo de Marketing Corona.
Redacción y Edición: Pamela Lagos y Daniela Stuardo de Factoría Estratégica.