

Reporte de **SOSTENIBILIDAD**



2011





ÍNDICE



1

**MENSAJE DEL PRESIDENTE
ARAMARK SUDAMÉRICA**

Página 3

2

ANTECEDENTES GENERALES

Página 5

3

NUESTRA COMPAÑÍA

Página 9

4

HISTORIA

Página 15

5

**NUESTROS NEGOCIOS
Y SERVICIOS**

Página 17

6

**GOBIERNO CORPORATIVO
ARAMARK CHILE**

Página 21

7

**GRUPOS DE INTERÉS EN NUESTRO
MODELO DE NEGOCIOS**

Página 31

8

PROGRAMAS RSE ARAMARK

Página 49

9

DESAFÍOS ÁREA RS 2012

Página 63

10

ÍNDICE GRI

Página 65



1 MENSAJE DEL PRESIDENTE ARAMARK SUDAMÉRICA

Pablo Achurra Fontaine

Somos personas al servicio de personas

En ARAMARK Chile entendemos la sostenibilidad como un elemento central de nuestro modelo de negocios. Por eso es que presentamos el primer Reporte de Sostenibilidad realizado con la metodología internacional sugerida por la Global Reporting Initiative (GRI), en su versión 3.1. Nuestro objetivo es dar cuenta de las operaciones económico-financiera, medioambiental y social de ARAMARK Chile durante el período 2011. Desde el año 2005, se han generado reportes de sostenibilidad, pero éste es el primero en base a la metodología GRI.

Estamos convencidos de que reportar es un proceso propio de la organización, que debe implementarse como herramienta de gestión, cultura y cambio organizacional, satisfaciendo así su principal objetivo: articular y sistematizar las acciones de la compañía en torno a la sostenibilidad. Sabemos que si nuestras operaciones son sostenibles, también lo serán las de nuestros clientes, principales aliados con los que trabajamos de manera conjunta día a día.

Este Informe contempla las acciones realizadas desde enero a diciembre de 2011, mostrando nuestros esfuerzos por construir una identidad común, potenciar liderazgos, transmitir seguridad a nuestros accionistas, transparentar nuestras operaciones a los grupos de interés y sumar talentos para trabajar unidos.

Una de las grandes fortalezas de ARAMARK es que tenemos un gran equipo, con un corazón y un compromiso enorme. Siempre hemos sido una empresa de emprendedores; de personas que tienen arraigadas convicciones como construir equipos de trabajo, cumplir con nuestros clientes y trabajar en "todo terreno".

ARAMARK Chile busca que nuestros grupos de interés nos conozcan con absoluta transparencia. Queremos mostrarles a nuestros clientes qué hacemos, que somos hiperconsecuentes, y que en eso nos diferenciamos de nuestros competidores. Queremos reflejar nuestro compromiso con la sociedad total. En Chile, tenemos cerca de 21 mil trabajadores, lo que significa 21 mil familias. Eso ya es una parte importante de la sociedad.

Somos una empresa de personas que consideramos fundamentales a nuestros cuatro grupos de interés (stakeholders): trabajadores, clientes, proveedores y usuarios. En definitiva, ellos son nuestra motivación final.

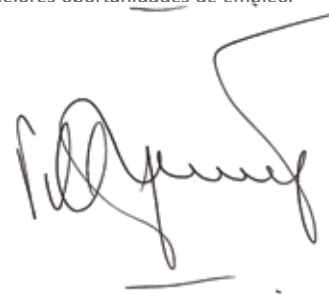
En ARAMARK no hablamos de integración, hablamos de inclusión porque tenemos el deber de incluir, no la potestad de integrar. Nos comprometemos a ser una compañía diversa y responsable socialmente con el 12,8% de la población en Chile que tiene algún grado de discapacidad. Implementamos un programa de inclusión que considera a este grupo humano y le da la posibilidad de ser parte de nuestra empresa. También se suman a nuestra administración varias iniciativas medioambientales y comunitarias.

Si hemos comenzado un camino este año 2011 con GRI, no tenemos ninguna duda de que la iremos haciendo parte de nuestra tarea, y perfeccionándola. Nuestro compromiso es una gestión más sostenible y centrada en lo humano y en las personas. No nos olvidemos que somos personas al servicio de personas.

Finalmente, buscaremos implementar todas las modificaciones necesarias para que este modelo sea aplicable, eficiente y sostenible. Queremos tomar compromisos mucho más de largo plazo en la medida en que vayamos construyendo mejores indicadores. Convencidos de este desafío, estamos confiados en que lograremos, al año 2013, acoplar el período de reporte de ARAMARK Chile al año fiscal estadounidense.

Nos interesa también reafirmar nuestro trabajo conjunto con el Pacto Global, destacando el cambio cualitativo de pasar de nuestro tradicional "Comunicado de Progresos" (COP) a este nuevo documento: el primer Reporte de Sostenibilidad de ARAMARK Chile.

Continuaremos con nuestro desafío de seguir desarrollando nuestro negocio responsablemente, preocupándonos siempre de nuestra relación con el entorno y las comunidades vecinas; profundizando el aporte a la identidad y la cultura y otorgando más y mejores oportunidades de empleo.



Pablo Achurra Fontaine
Presidente ARAMARK Sudamérica



2

ANTECEDENTES

GENERALES



2.1 EL SOCIO CORRECTO

Para ARAMARK Chile, ser “sostenible” es desarrollar estrategias que combinen el éxito económico con impactos sociales y ambientales positivos en los diversos grupos de interés, con el objetivo de convertirse en un referente a nivel nacional en la prestación de servicios de alimentación, aseo y mantención de espacios de trabajo (Facility) en la minería, empresa, industria, salud y educación.

El impacto más significativo está en la calidad de vida de las personas. Por una parte, la de los usuarios finales –cuyo empleador contrata los servicios de alimentación y mantención de aseo– y, por otra, la de los propios trabajadores, actores principales de este modelo de negocios.

En las operaciones en Chile, se cuentan 21 mil trabajadores distribuidos a lo largo del país. Esto equivale a cerca del 0,26% de la fuerza laboral chilena. En este contexto, la cadena de valor de la empresa se sostiene principalmente en las personas.

ARAMARK se focaliza en generar un buen producto alimenticio y un excelente estándar de gestión integral de instalaciones. Constatar esta realidad supone un tremendo desafío. Un reto que se aborda con energía, herramientas y talentos disponibles, reconociendo su relevancia en un contexto donde la disponibilidad de trabajadores es cada vez menor, tendencia sobre la cual no se observan cambios para el año 2012.

Este Informe de Sostenibilidad pretende motivar a los trabajadores, aportando a la construcción de la identidad corporativa; así como entregar información a proveedores, clientes y usuarios finales, para asegurarles que han depositado su confianza en el socio correcto.



ARAMARK prioriza que su modelo de negocios sea coherente con los pilares fundamentales para el desarrollo sostenible.

2.2 EL DESAFÍO DE ESTANDARIZAR

ARAMARK Chile decide construir su Reporte de Sostenibilidad 2011 bajo las recomendaciones de la Global Reporting Initiative (GRI), en línea con el objetivo de estandarizar la presentación de la información corporativa y, al mismo tiempo, poseer una herramienta que permita articular acciones en materia de sostenibilidad. Esta metodología de reporte se realizará de forma anual, contemplando para el año 2012 su próxima publicación.

Esto ha significado la coordinación de todas las áreas de la organización, las que han debido generar información para crear indicadores nuevos con el objetivo de comunicar a proveedores, clientes, trabajadores y usuarios, e impactar positivamente en la gestión, bajo la premisa de que “lo que no se mide no se controla, y lo que no se controla, no se mejora”.

Para implementar la metodología de reportabilidad GRI, en este primer ejercicio se ha puesto énfasis en la relación con los stakeholders de la compañía, en el entendido de que son actores fundamentales en el modelo de negocios de ARAMARK Chile.

2.3 PRIORIZACIÓN ESTRATÉGICA

El equipo responsable del Reporte definió los temas relevantes a partir de una priorización efectuada considerando las herramientas de gestión estratégica de la empresa. A la vez, esta selección fue validada por los distintos interlocutores responsables de llevar las relaciones de la organización con los grupos de interés existentes.

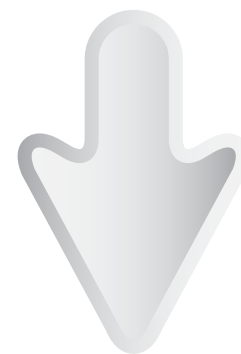
Este documento presenta una visión interna de la organización, que busca relevar los temas que, a juicio de sus principales tomadores de decisión, son relevantes para sus principales clientes, usuarios finales, trabajadores y proveedores. Estos temas tienen que ver principalmente con develar *quiénes somos y hacia dónde vamos*.

Este informe incluye todas las operaciones de ARAMARK en Chile, no existiendo joint ventures o divisiones subsidiarias de la compañía en el país que no hayan sido incluidas.

El principal impacto reportado se relaciona con el análisis del año 2011: La calidad de vida de los usuarios finales y trabajadores.



La presente memoria fue elaborada sobre la base de las orientaciones metodológicas de la Global Reporting Initiative (GRI). ARAMARK Chile autodeclara un nivel de aplicación B, considerando la cantidad de indicadores a reportar exigidos por este nivel.



**REPORTE DE
SOSTENIBILIDAD
2011**

2.4 INDICADORES

Todos los indicadores incluidos en este Reporte de Sostenibilidad 2011 se establecen sobre la base de metodologías propias de la organización, comúnmente diseñadas para reportar a nuestra casa matriz en Estados Unidos, por lo que cumplen con protocolos internacionales de procesamiento de datos.

En cada uno de los indicadores de desempeño obtenidos, se incluye el método de cálculo utilizado.



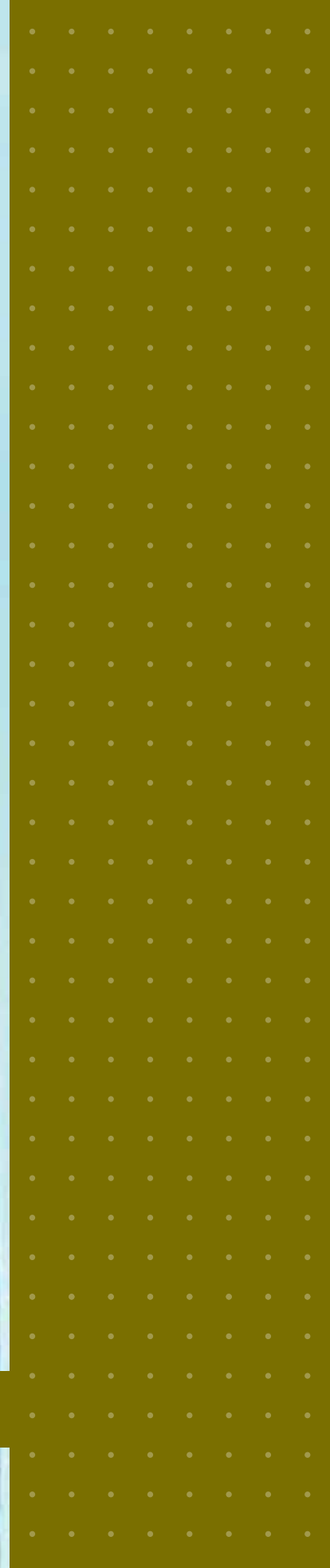
2.5 CONTACTO

Para cualquier consulta o sugerencia respecto del presente Reporte, puede escribir a la casilla electrónica miranda-sandra@aramark.cl de Sandra Miranda, coordinadora de Responsabilidad Social, cuyo teléfono es el (56 2) 23851765. Sus oficinas están ubicadas en Av. Del Cóndor 760, Ciudad Empresarial, Huechuraba, Santiago de Chile.



3 NUESTRA COMPAÑÍA

PRESENCIA GLOBAL PARA SERVICIOS LOCALES



3.1 ARAMARK INTERNACIONAL

ARAMARK es una de las compañías privadas más grandes de Estados Unidos (Nº 18 en el ranking Forbes 2011). Su casa matriz está en la ciudad de Philadelphia.



Posee operaciones globales de servicios de alimentación, mantención y aseo de espacios de trabajo y retail en el mercado de la salud, educación, empresas productivas y extractivas en todo el mundo.



CIFRAS GLOBALES 2011

- ★ Ventas por más de 12.600 millones de dólares anuales.
- ★ Presencia en 22 países con un total de 255 mil empleados.
- ★ Servicios en más de 160 sitios mineros y remotos alrededor del mundo.
- ★ Operaciones en más de 1.500 hospitales y clínicas en diferentes países.
- ★ Mantención de alta tecnología en 5 millones de metros cuadrados de edificios e instalaciones industriales.
- ★ Servicios de alimentación a cerca de 400 estadios y 16 parques nacionales con más de 99 millones de visitantes al año.

Para obtener más información sobre ARAMARK visite www.aramark.com

3.2 ARAMARK SUDAMÉRICA:

DESDE CHILE GESTIONAMOS LA REGIÓN

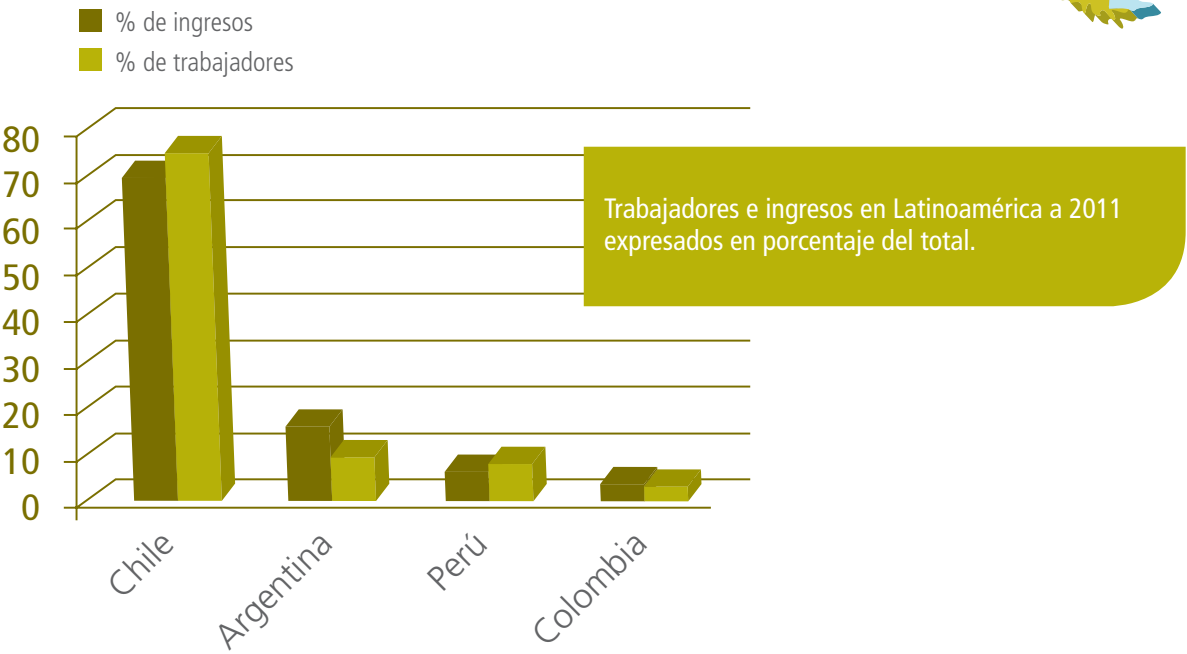
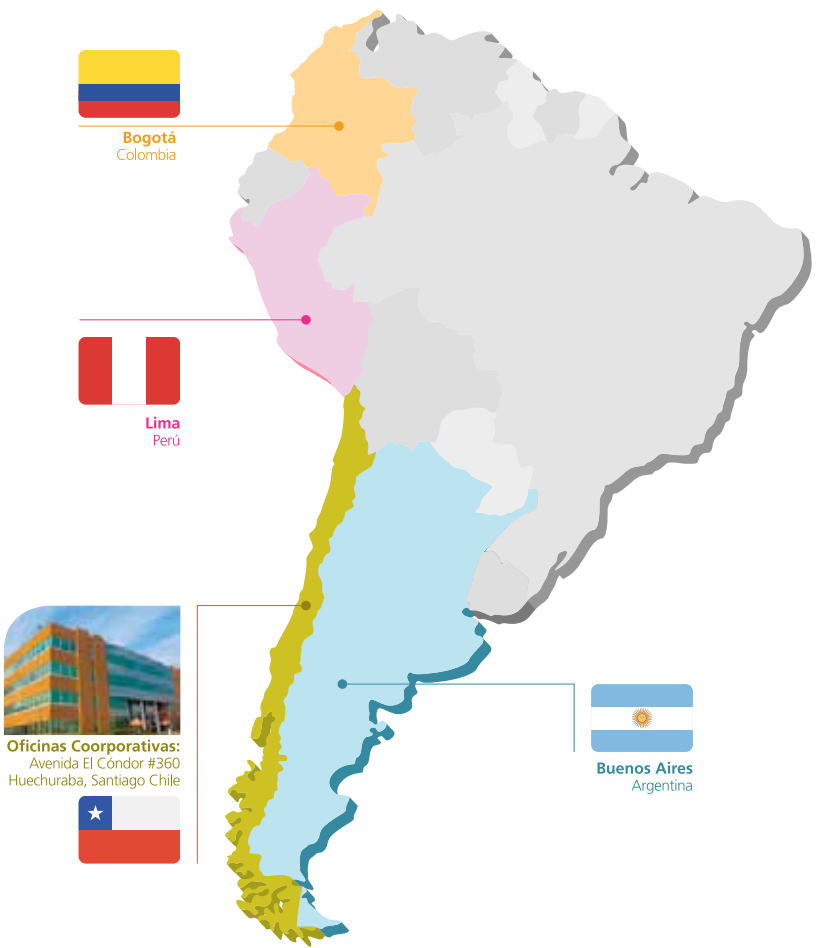
En el marco de un proceso de expansión a mercados emergentes, ARAMARK INTERNACIONAL tiene presencia en Sudamérica desde el año 2001.

ARAMARK Sudamérica gestiona en Chile, Argentina, Perú y Colombia una gama de servicios especializados según las demandas de las distintas áreas del quehacer económico.

Anualmente mantiene y hace el aseo de más de 7 millones de metros cuadrados; entrega más de 78 millones de servicios de alimentación; y atiende a más de 31 millones de consumidores finales.

ARAMARK Sudamérica cuenta con más de 21 mil trabajadores, que están presentes en más de 600 instalaciones de clientes, en sectores como minería, salud, empresas e industrias, y educación.

ARAMARK ofrece servicios en 6 de las 10 empresas de mayor facturación en sitios remotos de Sudamérica.



3.3 PROPÓSITOS DE NEGOCIO

- ✦ Generar valor sustentable en el largo plazo para los trabajadores, consumidores, clientes y accionistas.
- ✦ Proporcionar a los clientes y consumidores una experiencia de clase mundial como resultado de un desarrollo basado en relaciones de excelencia y mutuo entendimiento.
- ✦ Conocer y anticipar las necesidades de los clientes, ayudándolos a enfocarse en el éxito de su misión principal.
- ✦ Fomentar la integridad, el orgullo y respeto de todos quienes forman parte de ARAMARK a nivel mundial.
- ✦ Mantener una posición de liderazgo desarrollando el compromiso, la creatividad y la competencia de nuestra gente.

3.4 NUESTRA PASIÓN POR EL SERVICIO

Pasión por el Servicio es la filosofía y distinción de la empresa. Es la piedra basal de la construcción de "One ARAMARK", concepto mundial de la compañía que agrupa un conjunto de principios y valores que rigen el comportamiento al interior de la empresa.

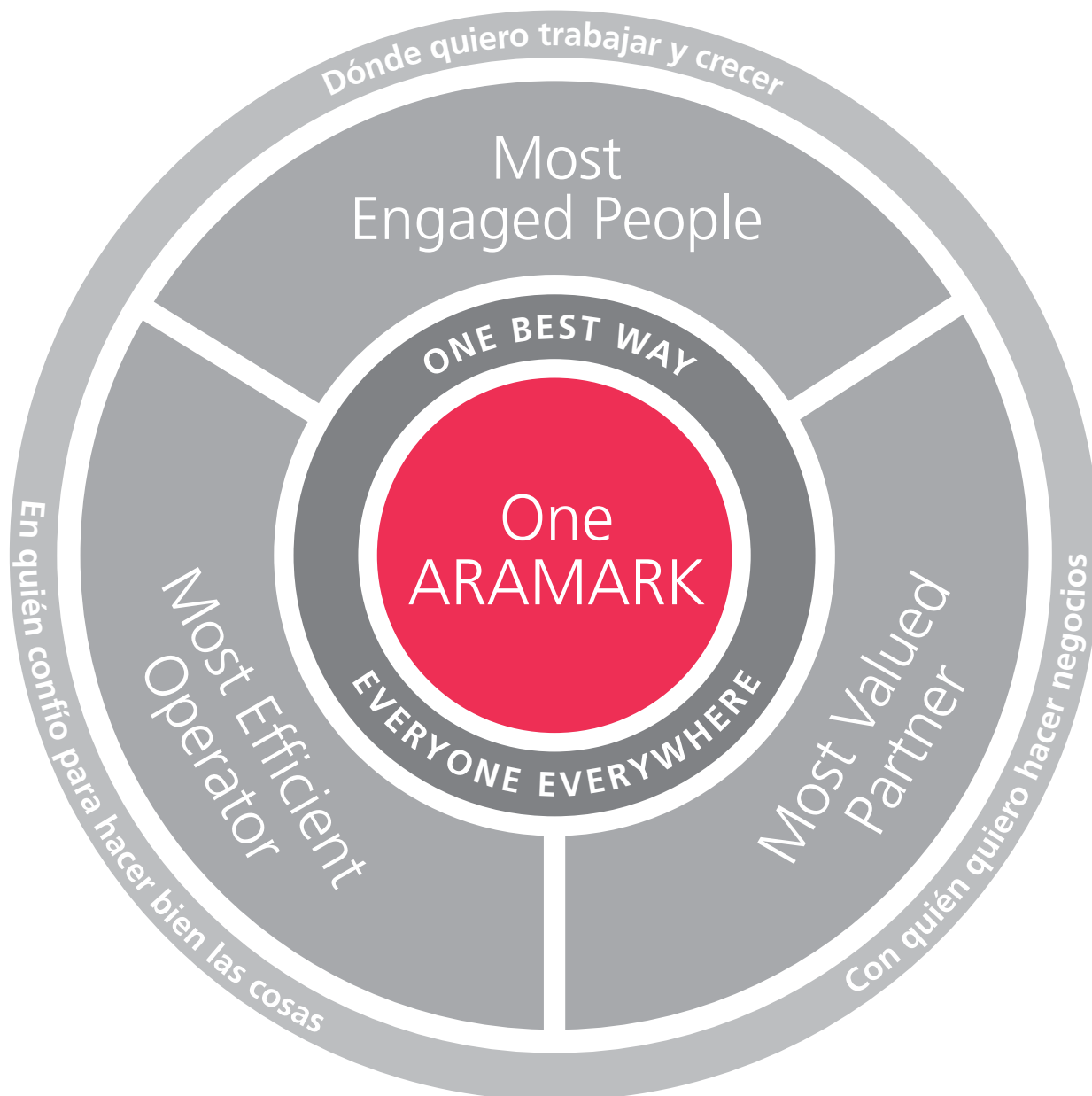
"One ARAMARK" es la guía que permite desarrollar, crecer, y consolidar a ARAMARK como la empresa que busca los más altos estándares operacionales y los trabajadores más comprometidos.

De acuerdo a las mediciones realizadas internamente, los trabajadores de la compañía están comprometidos y ejecutan una labor muy eficaz. Todo ello hace que "One ARAMARK" cumpla con un círculo virtuoso en el que destaca un modelo de creación sostenible con personas más comprometidas, donde los socios son más valorados y el operador es más eficiente.



MISIÓN
Desarrollar en forma contundente
nuestro propósito de negocios para
nuestros clientes y consumidores.

VISIÓN
Seremos para nuestros clientes el mejor
proveedor de servicios profesionales
para su negocio, entregándoles servicios
de valor incomparable, ganándonos su
lealtad y la de sus consumidores.



3.5 PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS



GANADOR PREMIO "CONTRIBUCIÓN SOCIAL A LA UBICACIÓN PRODUCTIVA DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD"



Categoría: Fomento al Trabajo de las Personas con Discapacidad.
Asociación Chilena de Seguridad, ACHS, 2011.



GANADOR PREMIO "PROVEEDORES DESTACADOS BANCO SANTANDER 2010-2011"



2011 PREMIO AMCHAM AL BUEN CIUDADANO EMPRESARIAL, MENCIÓN ASOCIATIVIDAD



Premio al Programa Desarrollo de Proveedores y Compras Locales, que se destaca por el involucramiento de la comunidad y sus representantes, así como por la promoción de alianzas estratégicas y relaciones de colaboración.



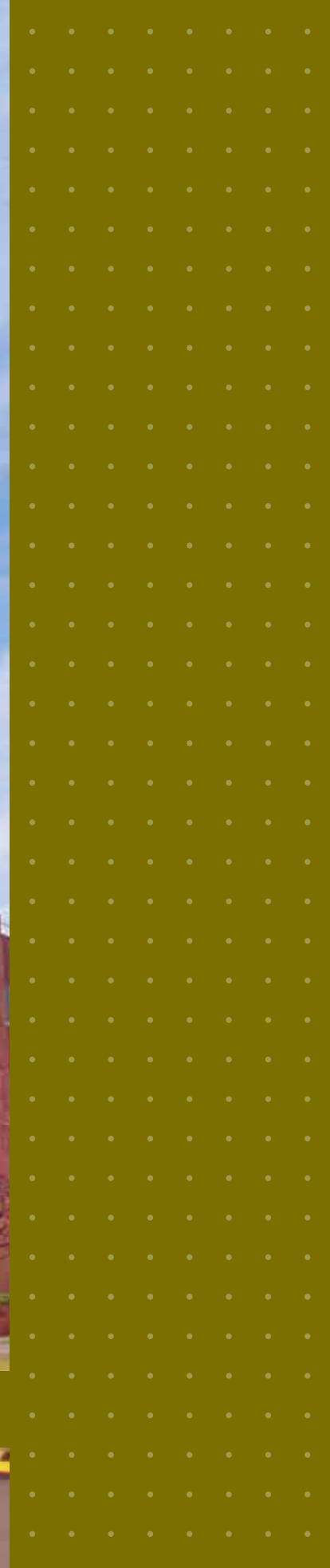
ARAMARK recibió cuatro de los ocho galardones en el concurso organizado por la Asociación Chilena de Gastronomía, ACHIGA



Las categorías en que ARAMARK obtuvo reconocimientos este año fueron Menú Completo, Mejor Plato de Entrada, Cocina Tradicional Chilena y Buenas Prácticas de Manufactura.



4 HISTORIA



4.1 MÁS DE 75 AÑOS DE PASIÓN POR EL SERVICIO

1936

Davre Davidson da los primeros pasos para lo que es ARAMARK hoy en día. Su inventario fue el maní y el almacén era el asiento trasero de un Dodge.



1959

Davre Davidson se une a William Fishman y fundan Minoristas Automáticos de EE.UU. o ARA.

1961

ARA logró presencia nacional en EE.UU., al adquirir Slater System Inc.



1968

ARA presta servicios en los Juegos Olímpicos de México 1968. Se inaugura una alianza vigente hasta hoy.

1980

Peter Hiller funda en Chile Central Restaurantes, la que nace para dar respuesta a la gran demanda de servicios de alimentación de la época.



1994

ARA cambia de nombre a ARAMARK, buscando reflejar en su nombre su filosofía de servicio.



1996

Central Restaurantes inicia operaciones en Argentina.

2001

ARAMARK compra una participación en las acciones de Central Restaurantes en Chile para marcar presencia en Sudamérica.



2009

ARAMARK consolida su presencia sudamericana en:

- Perú
- Colombia
- Argentina
- Chile



Desde el portaequipaje de un Dodge, en 1936, a una compañía internacional hoy en día, el compromiso de ARAMARK con la excelencia en el servicio continúa para satisfacer y superar las necesidades del cliente.

A lo largo de su historia, ARAMARK se ha esforzado por construir relaciones de confianza con miles de clientes en todo el mundo. La compañía ofrece la más completa e innovadora gama de servicios en el mercado, adaptándose a las necesidades únicas de cada cliente. En el proceso, ARAMARK se esfuerza por crear valor para sus clientes y fortalecer y ampliar sus relaciones de colaboración.

Hoy, ARAMARK practica un modelo de negocios donde la asociación sigue siendo la piedra angular.

ARAMARK sabe que estas alianzas son posibles sólo por el talento de sus trabajadores. En reconocimiento de esto, la empresa busca constantemente nuevas formas de invertir en ellos.

ARAMARK Chile cuenta en la actualidad con un equipo de 21 mil trabajadores, que ayudan a clientes de la minería, educación, salud, empresa e industria a concretar su misión principal; apoyándolos en los servicios de alimentación y mantención de espacios de trabajo (Facility). Asimismo, cuenta con operaciones en Argentina, Colombia y Perú.



5 NUESTROS NEGOCIOS

Y SERVICIOS



ARAMARK es una empresa líder en la entrega de servicios de alimentación, aseo y mantenimiento de espacios de trabajo.

Para satisfacer las expectativas que plantea este liderazgo global, la compañía organiza su gestión en torno a cuatro líneas de negocios:



EDUCACIÓN

Los colegios son parte significativa de la entrega de los servicios de la compañía. En ello radica la atención a estos clientes, tan específicos y especiales.



SALUD

Las clínicas y hospitales públicos y privados más relevantes del país son clientes, de ARAMARK, ya que se concibe la atención como un proceso integral del cuidado del paciente y, por ello, se propicia un mejor ambiente para la pronta mejoría de las personas enfermas. Su progreso no depende tan solo de la medicina, también es necesaria la sensación de bienestar y seguridad durante su estadía en el centro de salud. Quienes requieren atención médica evalúan su experiencia por la manera en que son tratados como personas, mucho más que como pacientes.



NEGOCIOS E INDUSTRIA (B&I por sus siglas en inglés)

ARAMARK ofrece a las empresas e industrias los mejores estándares de trabajadores y productos del país para superar los requerimientos de atención de su recurso humano; entendiendo que uno de los más importantes valores agregados que una empresa puede ofrecer a un trabajador es la confianza y calidad en la alimentación que se le brinda, así como un lugar de trabajo limpio y seguro.



MINERÍA

ARAMARK entrega anualmente más de 26 millones de servicios de alimentación a trabajadores y contratistas del sector minero. En los más de 20 años de trayectoria que la compañía tiene en el ámbito de la minería, se han priorizado la calidad y seguridad en la atención de estos trabajadores.

5.1 EXPERIENCIA DE SERVICIO A LO LARGO DE CHILE

A lo largo de todo el país, ARAMARK Chile desarrolla y entrega diversos servicios con los mejores patrones de personal y productos del país, estándares que quedan en cada una de sus marcas de presencia nacional.

NUESTRAS MARCAS



ARAMARK Chile es responsable de todo el proceso de abastecimiento de las operaciones en que están presentes sus marcas. Recurrimos sólo a la subcontratación de servicios secundarios, a través de alianzas con proveedores estratégicos.

5.2 INDICADORES ECONÓMICOS ARAMARK CHILE 2011

La metodología de GRI establece que las empresas informantes deben dar a conocer a sus respectivos grupos de intereses, indicadores económicos presentes en el negocio.

En el año 2011, ARAMARK Chile cuenta con:

- ★ Más de 450 clientes
- ★ Más de 2.000 puntos/localidades atendidos
- ★ Más de 460 mil raciones entregadas diariamente
- ★ Más de 170 millones de raciones entregadas anualmente (incluidas colaciones)

5.3 ESTRUCTURA OPERATIVA

Nuestra organización en Chile tiene la forma de Sociedad de Responsabilidad Limitada. Existe un grupo de sociedades a través de las cuales se canalizan las actividades propias de nuestra organización; todas ellas son de propiedad de ARAMARK.

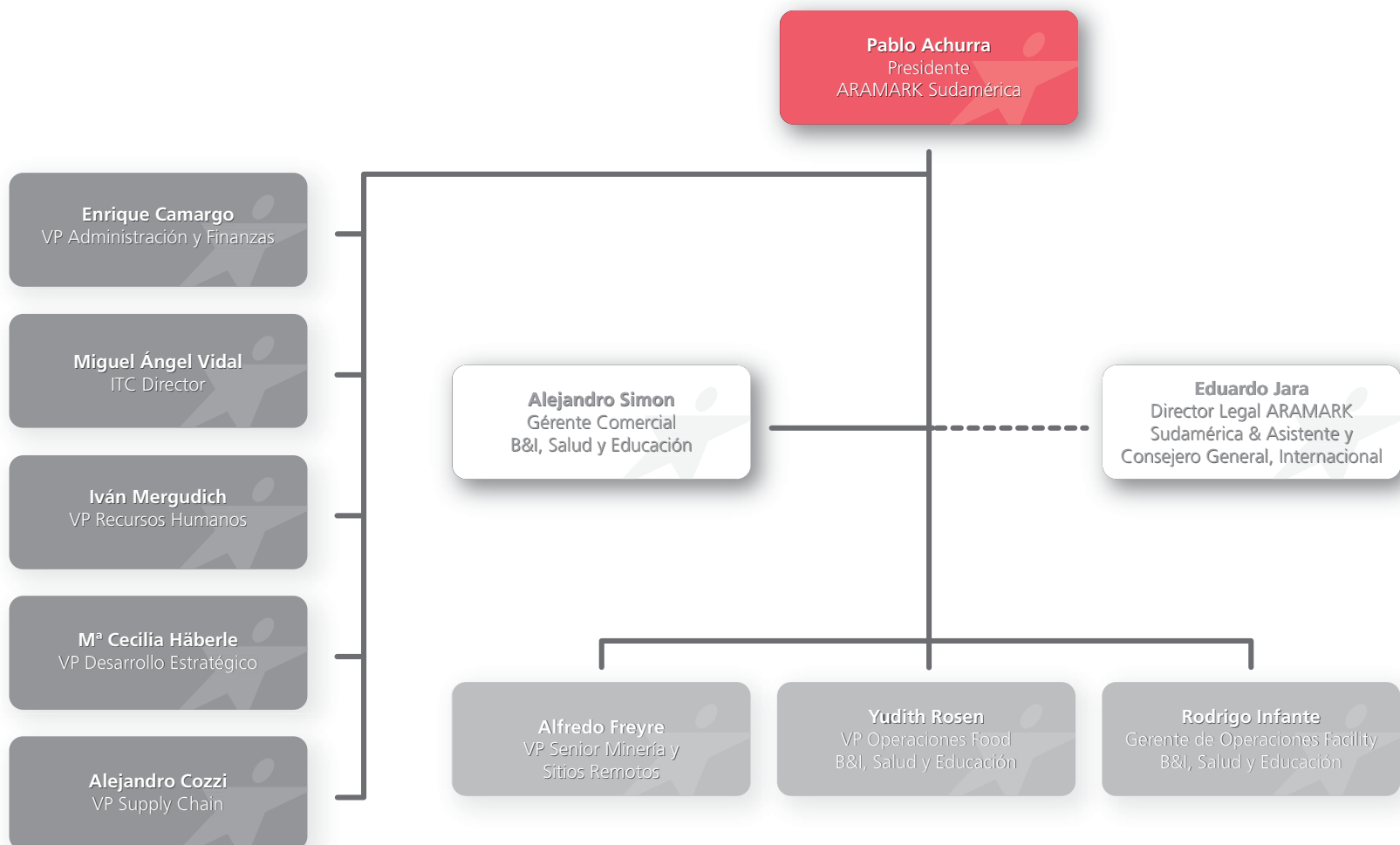
El representante legal de ARAMARK Chile es el Sr. Pablo Achurra Fontaine.





6 GOBIERNO CORPORATIVO

ARAMARK CHILE



Demostrando su compromiso con la sostenibilidad, el Equipo de Alta Dirección Nacional vincula parte de sus bonificaciones a indicadores de desempeño asociados al compromiso de sus equipos de trabajo y a su plan de metas de desempeño, los cuales se evalúan mediante diferentes instrumentos como, por ejemplo, la Encuesta de Compromiso Laboral. Estos indicadores son trimestralmente monitoreados por la casa matriz en Estados Unidos.

ARAMARK Chile puede sostener con orgullo que nunca ha tenido casos de corrupción. Ello, es fruto de los continuos esfuerzos de prevención, y del reconocimiento de los valores y principios éticos de la compañía.

Sin perjuicio del cumplimiento de las normas locales en la materia, la organización se rige por la normativa estadounidense Ley de Prácticas Corruptas en el Extranjero (FCPA por sigla en inglés). Y conforme a la Política de Conducta de Negocio (BCP por sigla en inglés), es política de ARAMARK cumplir con las leyes antisoborno y con la FCPA en Estados Unidos y en toda jurisdicción en la que ARAMARK opera.

POLÍTICA de Conducta de Negocios de ARAMARK

¿Por qué tener una política de Conducta de Negocios de ARAMARK?

ARAMARK ha asumido el compromiso de llevar a cabo sus actividades de negocios con la máxima integridad y de acuerdo con los más altos estándares éticos.

Además de cumplir con las leyes de cada país en el que ARAMARK lleva a cabo actividades de negocios, debemos hacer todo lo posible para evitar cualquier acto que pudiera sugerir, aunque sea remotamente, una conducta impropia en nuestras actividades de negocios.

En forma de resumen se presentan abajo las políticas básicas de ARAMARK para la conducta de negocios. Por favor léalas con atención y cumple con todas sus disposiciones. Para obtener una copia de una

Güta más detallada de la Política de Conducta de Negocios, para hacer una pregunta con respecto a la Política de conducta de Negocios, o para denunciar una posible violación a la ética de negocios, hable con su Gerente o utilice cualquiera de los números telefónicos listados abajo.

La clave de nuestro negocio es la confianza que nuestros clientes tienen en ARAMARK. No debemos hacer nada que ponga en peligro esta confianza, ni como *complicité* ni de forma individual.

Joseph Neuhauer

Presidente de la Junta Directiva y Director General Ejecutivo
ARAMARK Corporation

ESTA POLÍTICA SE APLICA A NIVEL MUNDIAL

Cumplir y Denunciar

Todos los empleados deben cumplir con la Política de Conducta de Negocios de ARAMARK. Todos los empleados deben denunciar las violaciones o presuntas violaciones a la Política de Conducta de Negocios o violaciones a cualquier ley o norma o reglamentación gubernamental.

Conflictos de Intereses/Transacciones con Terceros con Vinculos de Parentesco o Amistad

Es imprescindible que todos los empleados de ARAMARK eviten cualquier situación que pudiera afectar su criterio con respecto a sus obligaciones para con ARAMARK.

Conflicto de Intereses

Como resultado que exista en bolsa, ARAMARK debe asegurarse de que la documentación que presenta ante la Comisión de Valores (Securities and Exchange Commission) así como otras comunicaciones públicas proporcionen una divulgación completa, justa, oportuna exacta y transparente.

Cumplimiento con las Leyes

Es política de ARAMARK, cumplir con las leyes de cada país en el que ARAMARK hace negocios.

Empleo/ Igualdad de Oportunidades

ARAMARK se compromete a aplicar una política de trato equitativo para con todos los empleados y posibles empleados.

Acoso Sexual y Otras Formas de Acoso en el Trabajo

El acoso sexual y otras formas de acoso en el trabajo no se tolerarán. Todo empleado que tema que ha sido víctima en el trabajo de acoso sexual o otras formas de acoso deberá denunciar el incidente de inmediato.

Violencia en el Trabajo

Es política de ARAMARK, fomentar un ambiente de trabajo seguro para sus empleados.

Medio Ambiente, Salud y Seguridad

Es política de ARAMARK, cumplir con las leyes aplicables a la protección del medio ambiente de salud y seguridad.

Antimonopolio y Colusión

Es política de ARAMARK, cumplir con todas las leyes aplicables de comercio y de antimonopolio y determinar de forma independiente los precios, descuentos y otros términos contractuales que se ofrecen a clientes o posibles clientes.

Prácticas Comerciales Justas

Es política de ARAMARK, competir de forma justa y honesta. Ningún empleado deberá involucrarse en un acto de manipulación, ocultamiento, abuso de información privilegiada, tergiversación de hechos materiales ni en cualquier otra práctica de comercio desleal.

Soborno Comercial/ Ley Establecimientos de Prácticas Corruptas en el Extranjero.

Es política de ARAMARK, cumplir con las leyes antibotorno y con la Ley Establecimiento de Prácticas Corruptas en el extranjero en los Estados Unidos y en toda jurisdicción en la que ARAMARK opere.

Violación de los Derechos de Autor y Piratería Informática

Es política de ARAMARK, respetar los derechos de autor de terceros y utilizar los materiales protegidos por derechos de autor según lo permita la ley en un contrato.

Transacciones en Bolsa por Personas con Información Privilegiada y Transacciones de Valores.

Es política de ARAMARK, cumplir con todas las leyes aplicables a las transacciones de valores.

Libros Contables e Informes Falsos

Se prohíbe el ingreso de aumentos falsos, artificiales o engañosos en los libros o registros contables de ARAMARK por cualquier motivo, por parte de cualquier persona o por manipulación de cualquier persona. Por ningún motivo deberá omitirse información sobre los activos o pasivos de los libros y registros contables de ARAMARK.

Protección y Uso de los Activos de la Empresa

Todos los empleados deben reportar la propiedad de la compañía. El uso de los activos de ARAMARK, incluidos los computadores así como sus bases de tecnología de la información, debe cumplir con las políticas establecidas por ARAMARK.

Obligaciones y Actividades de Entretenimiento

Para asegurar el comportamiento con las leyes y evitar inclusive actos que puedan ser impropios, ARAMARK, ha impuesto restricciones a obligaciones y actividades de entretenimiento. Dichas restricciones están especificadas en la Guía de la Política de Conducta de Negocios.

Contribuciones Políticas

Toda contribución o gasto político hecho por ARAMARK, o a su nombre deberá cumplir con las pautas establecidas en la Política de Conducta de Negocios. En líneas generales, ya en contra de la política de ARAMARK, que una unidad de negocio haya una contribución o gasto político o reembolso a un empleado que sea:

Condiciones por Intermediación y Condiciones por Referencias

Se prohíbe el pago de comisiones por intermediación o comisiones por referencias, en efectivo o en especie, sin la aprobación escrita del abogado de responsable de la unidad de negocios.

Privacidad

Es política de ARAMARK, proteger la información personal tanto médica, financiera, o personal, así como toda otra información delicada obtenida o mantenida sobre sus empleados o clientes, tal como la exigencia las leyes de privacidad y de protección de información, las reglamentaciones y los tratados aplicables.

Confidencialidad

Los empleados deberán mantener la confidencialidad de la información confidencial que ARAMARK, o sus proveedores y clientes les ha confiado, salvo que la divulgación está autorizada por el Departamento Legal de ARAMARK o sea exigida por la ley o por alguna reglamentación.

Oportunidades Corporativas

Se prohíbe a los empleados usar privilegio personal de las oportunidades que se desarrollan a través del uso de los bienes, de la información o los cargos de la corporación sin la aprobación del Departamento Legal de ARAMARK.

Relaciones Personales entre Jefes y Subordinados

ARAMARK deseará las relaciones de jefe o subordinados entre jefes y subordinados. La Política de Conducta de Negocio exige que un jefe informo de inmediato la existencia de una relación de pareja o de una relación intima con un subordinado.

Empleos Fuera de la Empresa

Los deberes fuera de la empresa de un empleado de ARAMARK no deben estar en conflicto con sus deberes para con ARAMARK.

Respuesta a Investigaciones Gubernamentales o de otros Fuentes

Es política de ARAMARK, cooperar con todas las solicitudes razonables con respecto a las operaciones de ARAMARK, hechas por las agencias gubernamentales federales, estatales y municipales. Dichas solicitudes deben comunicarse al abogado de ARAMARK responsable de la unidad de negocio.

Relaciones con los Medios de Comunicación y con los Inversionistas

Los empleados deberán dirigir todas las solicitudes hechas por los medios de comunicación al Vicepresidente Ejecutivo de Asuntos Corporativos o al Departamento Legal. Todas las solicitudes hechas por un analista de la industria o por un investigador o consultor de mercado deberán dirigirse al Departamento de Relaciones con los Inversionistas.

Sustancias ilegales

Es política de ARAMARK, mantener un ambiente laboral libre de drogas y sin abuso de alcohol.

DÓNDE LLAMAR CON PREGUNTAS O INQUETUDAS

Si usted cree que usted o otro empleado pueda haber violado

ESTA POLÍTICA SE APLICA A NIVEL MUNDIAL

- ★ CUMPLIR Y DENUNCIAR
- ★ CONFLICTO DE INTERESES / TRANSACCIONES CON TERCEROS CON VÍNCULOS DE PARENTESCO O AMISTAD
- ★ DIVULGACIÓN PÚBLICA
- ★ CUMPLIMIENTO CON LAS LEYES
 - EMPLEO / IGUALDAD DE OPORTUNIDADES
 - ACOSO SEXUAL Y OTRAS FORMAS DE ACOSO EN EL TRABAJO
 - VIOLENCIA EN EL TRABAJO
 - MEDIOAMBIENTE, SALUD Y SEGURIDAD
 - ANTIMONOPOLIO Y COLUSIÓN
 - PRÁCTICAS COMERCIALES JUSTAS
 - SOBORNO COMERCIAL / LEY ESTADOUNIDENSE DE PRÁCTICAS CORRUPTAS EN EL EXTRANJERO
 - VIOLACIÓN DE LOS DERECHOS DE AUTOR Y PIRATERÍA INFORMÁTICA
 - TRANSACCIONES EN BOLSA POR PERSONAS CON INFORMACIÓN PRIVILEGIADA Y TRANSACCIONES DE VALORES
- ★ LIBROS CONTABLES O INFORMES EXACTOS
- ★ PROTECCIÓN Y USO DE LOS ACTIVOS DE LA COMPAÑÍA
- ★ OBSEQUIOS Y ACTIVIDADES DE ENTRETENIMIENTO
- ★ CONTRIBUCIONES POLÍTICAS
- ★ COMISIONES POR INTERMEDIACIÓN Y COMISIONES POR REFERENCIAS
- ★ PRIVACIDAD
- ★ CONFIDENCIALIDAD
- ★ OPORTUNIDADES CORPORATIVAS
- ★ RELACIONES PERSONALES ENTRE JEFE Y SUBORDINADOS
- ★ EMPLEOS FUERA DE LA EMPRESA
- ★ RESPUESTAS A INVESTIGACIONES GUBERNAMENTALES O DE OTRAS FUENTES
- ★ RELACIONES CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y CON LOS INVERSIONISTAS
- ★ SUSTANCIAS ILEGALES



En ARAMARK Chile se efectúan periódicamente entrenamientos presenciales acerca de la política de negocios de ARAMARK y de manera individual-virtual, tanto al momento de ingreso de nuevos empleados como para los que ya se integraron hace un tiempo. Éstos se realizan mediante cursos y certificaciones online. También, periódicamente, el área de Auditoría Interna lleva a cabo controles preventivos a diversos procesos transversales obteniendo resultados satisfactorios.

Todos los empleados de nivel supervisión, que tienen personas a su cargo, reciben un entrenamiento presencial en esta materia, de aproximadamente 1,5 hora de duración, dictado por un abogado del Departamento Legal.

Éste es un programa de Entrenamiento para todos aquellos que tienen personas a cargo.

6.2 CONTRIBUIR A LA DISCUSIÓN PÚBLICA

ARAMARK Chile participa en la discusión pública en temas de Responsabilidad Social, alimentación saludable, industria alimentaria y empleabilidad, considerando que ARAMARK Chile está dentro de los mayores empleadores del país.

En lo que respecta a la inclusión de personas con discapacidad en el mundo privado, ARAMARK Chile estuvo presente en el comité de Relaciones Laborales de Pacto Global, en el que la sesión de cierre del año 2011 se llevó a cabo en el edificio corporativo de ARAMARK con presencia de las empresas miembros.

A la vez, ARAMARK Chile está comprometido con temas de la industria de la alimentación, vinculada principalmente con la vida saludable. Participó en el comité de Dieta y Salud de ACCION RSE, aportando desde la mirada técnica de trabajar todos los días en servicios de alimentación.

Por otra parte, ARAMARK, al ser uno de los mayores empleadores del país, está muy presente en la discusión acerca de la empleabilidad, participando activamente en encuentros de ICARE y AMCHAM.

ARAMARK no participa de actividades de lobbying en Chile.

La organización y sus representantes, acorde con la Business Conduct Policy (BCP), buscan aportar al desarrollo de políticas públicas desde su experiencia y conocimiento, mediante el desarrollo de estudios y programas que sirvan de referencia a los tomadores de decisión del sector público.

6.3 CONDUCTA DE NEGOCIOS

ARAMARK ha asumido el compromiso de llevar a cabo sus actividades de negocios con la máxima integridad y de acuerdo con los más altos estándares éticos.

Además de cumplir con las leyes de cada país de los 22 donde ARAMARK está presente con sus negocios, la empresa evita cualquier acto que pudiera sugerir, aunque sea remotamente, una conducta impropia en sus actividades.

Esta política, que se aplica a nivel mundial, establece los principios que guían la actividad, conductas y prácticas que todos los trabajadores y colaboradores de ARAMARK deben cumplir o evitar. Para ello, se cuenta con una guía detallada en su Política de Conducta de Negocios, herramienta que entre sus temas regula e incentiva prácticas positivas en ámbitos como contribuciones políticas, privacidad, confidencialidad, relaciones personales, antimonopolio y colusión, violencia en el trabajo, sustancias ilegales y prácticas comerciales justas, entre otros.

De la misma manera, se establece un canal de denuncia de posibles violaciones a la ética de negocios, conocido por todos quienes integran la organización.

6.4 EL VALOR DE LA SEGURIDAD, SALUD, MEDIOAMBIENTE Y CALIDAD



En el constante esfuerzo por mejorar sus políticas corporativas, durante 2011 ARAMARK Chile implementó su política de Seguridad, Salud, Medioambiente y Calidad (SMAC).

Con ella, se busca resguardar el derecho de toda persona a la salud y el bienestar, y a habitar un medioambiente limpio.

SMAC se transformó en un orientador transversal de todas las operaciones de ARAMARK, asumiendo un compromiso que surge del corazón de la empresa. De esta manera, en el período reportado se generan herramientas de gestión que impactan los resultados de la compañía en variados ámbitos.



“ARAMARK CHILE, como organización de servicios profesionales enfocada a la excelencia, está comprometida a gestionar su negocio de una manera responsable con sus trabajadores, clientes y consumidores.

Nuestros equipos de trabajo entienden que nada es más importante que prevenir los riesgos de accidentes laborales, contaminación de los alimentos, deterioro de la salud e impacto ambiental derivados de la operación. Así, seguridad, calidad y excelencia son valores centrales que definen a nuestra compañía. A través de ellos nos ganamos el respeto de nuestros consumidores, clientes, trabajadores y todos quienes depositan su confianza en nuestros servicios”.

Sr. Pablo Achurra F.
Presidente ARAMARK Sudamérica.



6.5 LOS PILARES DE LA POLÍTICA SMAC

Esta política –SMAC- es concordante con los principios del Pacto Global a los que la compañía suscribe. A continuación, se enumeran sus principales artículos:

- ★ Cumplir las disposiciones legales vigentes de inocuidad alimentaria, salud ocupacional y seguridad en el trabajo.
- ★ Asegurar la calidad de los insumos. Utilizar solo proveedores autorizados.
- ★ Capacitar permanentemente y asegurar un ambiente de trabajo seguro y saludable.
- ★ Mantener los mejores estándares de la industria en nuestras prácticas de calidad, seguridad y medioambiente.
- ★ Incentivar a nuestros clientes, consumidores y proveedores a exigir y cumplir los estándares establecidos.
- ★ Fomentar una cultura donde todos somos responsables por la calidad y la seguridad.
- ★ Asegurar a nuestros empleados el derecho y la obligación de prevenir o detener situaciones de riesgo.

6.6 PRINCIPIOS PARA LA ACCIÓN EN SMAC

En concordancia con la Política de Seguridad, Salud, Medioambiente y Calidad (SMAC) y excelencia en el servicio, y dando cumplimiento a lo establecido en el Código del Trabajo, ARAMARK cuenta con un Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad que colabora en una fluida relación entre empleador y trabajadores, permitiendo también optimizar las condiciones de Orden, Seguridad e Higiene.

Se requiere del trabajo mancomunado de todas las divisiones de esta empresa para lograr aplicar a diario la política SMAC. Éstos son algunos de los principios rectores para su aplicación:

- ★ Involucramiento de la alta gerencia.
- ★ Adherir a la filosofía de trabajo SMAC.
- ★ La capacitación de los empleados es esencial.
- ★ Todos los incidentes se pueden prevenir.
- ★ Trabajar seguro es una condición del empleo.
- ★ Declarar e investigar todo tipo de incidentes.
- ★ Conocer y gestionar nuestros riesgos.
- ★ Difundir y asegurar conocimiento de la política SMAC.
- ★ Cumplir manual de reglas y procedimientos.
- ★ Establecer objetivos e indicadores.
- ★ Medir consistentemente y dar visibilidad a los resultados.
- ★ Liderazgo de la organización de línea en la ejecución.
- ★ Entregar soporte corporativo.
- ★ Observar, capacitar y reforzar conductas.
- ★ Comunicar y promover las conductas seguras.
- ★ Reconocer, premiar y estimular la excelencia.

6.7 ALGUNOS RESULTADOS DE SMAC EN MINERÍA

Uno de los ejemplos más relevantes de aplicación de SMAC se da en el ámbito de la minería, donde ARAMARK Chile ha podido constatar, de un año a otro, cambios concretos y significativos en su aplicación.

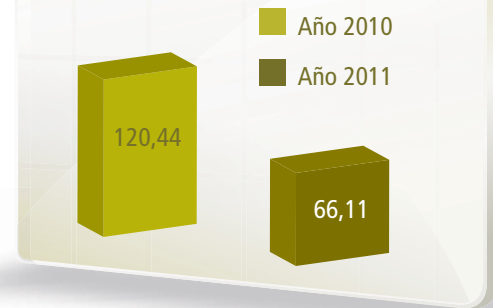
Es así como el número de accidentes ha descendido notablemente. De la misma manera, otros indicadores, como la frecuencia y gravedad de los mismos, han disminuido durante 2011, tal como se refleja en los gráficos que aquí se presentan.



Fórmula de unidad de medida:
$$\text{N}^{\circ} \text{ de accidentes con tiempo perdido} \times 1.000.000 \text{ horas trabajadas}$$

Horas Hombre (HH).

Índice de gravedad de accidentes en minería



Fórmula de unidad de medida:
$$\text{N}^{\circ} \text{ de días perdidos} \times 1.000.000 \text{ Horas Trabajadas}$$

Horas Hombre (HH).

6.8 SEGURIDAD Y PREVENCIÓN

En ARAMARK Chile se desarrolla una serie de programas de capacitación en prevención de riesgos, seguridad y calidad, entre los que destacamos:

- ★ Programa conductual "STOP", a través de la observación preventiva.
- ★ Programa de campañas temáticas.
- ★ Difusión de videos interactivos de control de riesgos críticos (CRIC).
- ★ Programa de Salud Ocupacional.
- ★ Programa de Convergencia ARAMARK- ACHS.
- ★ Programa de Inducción PVI: Cric Reducido.

Estos programas se desarrollan durante nuestras operaciones en las instalaciones de nuestros clientes.



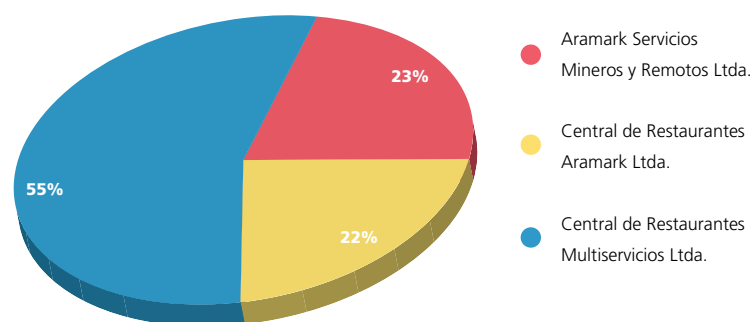
6.9 AUSENTISMO Y ACCIDENTES LABORALES

A 2011, nuestra tasa de ausentismo alcanza el 10,33%, destacando entre las mayores causas la enfermedad común y la falta injustificada.

Durante el año 2011, en ARAMARK Chile nos enorgullece declarar que no sufrimos accidentes fatales.

Asimismo, nos interesa destacar que, considerando la magnitud de nuestras operaciones, nuestros incumplimientos normativos son muy poco significativos, existiendo sólo 3 durante 2011.

Gestión de Multas Laborales FY 2011



Respecto de las multas laborales cursadas a ARAMARK durante 2011, éstas corresponden al total de multas cursadas, sin embargo, no todas ellas pasan a ser multas efectivamente pagadas por la compañía.

En ese sentido, el esfuerzo en este aspecto para el año 2012 es continuar reduciendo estos indicadores, para refrendar así el compromiso con los empleados de ARAMARK.

6.10 SALUD, RELACIONES LABORALES Y SEGURIDAD

En las negociaciones colectivas desarrolladas con sus trabajadores, los aspectos vinculados a la seguridad y a la salud han cobrado especial relevancia para ARAMARK Chile.

Es así como se incluyeron los siguientes asuntos en los contratos colectivos:

- ✧ Incorporación del pago de días de subsidio no cubiertos por las instituciones de salud de los trabajadores socios que forman parte de los sindicatos.
- ✧ Contratación y mantención de seguros de vida para todos los trabajadores que se incorporan a la empresa, en las áreas de alimentación.
- ✧ Entrega de equipos de protección personal: la empresa velará por su correcta entrega en las fechas y condiciones establecidas en virtud del Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad.
- ✧ Nuestra empresa declara que velará constantemente porque nuestros clientes otorguen condiciones de trabajo que se ajusten a las exigencias establecidas y a los parámetros de nuestra compañía.

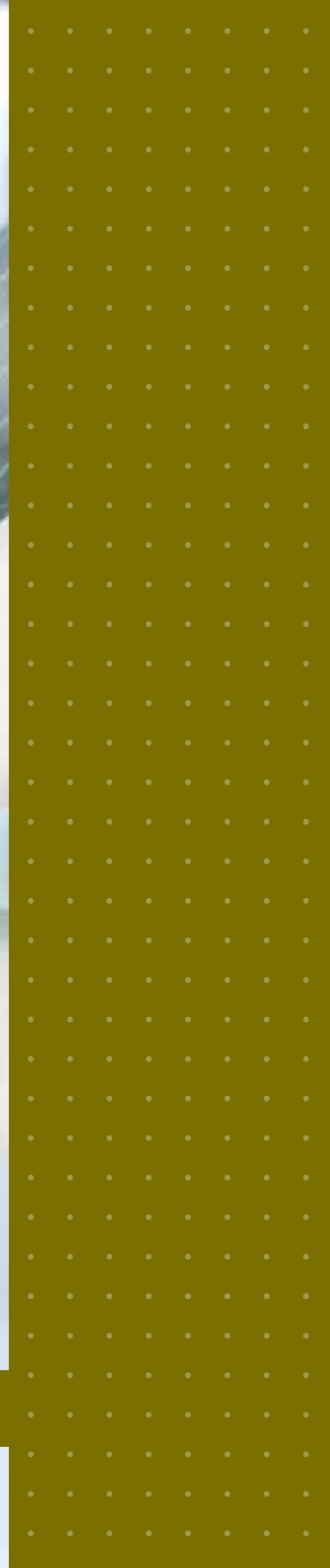
En términos medioambientales, existe una serie de procedimientos que son aplicados en los distintos contratos. Estos son:

- ✧ Matriz evaluación aspectos ambientales.
- ✧ Identificación y evaluación de aspectos ambientales.
- ✧ Gestión de riles.
- ✧ Programa de control riesgo.
- ✧ Plan manejo de rises.
- ✧ Check list semanal aseo.
- ✧ Auditoría acuerdo de producción limpia.
- ✧ Consolidado mensual residuos.
- ✧ Control transporte preparaciones.
- ✧ Modificación al proceso.
- ✧ Check list asesor.
- ✧ Check list administradores.

Se espera para los años 2012-2013 la aplicación y generación de estos procedimientos, los cuales serán de gran valor para la sistematización y obtención de indicadores que permitan su mejora.



7 GRUPOS DE INTERÉS EN NUESTRO MODELO DE NEGOCIOS



El Reporte de Sostenibilidad de ARAMARK Chile año 2011 va dirigido a cuatro grupos de interés, que se constituyen como centrales en la gestión sostenible de la compañía:

- ★ Trabajadores.
- ★ Proveedores.
- ★ Clientes.
- ★ Usuarios finales.



Estos grupos de interés o stakeholders fueron seleccionados a partir de la observación crítica de la cadena de valor del modelo de negocios, el que considera como un elemento central el establecimiento de relaciones duraderas y basadas en la confianza.

En este ejercicio de selección participaron los principales tomadores de decisión de ARAMARK Chile.

Se pretende informar a los grupos de interés definidos respecto a la historia de la compañía, sus principales resultados y su desempeño en indicadores de sostenibilidad, vinculados a aspectos sociales y ambientales.

La organización quiere relevar las acciones que realiza para vincularse con cada uno de ellos. En este sentido, durante el período anterior y el año 2011, ARAMARK Chile no ha efectuado consultas específicas con motivo del Reporte de Sostenibilidad, utilizando principalmente la información disponible mediante diversas herramientas que están incorporadas en la gestión de la empresa.

Sin embargo, reconociendo la necesidad de potenciar su comunicación e intercambios, la compañía releva la importancia de desarrollar un proceso de consultas para el Reporte de Sostenibilidad que se elaborará para el año 2012

7.1 TRABAJADORES = ACTORES PRINCIPALES

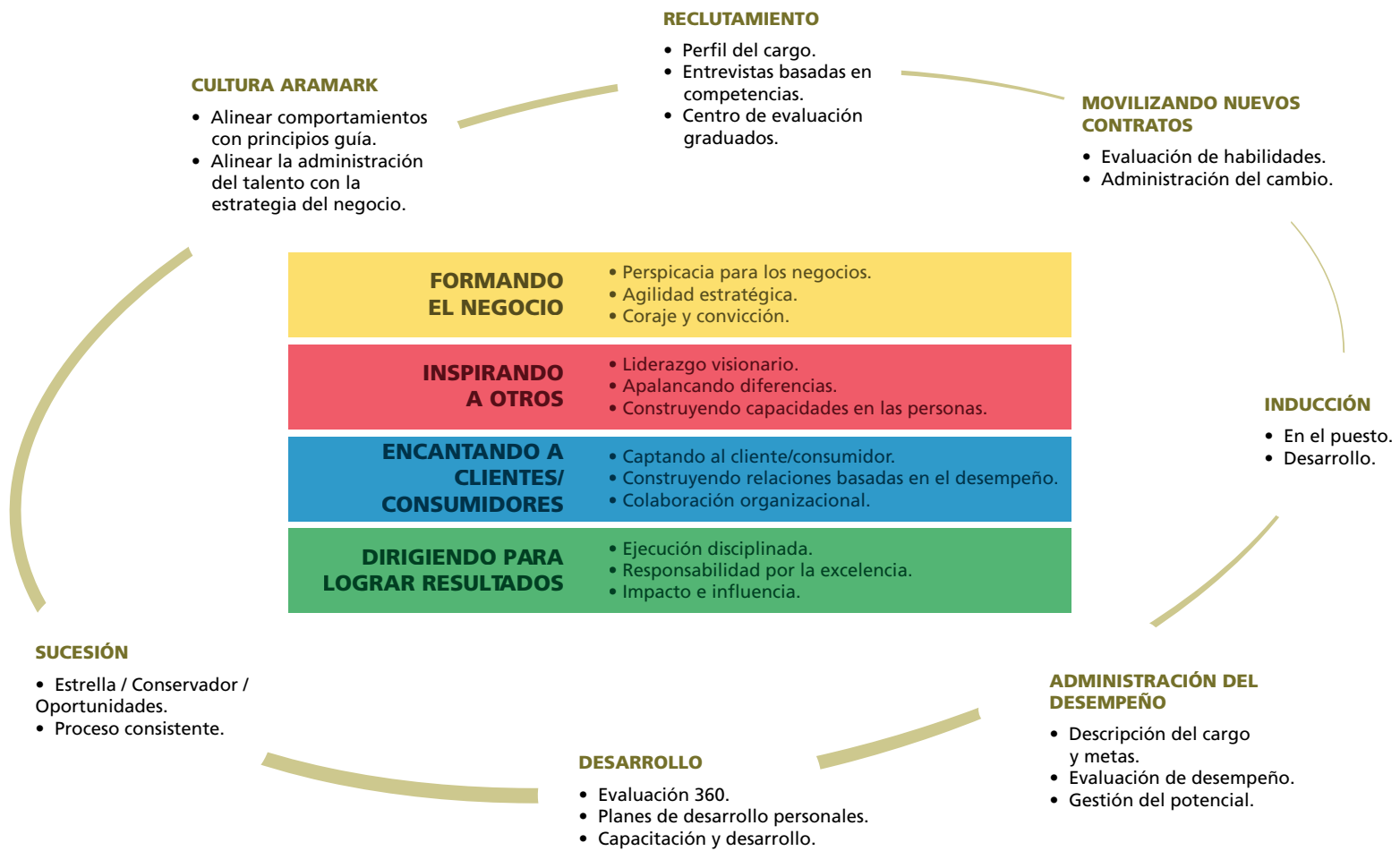


7.1.1 MODELO SUSTENTADO EN LAS PERSONAS

La gestión que se realice para y con las personas que conforman la organización, constituye un elemento central en la sostenibilidad de la compañía. ARAMARK Chile es una empresa de personas al servicio de las personas, y hace de sus trabajadores actores fundamentales en el modelo de negocios. Con esta premisa, durante el período 2009-2010 se inició una evolución importante en la relación de la compañía con sus trabajadores, potenciándose y mejorándose los canales de comunicación.

Adicionalmente la labor que tienen las jefaturas de hacer planes de acción para la mejora del clima laboral y el cumplimiento de metas, durante 2011 se crearon equipos de compromiso, compuestos por trabajadores de las distintas áreas, iniciativa global de ARAMARK que busca apoyar los planes de cada una de las vicepresidencias. Lo innovador del proceso es cómo se busca con todas las instancias de la compañía el mejoramiento en la efectividad del trabajo en función del liderazgo, el compromiso y la planificación.

MODELO DE COMPETENCIAS ARAMARK



7.1.2 GESTIÓN DE PERSONAS ARAMARK



Existen múltiples herramientas para acercar a los trabajadores a la compañía. Una de ellas es la utilización de la Encuesta de Compromiso Laboral, que busca conocer el compromiso de los trabajadores con cada una de sus labores. En esta medición, durante el año 2011, participó un total de 5.283 trabajadores.

Este método es utilizado al interior de la compañía y permite desarrollar planes de mejora basados en las evaluaciones que los trabajadores realizan de su supervisión y de su propio rol en su espacio de trabajo. En 2011, se elaboraron 358 planes de acción.

Los resultados para la medición 2011 de la Encuesta de Compromiso Laboral, en ARAMARK Chile, muestran promedios de compromiso sobre el 3, es decir, trabajadores que transitan desde ser productivos hacia trabajadores motivados y satisfechos con su desarrollo laboral. En otras palabras, se entiende que los promedios de compromiso sobre 3 reflejan que las personas tienen un vínculo emocional con su trabajo y la empresa, donde demuestran iniciativa en su labor diaria y dan más de lo que se les solicita.

En este marco, es importante resaltar que los resultados de la Encuesta de Compromiso Laboral impactan directamente en las bonificaciones de los ejecutivos a cargo de cada una de las áreas de la compañía.



"Si logramos seducir y establecer con el trabajador un compromiso en donde él realmente valore su capacidad de provocar una experiencia en el otro cuando le da un servicio, significa que estamos en el camino correcto".

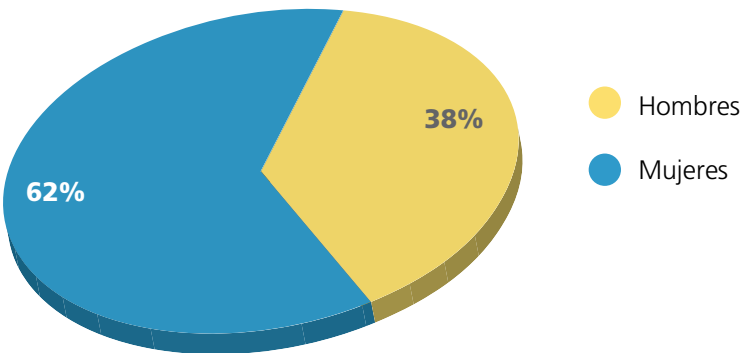
Iván Mergudich, Vicepresidente de Recursos Humanos ARAMARK.

7.1.3 RELACIONES LABORALES DURADERAS Y TRASCENDENTES

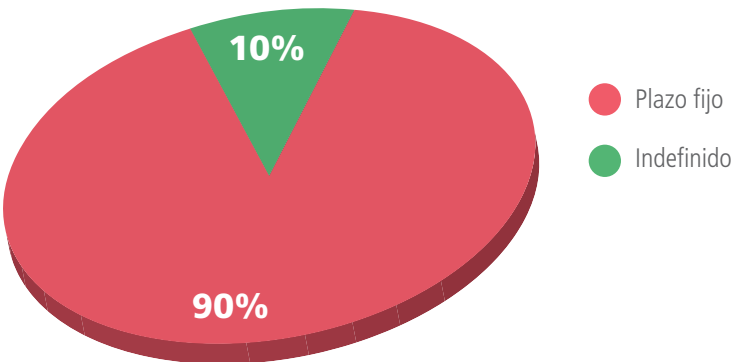
En ARAMARK Chile, sus 21 mil trabajadores están al servicio de las personas distribuidas a lo largo del país en más de 2.200 operaciones. Los servicios recurrentes son alimentación, mantención y aseo de espacios de trabajo.

El 62% de los trabajadores de la compañía son mujeres; por lo que la empresa es un actor relevante a la hora de ofrecerles posibilidades laborales. En muchos casos, ARAMARK ofrece el paso desde el trabajo informal sin calificación al formal con desarrollo de diversas competencias.

Trabajadores contratados por género



Trabajadores por tipo de contratación



Por el tipo de servicios y de contratos que establecemos con nuestros clientes, más del 90% de nuestros trabajadores poseen contrato a plazo fijo.

En ARAMARK Chile contratamos a todos nuestros trabajadores con rentas superiores al salario mínimo, que se definen por cargo, competencias e indicadores de mercado, sin diferencias por género.

INGRESOS POR GÉNERO Y CATEGORÍA DE TRABAJADOR SE EXCLUYE ROL PRIVADO		
CATEGORÍA	MEDIA	% SUELDO F/M
Directores - Gerentes	1.838.906	91%
Profesionales	872.968	75%
Técnicos	583.735	83%
Administrativos	437.152	74%
Trabajadores de servicio	344.394	70%
Vendedores - Promotores - Modelos	318.849	69%
Operarios (manuales)	440.290	106%
Operadores (maquinaria)	240.214	75%
Trabajadores no especializados	322.645	66%

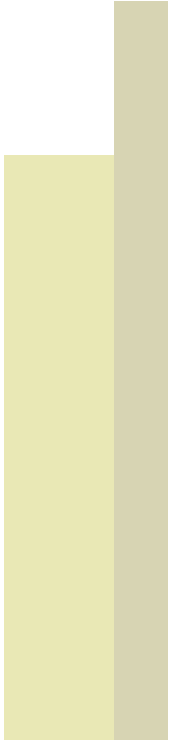
ARAMARK Chile tiene una total cobertura en todas las obligaciones de beneficio social: Seguro de Invalidez y Sobrevivencia (SIS), Seguro de Cesantía (AFC) y Mutual de Seguridad.

COBERTURA BENEFICIOS SOCIALES POR TIPO DE CONTRATO			
BENEFICIO	INDEFINIDO	PLAZO FIJO	COBERTURA
SIS	1,49% con tope de 67,4 UF		Totalmente cubierto
AFC	2,4% con tope 101,1 UF	3% con tope 101,1 UF	Totalmente cubierto
Mutual	Rango que va desde 0,95% a 4,01% con tope 67,4 UF		Totalmente cubierto

7.1.4 PRINCIPALES BENEFICIOS SOCIALES PARA NUESTROS TRABAJADORES

BENEFICIOS EMPRESA (trabajadores vigentes)	
BENEFICIO	OBSERVACIÓN
Bono de Escolaridad	Beneficio según Sindicato
Bono por Fallecimiento de Cónyuge y/o Carga Legal	Beneficio según Sindicato
Bono Matrimonio	Beneficio según Sindicato
Bono Nacimiento	Beneficio según Sindicato
Fiesta de Navidad Santiago y Regiones	Beneficio según Sindicato
Premiación Antigüedad	Beneficio según Sindicato
Plan Colectivo Isapre CONSALUD	Pactado en modalidad 7% + GES
Seguro Complementario Salud	Bonificación médica para trabajadores y cargas legales que deseen incorporarse, Rol Privado y Jefatura exento de prima (cancela la empresa)
Seguro de Vida	Trabajadores vigentes en la empresa
Sala Cuna	Trabajadoras con hijos menores a 2 años

BENEFICIOS BIENESTAR (afiliados)	
BENEFICIO	OBSERVACIÓN
Reembolso Salud	60% afiliado tope \$160.000 anual
Bonos	Nacimiento, Matrimonio, Defunción y Obtención de Vivienda
Premiación Rendimiento Escolar	Trabajador y cargas legales
Prestamos	Asistenciales y Auxilio hasta \$300.000. Además Préstamo de Salud hasta \$1.000.000
Ticket Bienestar	Trabajador 4 meses de aporte a diciembre de cada año, por \$17.000
Convenios (descuento por planilla)	Bata, Farmacia Ahumada, Plus Dent, Pluss Vision, Óptica Schilling



7.1.5 SINDICALIZACIÓN Y ACCIÓN COLECTIVA

ARAMARK Chile es una compañía que reconoce la legitimidad de las organizaciones sindicales proactivamente.

La empresa tiene más de 50 sindicatos y la tasa de sindicalización está por sobre el promedio del sector privado. ARAMARK Chile posee el 47,9% de sus trabajadores participando en sindicatos, tasa que supera el 60% en nuestros servicios mineros, en tanto la tasa de sindicalización del sector privado alcanza 2011 sólo un 11%.

Detalle de Afiliación Sindical al FY 2011 (Fiscal Year)

Empresa	Total trabajadores	No sindicalizado	Sindicalizado	% Sindicalización
Central de Abastecimiento Ltda.	209	209	-	0,0%
Aramark Servicios Mineros y Remotos Ltda.	5.840	2.335	3.505	60,0%
Centro de Innovación y Servicio S.A.	6	6	-	0,0%
Central de Restaurantes Aramark Ltda.	5.869	3.731	2.138	36,4%
Central de Restaurantes Multiservicios Ltda.	7.252	3.648	3.604	49,7%
Total General	19.176	9.929	9.247	48,2%

La promoción de estas relaciones con organizaciones sindicales ha permitido desarrollar competencias en la resolución de conflictos, las que se ponen a disposición de los trabajadores y los clientes.

Asimismo, el 67% (cifra que alcanza a las 13.226 personas) de los trabajadores de la empresa forma parte de un comité paritario.

En cuanto a negociaciones colectivas, el año 2011 se cuenta un total de 18 procesos de negociación colectiva. De éstos, sólo 2 fueron desarrollados en el marco de huelgas efectivas:

- ★ Sindicato ex SEASIN S.A., con 9 días de huelga.
- ★ Sindicato Prim. Sec. Ter. CODELCO Chuquicamata, con 2 días de huelga.

Es importante destacar que el promedio de vigencia de un contrato colectivo en los sindicatos de ARAMARK Chile es de 3 a 4 años, considerando que la duración máxima permitida es de 4 años.

En la empresa existe el compromiso con la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva. La empresa incorpora a todos sus trabajadores en el logro de estos objetivos.



7.1.6 INDICADORES DE ROTACIÓN

Un 98% de los trabajadores retorna a sus puestos de trabajo después de sus licencias parentales de pre y posnatal.

TASA DE RETORNO AL TRABAJO DESPUÉS DE LICENCIA PARENTAL	
Licencias parentales	596
Trabajadores retornados	583
% de retorno	98%
No existen casos de licencia parental masculina	

Respecto de la rotación, no existe unanimidad en cuanto al valor óptimo del egreso. Éste es parte de la estrategia de cada empresa. En lo que sí hay concordancia es en la importancia de registrar y llevar control del indicador de los costos asociados que implica.

7.1.7 APORTES ESTATALES A LA CONTRATACIÓN DE
MANO DE OBRA

Durante el año 2011, la empresa, en su condición de empleador relevante de trabajadores jóvenes, otorgó oportunidades de contratación a este segmento mediante el uso de los instrumentos de fomento disponibles en SENCE.

El monto de subsidio otorgado por este ítem alcanzó un total de \$68.229.484.



ARAMARK Chile durante el año 2011 hizo uso de la franquicia tributaria de capacitación SENCE por más de 700 millones de pesos distribuidos en su personal a lo largo de todo el país.

7.1.8 DESARROLLO DE TALENTOS

ARAMARK Chile ha tenido un crecimiento sostenido en el tiempo debido a su firme compromiso de contar con personal altamente calificado en todos sus frentes.

Esto ha sido posible gracias a su Política de Capacitación y Desarrollo, la que ha implicado invertir anualmente los recursos necesarios para alcanzar los objetivos de aprendizaje, a través de una amplia gama de cursos reconocidos por el Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE).



Estos programas de capacitación se llevan a cabo tanto en sus Centros de Capacitación de Santiago como regionales, y en los propios lugares de trabajo, mediante instructores internos o a través de institutos reconocidos de capacitación y formación.

Las actividades de capacitación tienen la finalidad de reforzar a las personas en el desempeño de sus cargos en términos de conocimientos, habilidades, técnicas y aptitudes (competencias).

Las actividades de formación y programas de capacitación representan el vehículo más importante para el desarrollo profesional y personal de los trabajadores, lo que redundará en un servicio de alta calidad y satisfactorio para el cliente.

A diferencia de las capacitaciones ocupacionales, que se focalizan en el desarrollo laboral, las actividades de formación se orientan a la obtención de un grado académico. Algunos de los programas de formación de personas durante 2011 fueron:

- ✦ Nivelación de estudios.
- ✦ Alfabetización digital.
- ✦ Malla curricular de desarrollo de carrera para auxiliares, ayudantes, aspirantes y maestros de cocina.

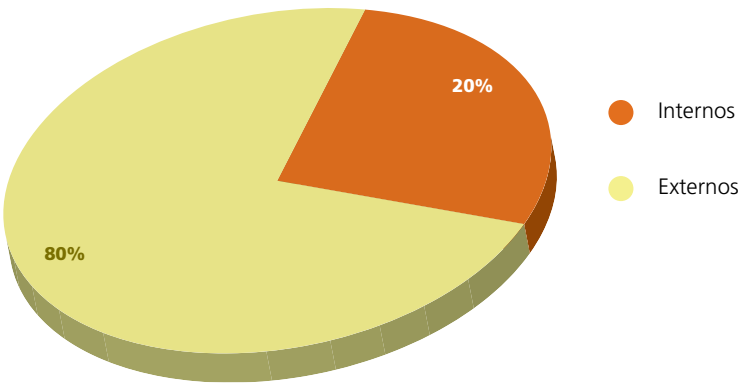
Durante el período reportado, más de un 90% de los trabajadores participó en actividades de capacitación. Los participantes, en su mayoría, fueron trabajadores de operaciones, los que suman un total de 188.041 horas de capacitación, con un promedio de 10,81 horas por cargo.

El promedio de capacitación para todos los trabajadores de la organización fue de 9,57 horas per cápita.

Nivel ocupacional	Participantes	Horas de capacitación	Promedio de horas por nivel
Alta Dirección	134	1.349	10,07
Jefatura y Bandos Medios	504	6.265	12,43
Profesionales y Administrativos	1.542	14.400	9,34
Personal Operativo	14.840	166.027	11,19
Total	17.020	188.041	11,05
Total General	19.176	9.929	9.247

Un punto a destacar es que gracias al programa de ascenso interno, un 27% de los puestos es llenado mediante promoción interna.

Movimientos Internos FY2011



Finalmente, se releva que en ARAMARK Chile todos los cargos, incluyendo el nivel operacional, participan en sistemas de evaluación de desempeño anual.

7.2 PROVEEDORES



Reconocimiento mejor proveedor 2011.



Reconocimiento mejor proveedor 2011.

7.2.1 SOCIOS ESTRATÉGICOS EN NUESTRO SERVICIO

ARAMARK Chile basa la incorporación de sus proveedores en su cadena de valor en el establecimiento de relaciones de largo plazo.

La base de este intercambio es cumplir con lo primordial de cualquier intercambio comercial: respetar los acuerdos establecidos en la entrega del servicio y en el pago por el mismo.

Una de las claves para ofrecer un servicio de excelencia está en las materias primas, las que deben ser de la mejor calidad. Para ello ARAMARK selecciona a sus proveedores de acuerdo a exigentes estándares y cuenta con un Reglamento de Proveedores donde se establecen las responsabilidades y compromisos de ambas partes, que garantizan la calidad, inocuidad y seguridad de los productos.

Esta reglamentación establece los alcances de esta política en cuanto a procedimientos, sistemas y funciones relacionadas a las que todo proveedor debe ceñirse.

En lo fundamental, la orden de compra es el instrumento que rige y especifica la adquisición del producto o servicio (precio, facturación y pago). De la misma manera, se establece que ARAMARK podrá contratar proveedores directamente o por licitaciones.

En el ámbito alimenticio, este reglamento establece las normas de calidad, condiciones técnicas, comunicaciones y garantías que el proveedor debe entregar, de acuerdo a los estándares de ARAMARK Chile.



Durante 2011, la vicepresidencia de Cadena de Suministros (Supply Chain), dirigida por Alejandro Cozzi, concentró sus esfuerzos en desarrollar una matriz de proveedores preferentes y estratégicos, estableciendo relaciones prioritarias con ellos, para agregarle valor al negocio de los propios proveedores. Con este objetivo, se desarrolló una serie de reuniones con los proveedores estratégicos para explicarles el negocio de ARAMARK Chile, y de esta forma construir una relación de comprensión y cooperación mutua.

Esta estrategia de comunicación con los proveedores de ARAMARK Chile es cotidiana y se desarrolla mediante intercambios en los distintos estamentos de la compañía y del proveedor: logística, calidad, relaciones comerciales e innovación en los productos son temas abordados en reuniones periódicas.

Todo lo anterior culminó con la premiación a la "Excelencia en Nivel de Servicio", que se desarrolló en diciembre de 2011, donde fueron premiados dos proveedores claves para ARAMARK Chile:

- ★ Agrosuper Foods Service.
- ★ CTA Yarur Publicidad.

Ambos fueron reconocidos por su compromiso de excelencia y por el desarrollo de mejoras que buscan establecer una verdadera colaboración.

PRINCIPALES PROVEEDORES ALIMENTACIÓN

Categorías lácteos, helados, aves, cerdo, cecinas, pescados y mariscos.



Categorías abarrotes y bebidas.



Carnes de vacuno.



Masas congeladas y sándwich refrigerados



Verduras y hortalizas congeladas.



PRINCIPALES PROVEEDORES NON FOOD Y SERVICIOS

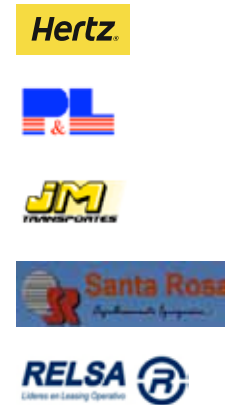
Químicos, Descartables e Implementos de Limpieza



Equipamiento



Vehículos y Transporte



Proveedor Auditorías Externas de Calidad



Además, contamos con otros proveedores certificados para el funcionamiento de nuestras operaciones.

7.2.2 COMPROMISO CON LA CALIDAD Y SEGURIDAD

Durante el año 2010, se protocolizó el Reglamento de Proveedores el cual contiene estipulaciones que integran las relaciones de ARAMARK con todas aquellas personas naturales y jurídicas que provean bienes y servicios.

En éste, se establecen procedimientos ajustados a sus procesos, sistemas y políticas internas para las compras que efectúe, y criterios en base a:

- ★ Procesos de compras.
- ★ Licitación y contratación directa.
- ★ Precios, facturación y pago por adquisición de productos.
- ★ Entrega, almacenamiento, transporte y distribución de productos.
- ★ Calidad de los productos, envases y etiquetado; Inspección.
- ★ Devolución de productos.
- ★ Daños a terceros.
- ★ Seguros.
- ★ Prohibición de tratativas ilícitas.
- ★ Propiedad intelectual e industrial.
- ★ Confidencialidad.
- ★ Personal del proveedor.

Con respecto a la calidad, se pueden destacar las condiciones mínimas exigibles al proveedor en relación a productos alimenticios:

1 CALIDAD



El proveedor acepta y declara su compromiso para trabajar en forma proactiva y conjunta con ARAMARK en materias de calidad que son de especial importancia para esta última.

2 CONDICIONES TÉCNICAS



El proveedor deberá cumplir integralmente con los estándares y requerimientos establecidos en el Reglamento Sanitario de los Alimentos vigente, y con los controles de calidad de ARAMARK, los cuales declara conocer y aceptar. El proveedor asegura la calidad sanitaria de los productos desde los puntos de origen hasta la entrega a ARAMARK. El proveedor mantendrá la cadena de frío para los productos perecibles.

3 COMUNICACIONES



El proveedor mantendrá la fluidez y eficiencia en las comunidades y en los requerimientos de información de calidad. Esta integración técnica se materializará, entre otras, a través de visitas formales que realizará el Área de Calidad de ARAMARK a las instalaciones del proveedor, cuyo objetivo será concordar acciones de mejora requeridas conforme al Reglamento Sanitario de los Alimentos vigente, exigencias de ARAMARK, etc.

4 GARANTÍAS DEL PROVEEDOR



El proveedor garantiza desde ya, entre otros, el cumplimiento de los siguientes requisitos mínimos:

- 1) Resolución sanitaria vigente.
- 2) Sistema de calidad certificado.
- 3) Control de ausencia de materiales extraños (metales, insectos, piedras, madera y cualquier otro).
- 4) Programa de control microbiológico.
- 5) Programa de higiene de planta que incluya limpieza, sanitización y control de plagas.
- 6) Programa de capacitación permanente al personal.
- 7) Trazabilidad. Se llevarán a cabo retiros simulados.
- 8) Sistema de gestión de reclamos.
- 9) Fichas técnicas de todos los productos.

El proveedor entregará y/o actualizará la documentación técnica de respaldo para los puntos anteriores. Esta documentación se denominará "CARPETA TÉCNICA".

5 RECLAMOS CLIENTES

En caso que el proveedor comercialice productos importados, deberá entregar además la información de los sistemas de calidad de las plantas de origen, condiciones de traslado de productos entre los puntos de distribución, registros de internación de los productos y de los controles a que están sujetos, en caso que corresponda, información de calidad de frigoríficos con los que operan, etc.

En casos de reclamos de los clientes de ARAMARK y/o de ARAMARK en que se cuestione la calidad, atributos o inocuidad alimentaria de algún alimento que incluya algún producto, el proveedor se compromete a realizar una rápida y completa trazabilidad de los productos cuestionados a su entero cargo y costo.

El proveedor entregará a la brevedad los datos que se requieran y realizará la investigación correspondiente. Resulta especialmente relevante la inmediata disponibilidad de registros de control microbiológico y control de materiales extraños.

5 RECLAMOS
CLIENTES



Además, en caso de requerirse por ARAMARK, el proveedor se compromete a entregar su estadística de reclamos a ARAMARK.

Frente a afecciones a las salud o integridad de los clientes de ARAMARK, se realizará una investigación caso a caso y el proveedor se compromete a asumir los costos, gastos e indemnizaciones que corresponda en cada caso, obligándose a mantener a ARAMARK indemne.

6 EVALUACIÓN
PERIÓDICA



ARAMARK podrá realizar una evaluación periódica de la gestión del proveedor que contempla aspectos como: productos faltantes, puntualidad, temperatura e higiene en la recepción, capacidad de respuesta ante reclamos, capacidad de respuesta ante solicitud de información técnica y resultados obtenidos en visitas del Área de Calidad de ARAMARK. Conforme a estas evaluaciones, se podrá requerir al proveedor realizar acciones y comunicaciones pertinentes. En los casos en que el proveedor no entregue soluciones satisfactorias para garantizar la no aparición de materiales extraños, confiabilidad de la cadena de frío y otros aspectos que comprometan la inocuidad de los productos y/o contravengan la legislación vigente, se suspenderán las compras hasta obtener una solución adecuada.

En todo caso, el proveedor deberá mantener indemne a ARAMARK de cualquier responsabilidad que le sea exigida por estos conceptos.

Además, el modelo de Calidad de Abastecimiento comprende el aseguramiento de la calidad de las materias primas, desde que se incorpora un proveedor, hasta que éstas llegan al servicio.

El modelo está basado en:

- ★ Proveedores y/o materias primas seguras.
- ★ Control de variables con alto impacto en la operación.
- ★ Mejora continua.

El sistema tiene como marco de referencia el Reglamento Sanitario de los Alimentos y se complementa con los estándares de calidad ARAMARK, que se encuentran bajo certificación ISO 9001.



SISTEMA DE RECLAMOS ABASTECIMIENTO - MEJORA CONTINUA

PROCESO DE INCORPORACIÓN Y EVALUACIÓN DE
PROVEEDORES

ARAMARK controla el ingreso de nuevos proveedores a la empresa a través del Procedimiento ISO de Incorporación de Proveedores.

Tiene como objetivo establecer y regularizar los pasos necesarios para la incorporación de nuevos proveedores a ARAMARK, evaluando las diversas etapas que componen el proceso.

Entre estas etapas, se desglosa el caso de los alimentos, donde se evalúa la inocuidad de sus procesos a través de inspecciones de la empresa de auditoría externa Bureau Veritas con el check list ISO 9001 de ARAMARK.

En ese sentido, cada proveedor de ARAMARK es caracterizado dependiendo de la criticidad de los alimentos que entrega según se indica en la siguiente tabla.

Clasificación	Calidad	Servicio
	Nivel de exigencia	Nivel de servicio KPI: fill rate
TIPO A	Exigible: ISO 9001/OHSAS 18001/ ISO 14001/ ISO 18000/ HACCP/ BPM/Trazabilidad y Reglamento de Proveedores ARAMARK.	KPI>95% como proveedor preferente.
TIPO B	Exigible: Auditoría ARAMARK/ Incluye BPM. Deseable: Reglamento Proveedores ARAMARK, HACCP, OHSAS, ISO 14001/ ISO 18000.	90%<KPI<95%.
TIPO C	Exigible: Auditoría ARAMARK, Reglamento Proveedores ARAMARK. Deseable: BPM.	KPI<90% como objetivo de evaluación para los programas asociados al desarrollo local de comunidades.

Las auditorías ARAMARK pueden ser de carácter interno o externo y se realizan por medio de una empresa externa: Bureau Veritas, dependiendo del tamaño del proveedor u otras causales.

Los proveedores son clasificados en categorías según la criticidad de sus productos. Éstos se han dividido en 18 grupos; de igual forma se trabaja con los criterios microbiológicos del Reglamento Sanitario de Alimentos (RSA).

En septiembre del período reportado, el Centro de Abastecimiento (CDA) fue auditado por la casa certificadora LATU Sistemas S.A., y en esta verificación el sitio cumplió con los pre-requisitos HACCP (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control), que indican el grado de cumplimiento de las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).

En octubre, la Planta Alpes (C&CLL) fue certificada HACCP, por LATU, con 8 observaciones a trabajar durante 2012.

ARAMARK Chile trabaja con proveedores líderes en sus categorías, preocupándose de establecer relaciones duraderas y que permitan asegurar estándares de servicio y responsabilidad en cada uno de ellos.

ARAMARK Chile espera durante 2012, **implementar un programa de certificación que nos permita ir asegurando el comportamiento responsable de nuestros proveedores y agregarle valor a la cadena de negocios**. Esta certificación considerará los aspectos de salud ocupacional, medioambiente, calidad y responsabilidad social.

De esta forma, existe la verificación de que en cada uno de nuestros proveedores no existan prácticas que puedan vulnerar los derechos humanos o incentiven el trabajo infantil. En esta línea, queremos asegurar que al interior de la compañía no existe trabajo forzoso o realizado bajo coacción, ni menos aún trabajo infantil. ARAMARK Chile apoya este principio del Pacto Global, ya que responde firmemente a su ética corporativa.

Cabe destacar que este elemento se encuentra bajo observación en el proceso de certificación de proveedores que se desarrollará durante 2012.

★ SISTEMA DE RECLAMOS

El sistema de reclamos a proveedores tiene como finalidad corregir en forma sistemática los problemas producidos en la operación que tienen como raíz la desviación de una materia prima.

El sistema de reclamos, con sus respuestas, provee además a nuestros clientes internos de herramientas que les permiten dar respuestas a sus clientes.

★ PLANES A FUTURO

Sistema de reclamos a través del sistema de control y gestión ISIS.

Estudio Vida Útil Planta Alpes.

Evaluación y mejoras de la ISO de Supply Chain.

Incorporación de productos y proveedores de Non Food a los sistemas de calidad.



"Un proveedor se siente orgulloso de venderle a una compañía que es socialmente responsable con sus proveedores, sus clientes y sus trabajadores, porque esta relación cuida la marca. Tanto la propia como la de ellos".

Alejandro Cozzi, VP Supply Chain ARAMARK.

7.3 CLIENTES

7.3.1 NUESTRA PROMESA: AGREGAR VALOR A SU NEGOCIO

ARAMARK Chile busca agregar valor a sus clientes, convirtiéndonos en aliados estratégicos para su negocio.

Para satisfacer este objetivo, la compañía mantiene contacto con ellos, escuchando sus inquietudes y al mismo tiempo proponiendo nuevas estrategias que nos permitan superar a diario nuestras propias metas. Esta relación se construye con dos herramientas principales:

A) **Índice de Valoración de Socio Estratégico o Partnership Value Index (PVI)** - indicador compuesto por 5 grandes ítems:

- ★ Cumplimiento de promesa.
- ★ Superación de propias metas.
- ★ Calificación de nivel de servicio.
- ★ Visualización de nivel de apoyo de contingente en operación por casa matriz.
- ★ Disposición a renovar.

Este indicador se levanta mediante entrevistas anuales con tres actores clave entre nuestros clientes:

- ★ Contacto o contraparte principal.
- ★ Negociador.
- ★ Gerente General.

El rango de puntuación del indicador va de 0 a 100, y a partir de éste se generan tres categorías:

- ★ En riesgo (rojo): requiere de plan de revisión y mejora.
- ★ En stand by (amarillo): requiere una evaluación constante e implementar mejoras.
- ★ Listo para crecer (verde): está preparado para una nueva oferta o implementar un nuevo servicio.

B) **Top to Top** es la segunda herramienta de comunicación con los clientes. Consiste en la interacción cara a cara en que ARAMARK Chile ofrece un almuerzo a los principales ejecutivos de los clientes, en el cual son recibidos por las máximas autoridades de la compañía.

En estos almuerzos, que se desarrollan una vez al año con cada cliente, se discuten temas relevantes respecto a la integración de servicios y sostenibilidad de los negocios conjuntos. Es una herramienta que se empezó a utilizar durante 2011 y que se espera consolidar durante 2012, diseñándose protocolos y métodos de registro de cada una de las actividades.

Con estas importantes herramientas, se sostiene que la compañía procura superar sus metas, demostrando que la premisa PERSONAS AL SERVICIO DE LAS PERSONAS se trabaja día a día; y que la organización se esmera por construir relaciones de valor y de largo plazo con cada uno de sus clientes.



"En nuestras operaciones y servicios establecemos una relación que nos permite comprender las historias de nuestros clientes".
"Atendemos a más de un millón de comensales al día, todos ellos trabajadores de los distintos sectores productivos del país. Tenemos la oportunidad de escuchar y mejorar continuamente nuestros servicios".

María Cecilia Häberle, VP Desarrollo Estratégico ARAMARK.

7.4 USUARIOS FINALES

EL DESAFÍO ES APORTAR A UNA MEJOR CALIDAD DE VIDA

El corazón del modelo de negocios de ARAMARK Chile son las personas, principalmente los usuarios finales de los servicios de alimentación y mantención de espacios de trabajo.

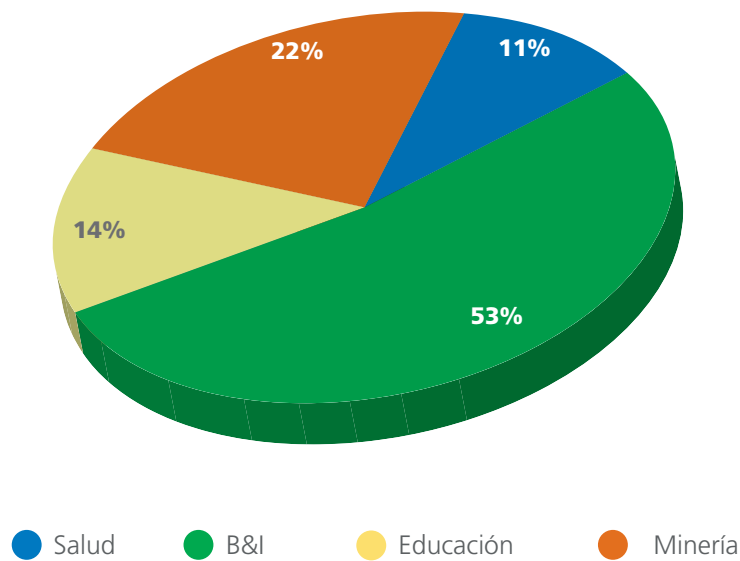
En este punto se busca generar un liderazgo en el mercado. En ese contexto, se declara que ARAMARK Chile no desarrolla acciones de marketing directo. La principal estrategia es ser referentes en las materias que se encuentran en el corazón de sus actividades.

De esta manera, se espera desarrollar para el año 2012 un estudio pionero de calidad de vida en campamentos mineros, así como otras acciones de conocimiento y transferencia de experiencia que permitan mejorar los servicios y agregarles valor a los negocios de las empresas que contratan a la compañía.

Respecto de evaluar el servicio y mantener a la organización informada acerca de la opinión de los usuarios finales, se han desarrollado encuestas trimestrales en cada una de nuestras operaciones, donde se miden cuatro aspectos principales, a partir de una escala de 1 a 7:

- ★ ¿Cómo impacta nuestro servicio su productividad?.
- ★ ¿Cómo afecta su disposición a mantenerse con su empleador?.
- ★ ¿Cómo influye su percepción de satisfacción con su empresa?.
- ★ Recomendación del servicio.

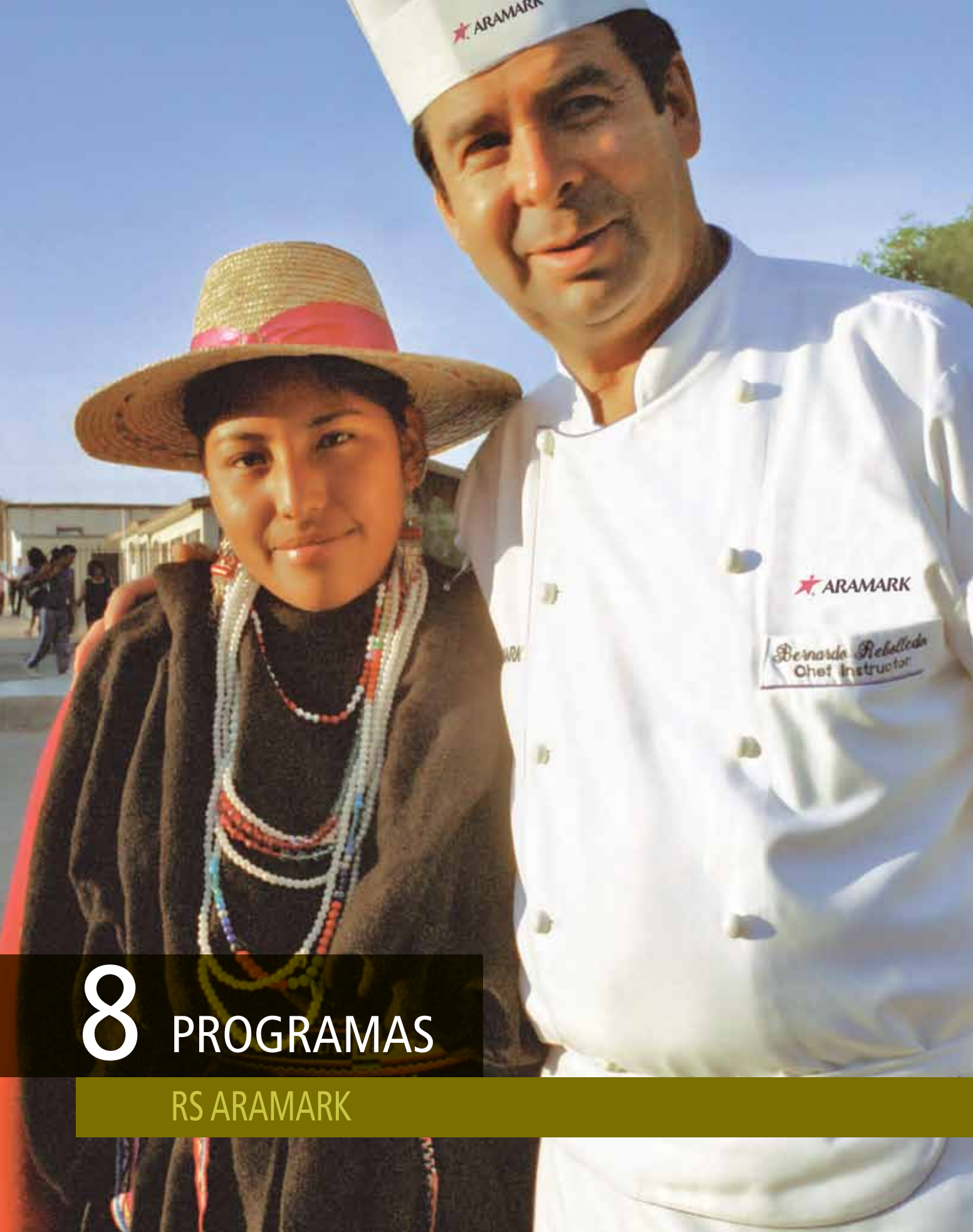
Distribución de % de usuarios evaluados 2011



Si los resultados de esta encuesta dan cuenta de una evaluación entre 1 y 4 en un 12% de los encuestados, inmediatamente se desarrollan planes de alineamiento del servicio, ya que ese nivel de evaluación es riesgoso. Al mismo tiempo, si más del 70% califica entre 5 y 7, se entiende que el servicio tiene aceptación y los planes se centralizan en la mejora.

Durante el año 2011, se aplicó un total de 94.794 encuestas entre nuestras cuatro líneas de negocios, siendo su distribución determinada por el número de operaciones que cada una de ellas incluye.

Los resultados arrojaron que entre todas las evaluaciones, la mayor cantidad de las evaluaciones (67%) se encuentran en la categoría "aceptación del servicio".



8 PROGRAMAS

RS ARAMARK

En ARAMARK Chile se apunta a generar una efectiva adopción de los conceptos y prácticas de la Responsabilidad Social, pues en la compañía la sostenibilidad del negocio y su impacto están fuertemente ligados al respeto y conservación de sus políticas de diversidad.

En concordancia con el espíritu emprendedor de la empresa, ARAMARK Chile desarrolla, entre sus políticas corporativas, programas que pretenden impactar en lo económico y generar un impacto positivo en su entorno y en las relaciones comunitarias.

A continuación, se describen los programas más importantes que se desarrollan bajo estos lineamientos, desglosados en dos grandes áreas: Comunidad y Medioambiente

8.1 VÍNCULO COMUNITARIO

8.1.1 PROGRAMA DE INCLUSION LABORAL DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD PILD

El año 2011, este programa recibió el premio “Contribución Social a la Ubicación Productiva de las personas con discapacidad, categoría fomento al trabajo de las personas con discapacidad, entregado por la Asociación Chilena de Seguridad, ACHS.

El Programa de Inclusión Laboral de Personas con Discapacidad implementa un modelo de intermediación laboral con instituciones expertas en la materia, donde se busca abrir espacios de inserción laboral para Personas con Discapacidad (PcD) al interior de la empresa en alianza estratégica con nuestros clientes.

Las 9 instituciones asociadas al PILD se encargan del soporte para la selección y capacitación de los miembros del programa, del proceso de seguimiento y evaluación previa (al puesto de trabajo) y posterior al desempeño de las PcD. A la vez, las instituciones asociadas contribuyen en el apoyo dado a los trabajadores una vez contratados. Éstas son:

1. Fundación Coanil.
2. Fundación Tacal.
3. Escuela Juan Sandoval Carrasco.
4. Centro de Capacitación de Santiago D-84.
5. Instituto Nacional de Rehabilitación Laboral Pedro Aguirre Cerda.
6. Departamento de Discapacidad Municipalidad de Las Condes.
7. Departamento de Discapacidad Municipalidad de Huechuraba.
8. Fundación Rostros Nuevos.
9. Universidad Central.

Previo al ingreso de la persona con discapacidad a un contrato se realiza una jornada de sensibilización al personal para generar espacios de empatía y mayor compromiso de los trabajadores con el programa y con la persona con discapacidad incluida.

El modelo integra, dentro de las operaciones de ARAMARK, prácticas laborales o contratos a plazo fijo de PcD recomendadas y monitoreadas por las instituciones colaboradoras. Tras un período de tres meses de seguimiento se determina, entre el administrador de la operación y la institución asociada, la contratación indefinida de la PcD, como se grafica a continuación:

Fase I

Área Responsabilidad Social ARAMARK

- Gestiona lugar de práctica.
- Comunica con institución asociada.

Instituciones Asociadas

- Evalúan puesto de trabajo.
- Proponen PcD.

Fase III

PcD

- Firma convenio de práctica o contrato a plazo fijo (1 y 2 meses).

Instituciones asociadas

- Acompaña entrega de documentos y primer día de práctica.

Fase V

Evaluación final

- Última ficha de seguimiento.

Operación e instituciones asociadas

Fase II

Operación

- Entrevista a PcD y acepta práctica.

Área Responsabilidad Social ARAMARK e instituciones asociadas

- Jornada de sensibilización.
- Equipo receptor.

Fase IV

Práctica

- 3 meses.

Instituciones asociadas

- Seguimiento quincenal (aplicación ficha de seguimiento).

CONTRATACIÓN



Operaciones
Inclusivas



8.1.2 PRIMER ENCUENTRO DE OPERACIONES INCLUSIVAS



Durante el año 2011, el Programa de Inclusión Laboral de Personas con Discapacidad quiso poner en valor a las operaciones que son parte y alma del programa.

Es así como se llevó a cabo el 4 de agosto de 2011, el Primer Encuentro de Operaciones Inclusivas, donde se reflexionó acerca de los resultados y conclusiones de la evaluación realizada al programa y, a la vez, se reconocieron las operaciones con PcD.

La conclusión central de este encuentro fue "renovar el compromiso de la organización con la inclusión laboral de la discapacidad, y al mismo tiempo trabajar en la construcción de herramientas o instrumentos que contribuyan a la permanencia de las PcD".

A este encuentro asistieron más de 70 personas entre administradores de las operaciones inclusivas, jefes de operaciones, prevencionistas de riesgo, instituciones asociadas al programa y clientes.

En la ceremonia, a la que concurrieron representantes de los contratos de operaciones en los que trabajan personas con discapacidad, ARAMARK otorgó reconocimiento a 35 operaciones inclusivas que hasta ese momento tenían personas con discapacidad contratadas.

PRIMER ENCUENTRO OPERACIONES INCLUSIVAS



Pablo Achurra, Alex Cerda e Iván Mergudich.



Pablo Achurra y Sofía Santelices.



Gustavo Soto, Alejandro Bustos y Bernardo Artiaga.



Cecilia Häberle, Ana María Riquelme e Iván Mergudich.

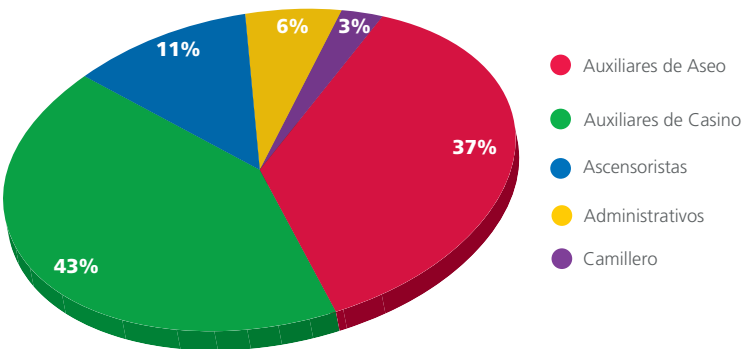


Yudith Rosen, Hugo Ramírez y Pablo Achurra.

8.1.3 DESEMPEÑO E INDICADORES DEL PROGRAMA

Desde los inicios del programa han pasado por él 133 personas, de las cuales 68 se encuentran trabajando con contrato indefinido. Durante el año 2011, realizaron práctica 37 personas con discapacidad en las distintas instalaciones de ARAMARK, quedando contratadas 21 de ellas. Las prácticas se efectuaron en los siguientes puestos laborales:

Prácticas personas con discapacidad por Cargo 2011



Las operaciones inclusivas participantes de este programa se encuentran en todas las líneas de negocio (Alimentación de Empresas, Industrias, Salud, Educación y Mantenición en Salud). A diciembre de 2011 existen 38 operaciones inclusivas.

Un aporte importante de este programa son las estadísticas que permiten derribar prejuicios instalados acerca de las personas con discapacidad, por ejemplo, que éstas faltan menos al trabajo que un trabajador sin discapacidad. En términos concretos se ha comparado el ausentismo de personas con discapacidad y sin discapacidad en similares cargos y se ha establecido que las primeras faltan menos injustificadamente (0,25 día) comparado con personas sin discapacidad (1,26 día) y con licencias injustificadas (personas con discapacidad 0,66 día; personas sin discapacidad 2,06 días), como se presenta en el cuadro a continuación.

Ausentismo promedio 6 meses (Ene. - Jun. 2011)		
	Diás falta injustificada/ Dotación equivalente	Días licencia injustificada/ Dotación equivalente
Discapacitados	0,25	0,66
No discapacitados	1,26	2,06

8.1.3.1 SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD 2011

Se desarrolló un estudio que permitió evaluar las condiciones actuales de las PcD, con contrato indefinido, actualizando el conocimiento que existe del programa y estableciendo una línea base de calidad de vida de las PcD. Sus principales conclusiones son:

- ★ Las PcD trabajan en equipos pequeños (61% hasta 40 personas), más familiares, que facilita su inclusión.
- ★ Al menos la mitad de los trabajadores no ha sido sensibilizada con respecto a la discapacidad.
- ★ La mayoría de las PcD tiene hobbies, vive con familiares y tiene cierta independencia económica. Sus trabajos los han ayudado a su proceso de autonomía.
- ★ El PILD es un programa con al menos 5 años de experiencia, lo que ha permitido que la preocupación no se centre sólo en la colocación.

Del estudio se destacan los siguientes indicadores:

Sobre calidad de vida:

- ★ Sólo el 4% de las PcD admite no tener actividades extraprogramáticas y la mayoría hace deporte, sale con amigos y otras.
- ★ El 91% vive con familiares directos.
- ★ Un 74% administra de manera independiente sus recursos.

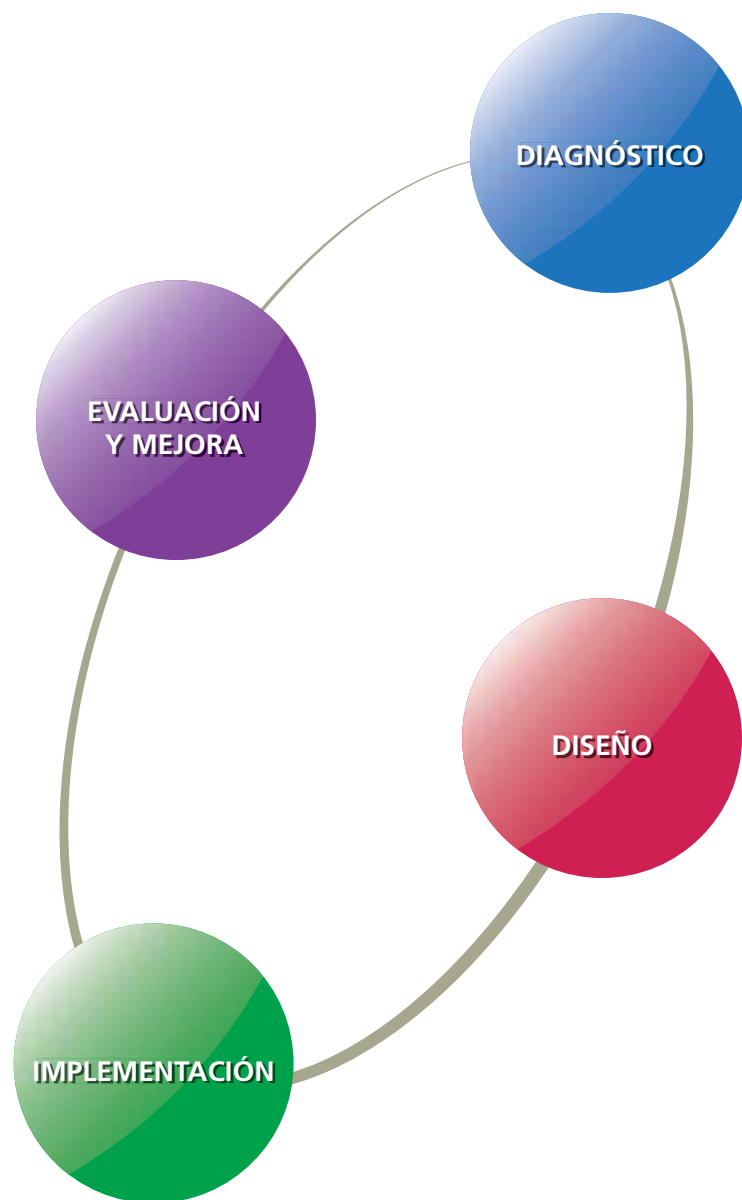
Por último, con la aplicación del PILD en ARAMARK Chile, se validan y legitiman las operaciones inclusivas como contratos que demuestran voluntad y vocación para convivir con personas con discapacidad, aceptando la diferencia y la diversidad como valores relevantes.

8.1.4 PROGRAMA DESARROLLO DE PROVEEDORES Y COMPRAS LOCALES

El programa favorece la identificación de la producción hortofrutícola de las distintas zonas de influencia de las operaciones de ARAMARK. Una vez identificadas las materias primas y sus productores, se genera un diagnóstico que genera de manera participativa un procedimiento de compras que se funda bajo el concepto de la asociatividad, entendida como una herramienta capaz de articular cadenas comerciales que involucren la participación directa de ARAMARK como promotor del programa, a los productores locales como los proveedores de las materias primas y a los clientes de ARAMARK como consumidores finales del proceso, quienes aportan por medio de sus programas de RSE, apoyo y asesoría técnica.

El programa responde a un modelo de intervención comunitaria desarrollado por ARAMARK que se fundamenta en una metodología etnográfica.

Modelo de intervención comunitaria ganador Premio AMCHAM 2007



MEJORAS 2011

Durante el año 2011, como parte de la evaluación y mejora del programa, se llevó a cabo:

- ★ Rediseño de la organización de productores, promoviendo su fortalecimiento.
- ★ Revisión de procedimientos de compras locales de productos hortofrutícolas y su inserción.
- ★ Identificación y encadenamiento de actores en el territorio. Por ej.: clientes de ARAMARK, instituciones públicas.
- ★ Auditoría en terreno a productores del programa por parte de la certificadora internacional Bureau Veritas. Se revisó su gestión de calidad, prácticas y manufactura, la fabricación y la producción. Esto permitió identificar y medir la brecha de calidad de los productores v/s los estándares de ARAMARK.

A la luz de estos resultados, se generó una **alianza público-privada** con INDAP, con el fin de dar soporte productivo, disminuir la brecha de calidad y potenciar la autonomía de los productores. Junto con esto, se desplegó un componente de fortalecimiento organizacional, que intenta potenciar la identidad empresarial de los productores/as locales.



Iquique 2011: Firma Convenio Marco INDAP- ARAMARK.

ARAMARK e INDAP firmaron el año 2011 un convenio para ejecutar el programa en conjunto con agricultores de Pica y Matilla. De esta manera, se fija como objetivo del programa:



Aportar al mejoramiento en la calidad de vida y el derecho al trabajo de las comunidades cercanas, además de generar y transferir herramientas que les permitan a los pequeños productores ser más competitivos.

Las mejoras al programa permiten definir un Ciclo de Implementación con duración de dos años, donde los productores/as participantes estarán en condiciones de convertirse en proveedores formales con vínculo directo a la compañía (pyme).

CICLO DE IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA



Los productos hortofrutícolas consumidos por los casinos de ARAMARK han experimentado un aumento progresivo de las ventas. El gráfico muestra el número creciente de kilos vendidos por los productores de Pica, Matilla y Quipisca.



En reconocimiento de estas iniciativas, la Cámara Chileno-Norteamericana de Comercio concedió el **PREMIO AMCHAM al Buen Ciudadano Empresarial 2011, Mención Asociatividad**.



Premio AMCHAM al Buen Ciudadano Empresarial 2011.



Pablo Achurra y Juan Carlos Palma, premio AMCHAM

8.1.5 PROGRAMA EDUCACIÓN Y RESCATE CULTURAL

El programa de Educación y Rescate Cultural se implementa a través del diseño educacional-participativo en conjunto con las comunidades de la zona donde existen operaciones de ARAMARK. Su objetivo es:



Traspasar habilidades y herramientas a las comunidades a modo de contribuir al rescate de su identidad cultural.

Se ejecuta por medio de módulos educativos y la entrega de competencias pertinentes por parte de profesionales de la compañía. (Los contenidos tienen como base los módulos de: Inocuidad Alimentaria, Técnicas de Cocina Básica y Prevención de Riesgos Domiciliarios).

El intercambio provocado en los distintos territorios en los que ARAMARK opera permite promover la difusión de su riqueza cultural e identitaria. Dentro de este mismo marco y como una forma de contribuir al quehacer culinario cultural local, cada tres años se han organizado muestras gastronómicas con el fin de mostrar los resultados concretos de esta iniciativa.



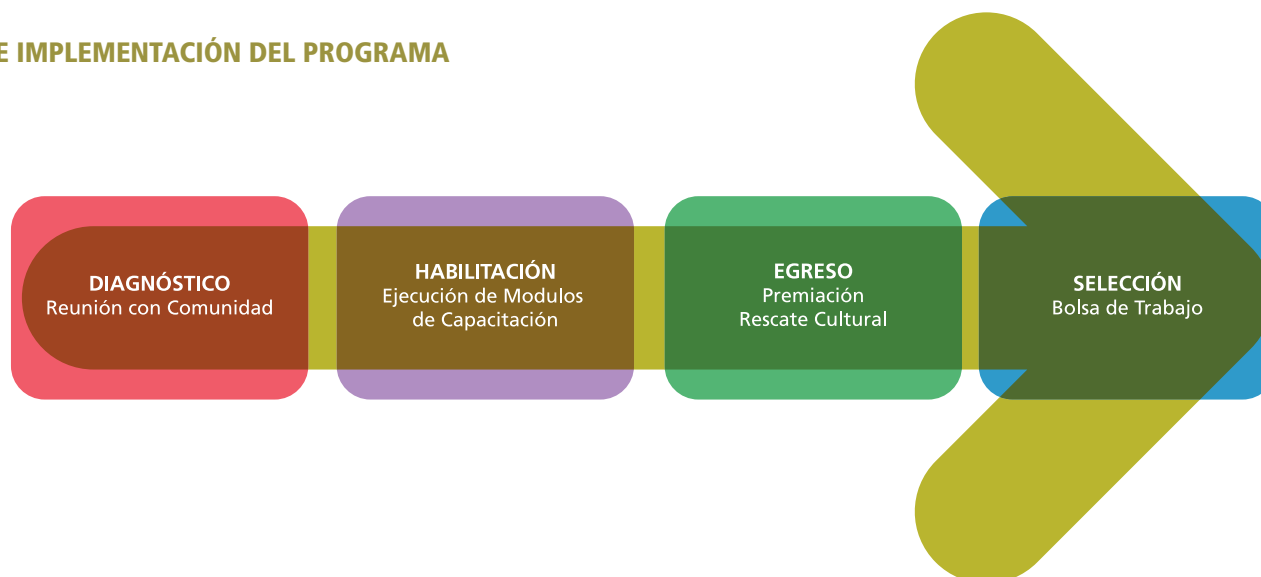
ARAMARK



BOLSA DE TRABAJO

Una vez finalizados los módulos implementados en las comunidades del área de influencia de las operaciones ARAMARK, se genera un acercamiento de las personas que desean trabajar en la compañía y que ya aprobaron los tres cursos incluidos en la inducción de la empresa.

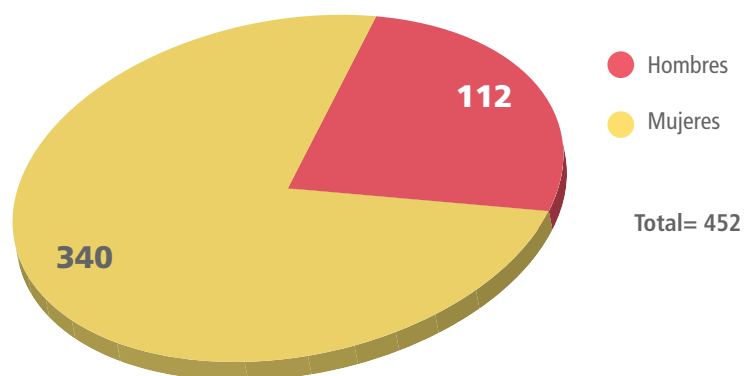
MODELO DE IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA



El programa, en su replicabilidad en otros territorios y respetando la pertinencia, permite contribuir con el quehacer local y cultural de las comunidades rurales y al conocimiento de los trabajadores de ARAMARK, quienes pueden potenciar de manera pertinente las fiestas y celebraciones locales, contribuyendo al mejor aprovechamiento de los recursos y mejorando la calidad y seguridad de sus procesos.

Desde el año 2007, 634 comuneros han sido beneficiarios con el programa. La participación en términos de género se visualiza en el siguiente gráfico:

Beneficiados Programa por Género 2007 - 2011



Históricamente, un 24% de los beneficiarios del programa integra la Bolsa de Trabajo y pasa al proceso de reclutamiento de la empresa.

Del total de usuarios del programa, 210 fueron habilitados durante el período 2011. El 92% evaluó entre Bien - Muy Bien su grado de satisfacción de los conocimientos que ARAMARK le entregó.



Centro de Madres Huatacondo 2011.



Cocina Colectiva para Fiesta Tradicional Huatacondo, I Región. Enero 2011.



8.1.6 PROGRAMA VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Este programa piloto, implementado durante el año 2011, se inserta en la política de Responsabilidad Social de la compañía.

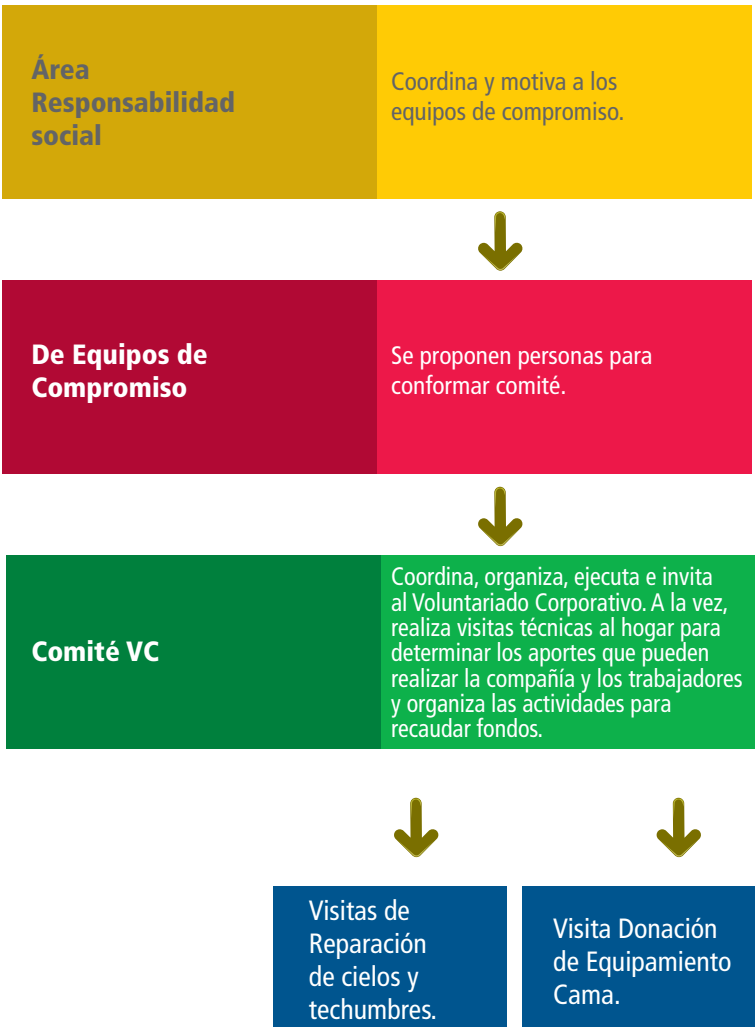
ARAMARK tiene un compromiso social con las personas con discapacidad, entendiendo que son un grupo vulnerable y con poco acceso a la vida laboral. Para esto, ejecuta el Programa de Inclusión de Personas con Discapacidad, donde se genera el vínculo de la compañía con nueve instituciones dedicadas a la intermediación laboral.

El Área de Responsabilidad Social genera un modelo de gestión de este vínculo de manera directa con los trabajadores: Voluntariado Corporativo. El objetivo de este programa es:



Instalar en la organización un modelo sistemático de vínculo solidario de los trabajadores con las instituciones asociadas al Programa de Inclusión de Personas con Discapacidad.

MODELO DE GESTIÓN DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO



Durante el período reportado, el Área de Responsabilidad Social de ARAMARK genera un proceso y criterios de selección de la institución que será beneficiada con las acciones de Voluntariado Corporativo. En 2011 fue seleccionado el Hogar Los Ceibos de Institución COANIL, recinto que alberga a más de 120 niños y jóvenes con discapacidad intelectual leve, moderada y severa. Gran parte de ellos no aplica para procesos de intermediación laboral y debe ser sostenida en un 100% por la Institución.

Entre mayo y diciembre de 2011, el equipo de Voluntariado Corporativo efectuó las siguientes acciones:

- ★ Se realizaron 5 visitas del Equipo de Voluntariado y trabajadores voluntarios de la compañía, a las que asistió un grupo de voluntarios de la empresa. Éstos contribuyeron a que estas mejoras se hicieran realidad, aportando con materiales, conocimiento y herramientas de trabajo.
- ★ Campaña de recolección de ropa para 300 personas y alojamiento completo para 128 camas.
- ★ Reparación de 70 mt² de techumbre.
- ★ Pintura de 550 mt² de muros interiores.

ACCIONES DEL PRIMER VOLUNTARIADO CORPORATIVO



8.2 MEDIOAMBIENTE

8.2.1 HUELLA VERDE

Durante el período 2011, ARAMARK prioriza la generación de un programa que contempla acciones transversales para sus operaciones, mejorando su gestión medioambiental a través de la incorporación de tendencias recomendadas y que van más allá de la normativa nacional, por medio de:

- ★ La incorporación de productos amigables con el medioambiente.
- ★ El fomento de acciones de reutilización y reciclaje.

Impactos levantados y mitigados:

Daño	Acción	Impacto	Operaciones que participan
Volumen de plástico en vertederos	Incorporar bolsas degradables	25% de disminución de aporte de residuos al vertedero	6

8.2.2 PROGRAMA DE MANEJO DE BASURA (CDA - ALPES)

Los Centros de Abastecimiento y Distribución (CDA y ALPES), ubicados en la Región Metropolitana, son eslabones principales de nuestra cadena de suministro, siendo piezas claves para atender nuestras operaciones en Chile. En ambos lugares se producen residuos orgánicos e inorgánicos.

PROCESAMIENTO EN CENTRO DE ABASTECIMIENTO, CDA

1. Residuos orgánicos (trozos de madera, mermas de frutas y verduras en mal estado, mermas de carnes, etc.) se depositan en el compactador disponible en CDA, el cual es retirado por la empresa KDM S.A., que lo deposita en vertederos autorizados.
2. Los papeles y cartones generados en CDA son entregados gratuitamente y retirados diariamente por personas naturales, vecinos de la empresa.
3. Los residuos inorgánicos, desechos plásticos y otros son separados y depositados en el compactador de KDM.

MANEJO DE RESIDUOS EN CENTRO DE DISTRIBUCIÓN ALPES

1. Basura, Productos orgánicos y plásticos (400 k y 26 k, respectivamente). Los desechos son separados y finalmente llegan a vertedero autorizado. Este retiro se realiza de lunes a viernes.
2. Lodos grasos. Tres o cuatro veces al mes se aíslan las grasas (cerca de 1.000 kilos aproximadamente, cada vez) y se llevan a la planta procesadora, donde son tratadas.
3. Limpieza de la cámara decantadora cada 3 meses. Cerca de 24 metros cúbicos de desechos. Son tratados de igual forma que los lodos.

Las operaciones se realizan mayormente dentro de las instalaciones de nuestros clientes, por lo tanto, no se caracterizan por tener un gran impacto negativo en el entorno natural en que se insertan. Sin embargo, ARAMARK asume el cuidado del medioambiente en estrecho vínculo con nuestros clientes, para convertirnos en sus colaboradores en todas las temáticas en que podamos sumarles valor.



Se espera, durante 2012, dar inicio a un programa de reciclaje dentro de las operaciones de la propia compañía en alianza estratégica con la empresa TriCiclos, ganadora del premio Avonni a la Innovación 2011 por sus soluciones de gestión de residuos domiciliarios.

La Central de Abastecimientos (CDA) de ARAMARK recopila información exacta acerca de los desechos que generamos y la forma en que se disponen.

En concordancia con nuestro compromiso con las políticas medioambientales del Pacto Global, consideraremos incorporar en nuestro Reporte GRI información referente a los materiales utilizados en nuestros principales procesos productivos por peso o volumen, el porcentaje de los materiales usados que son valorizados e indicadores relacionados con el consumo directo de energía. Todo, por medio de diagnósticos en terreno que realizará TriCiclos.





9 DESAFÍOS ÁREA

RS 2012

Para el período siguiente y de manera de comprometer un avance en la construcción de una organización socialmente responsable. ARAMARK Chile focalizará su gestión en sumar a los valores de la compañía acuerdos internacionales y estandarizados, así como ISO 26.000:

9.1 CUMBRE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL ARAMARK LATINOAMÉRICA

Se realizará una cumbre de Responsabilidad Social ARAMARK Latinoamérica que busca el alineamiento de Responsabilidad Social para encargados de Chile, Argentina y Perú.

A la vez, pretende que al interior de la organización se pueda profundizar en el conocimiento de la guía ISO 26.000.

9.2 DIFUSIÓN INTERNA DE LA GUÍA ISO 26.000

Con el fin de avanzar en la incorporación de la gestión de Responsabilidad Social con los trabajadores de la empresa, se comenzarán a realizar talleres de ISO 26.000.

La primera área en desarrollar esta intervención en ARAMARK Chile será Minería, entendiendo la importancia que tiene el tema para esta línea de negocio.

9.3 ALIMENTA TU VIDA EN COMUNIDAD

Dentro del acercamiento permanente con las comunidades de la esfera de nuestros clientes, se hace necesario implementar un programa que dé respuesta a los altos índices de obesidad que se están registrando en estas comunidades.

La existencia de operaciones principalmente mineras, donde ARAMARK es socio estratégico, trae mejores ingresos a estas comunidades, que no necesariamente se condicen con mejores niveles de educación y buenos hábitos. Por el contrario, el registro habla de altos índices de obesidad y sedentarismo.

Con ese diagnóstico, se buscará generar para el año 2012 un programa llamado "Alimenta Tu Vida en Comunidad", que educará sobre maneras saludables de cocinar y mejorar hábitos alimenticios, como también propondrá ejercicios que complementen una dieta sana.

La localidad de Baquedano, en la Segunda región, será donde se implementará este programa de forma piloto en conjunto con nuestro cliente Lomas Bayas.

9.4 SEGUNDO ENCUENTRO DE OPERACIONES INCLUSIVAS

Para el año 2012, se espera organizar el Segundo Encuentro de Operaciones Inclusivas, validando estos estamentos como los principales actores de este programa.

Para este evento, se deberán generar herramientas que permitan facilitar la inclusión de personas con discapacidad en más contratos que los que actualmente existen en ARAMARK Chile. Esa es la promesa que nos permite sellar este Reporte de Sostenibilidad 2011.





10 ÍNDICE GRI

N°	DESCRIPCIÓN RESUMIDA	PACTO GLOBAL	PÁGINAS
ESTRATEGIA Y ANALISIS			
1.1	Declaración de alta dirección	1, 10	4-6
1.2	Descripción de principales impactos, riesgos y oportunidades	-	4-6 y 19
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN			
2.1	Nombre de la Organización	-	9
2.2	Principales Marcas, productos y servicios	-	11
2.3	Estructura Operativa de la organización	-	
2.4	Localización de la sede principal de la Organización	-	8 y 9
2.5	Países en que opera la organización	-	8 y 9
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	-	
2.7	Mercados atendidos	-	8-11
2.8	Dimensión de la organización informante	-	10 y 11
2.9	Cambios significativos durante el periodo a informar	-	10 y 11
2.10	Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo	-	15
PARAMETROS DEL REPORTE			
3.1	Periodo que cubre el Reporte	-	4
3.2	Fecha de memoria anterior mas reciente	-	4
3.3	Ciclo de presentación de memorias	-	4
N°	DESCRIPCIÓN RESUMIDA	PACTO GLOBAL	PÁGINAS
3.4	Punto de Contacto	-	21
3.5	Proceso para definir contenido de reporte	-	20
3.6	Cobertura de Reporte	-	4
3.7	Limitaciones del alcance o cobertura del reporte	-	20
3.8	Base para reportar sobre Joint Ventures, divisiones subsidiarias, operaciones tercerizadas y otras	-	20
3.9	Técnicas de medición de datos y bases de cálculos	-	21
3.10	Explicación del efecto de cualquier cambio en la información entregada en reportes previos	-	4
3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicadas en la memoria	-	4
3.12	Tabla que indica la localización de los contenidos básicos de la memoria	-	53
3.13	Políticas y Prácticas de Verificación externa del reporte	-	21
GOBIERNO, PARTICIPACIÓN Y COMPROMISOS DE LOS GRUPOS DE INTERES			
4.1	Estructura de Gobierno de la Organización	-	12
4.2	Funciones del presidente o máximo ejecutivo.	-	12
4.3	Estructura Directiva	-	12
4.4	Mecanismos de comunicación y recomendación de accionistas y empleados	-	22-32
4.5	Vinculo entre retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos acuerdos de abandono de cargo) y el desempeño de la organización.	-	12
4.6	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para evitar conflictos de intereses	-	16
4.7	Procedimiento de determinación de la composición, capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno.	-	12

N°	DESCRIPCIÓN RESUMIDA	PACTO GLOBAL	PÁGINAS
4.8	Declaración de misión y valores, códigos de conducta y principios para el desempeño económico, ambiental y social de la organización	-	40
4.9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión por parte de la organización del desempeño económico, ambiental y social, incluyendo riesgos y oportunidades relacionadas.	-	12
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño del máximo órgano de gobierno.	-	12
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	-	19
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	-	15 y 45
4.13	Membrecía en asociaciones y entes nacionales e internacionales a los que apoya	-	15
4.14	Relaciones con grupos de interés que la organización ha incluido en el reporte.	-	22
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés.	-	22
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de grupos de interés, incluidas frecuencias de su participación por tipos y categoría	-	22-32
4.17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés.	-	22-32
INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONOMICO			
EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costos de operación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	-	10
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	7	4-6
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficio social.	-	35
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	-	38
EC5-A	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar por género comparado contra el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	1	34
N°	DESCRIPCIÓN RESUMIDA	PACTO GLOBAL	PÁGINAS
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	-	48
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	6	12
INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIO AMBIENTAL			
EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	8	50
EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	8 y 9	50
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	8	50
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	8	51
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	7-9	50 y 51
EN27	Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de empaque, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	8,9	50
INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: DERECHOS HUMANOS			
HR5	Operaciones de la empresa y de proveedores significativos identificados en las que el derecho a libertad de asociación y de negociación colectiva puedan correr importantes riesgos, y las medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	1-3	37
HR6	Operaciones de la empresa y de proveedores significativos identificados que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	1,2,5,9	40,41,42,43,44,45,46
INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL:PRACTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO			
LA1	Total de trabajadores por tipo de empleo, contrato de trabajo y región, desglosadas por género.	-	35 y 36
LA2	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	6	38 y 39
LA3-A	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	-	35 y 36

LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un contrato colectivo de trabajo.	1,3	35
LA6-A	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo..	1	29, 30, 36
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por género.	1	38
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	1	39
LA9-A	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	1	36, 37, 50
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	-	39
LA11-A	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	-	39
LA12-A	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, por género.	-	39
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por género, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	1,6	22, 35
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional y por actividad principal.	1,6	35
LA15	Tasas de retorno al trabajo y de retención después de la licencia parental, por género.	-	38
INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: RESPONSABILIDAD DEL PRODUCTO			
PR5-A	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	-	46-48
PR6	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	-	4 y 6
PR9	Valor monetario de sanciones y multas significativas derivadas del incumplimiento de leyes y reglamentos relativos a la provisión y utilización de productos y servicios.	-	29
INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: SOCIEDAD			
SO2	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	10	23-25
SO3	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	10	25
SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	10	25
SO5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	1-10	25
SO8	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	-	29
SO9	Operaciones con importantes impactos negativos potenciales o reales en las comunidades locales.	-	61
SO10	Medidas de prevención y mitigación en operaciones con importantes impactos negativos potenciales o reales en las comunidades locales.	-	61









Este papel proviene de bosques manejados en
forma sustentable y fuentes controladas.