



**REPORTE DE
SOSTENIBILIDAD**
SUDAMÉRICA
2014



aramark

ÍNDICE



1. MENSAJE DEL PRESIDENTE DE ARAMARK LATINOAMÉRICA, ENRIQUE CAMARGO	4
2. ALCANCES DEL REPORTE	10
3. ADHESIÓN A PACTO GLOBAL DE NACIONES UNIDAS	20
4. POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	24
5. ARAMARK: ESTRELLAS DEL SERVICIO	30
6. PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS	36
7. EXCELENCIA: NUESTRO MODELO DE GESTIÓN	42
8. ARAMARK SUDAMÉRICA Y SU GOBIERNO CORPORATIVO	48
9. ÉTICA CORPORATIVA Y CÓDIGO DE CONDUCTA	58
10. DIMENSIÓN ECONÓMICA	68
11. NUESTROS TRABAJADORES	78
12. NUESTROS PROVEEDORES	124
13. NUESTROS CLIENTES	140
14. DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL	148
15. COMPROMISOS SOCIALES Y COMUNITARIOS	170





**MENSAJE
DEL
PRESIDENTE**



Enrique Camargo,
presidente
Latinoamérica

“Durante el año fiscal 2014, el foco de nuestro trabajo estuvo en extender la nueva estrategia de la compañía a nivel global, centrado en el Modelo de Excelencia propuesto por nuestro CEO Eric Foss”.

1. MENSAJE DEL PRESIDENTE DE ARAMARK LATINOAMÉRICA, ENRIQUE CAMARGO

Estamos orgullosos de presentar el cuarto Reporte de Sostenibilidad de Aramark. Durante el año fiscal 2014, período en que Aramark también se abrió a la bolsa de valores de Nueva York, el foco de nuestro trabajo estuvo en extender la nueva estrategia de la compañía a nivel global, centrado en el Modelo de Excelencia propuesto por nuestro CEO Eric Foss. Diseñado en base a pilares esenciales, este busca dar respuesta a los compromisos económicos, sociales y ambientales con el entorno donde estamos insertos.

El primer acercamiento del Modelo de Excelencia en Sudamérica fue a través de un taller de capacitación a todos los líderes de la región, en noviembre de 2013. A partir de este hito, su socialización hacia el resto de la compañía se ha llevado a cabo en cascada y por etapas, mediante una agenda definida para el año fiscal 2015, gracias a la cual los más de 20.000 trabajadores serán entrenados sobre el nuevo modelo.

Para dar soporte al crecimiento del negocio, hemos modificado nuestras estructuras internas y confiado en cada uno de nuestros trabajadores, de manera de cumplir nuestro objetivo de establecer una sola forma de hacer las cosas, estandarizada, medible y reconocible en todo el mundo como el modelo de gestión de Aramark.

Además, en 2014 se conformó la Vicepresidencia Comercial y Desarrollo de Negocios y la Dirección de Opx (Excelencia Operacional), ambas orientadas a dar soporte a estos nuevos cambios y al modelo de negocio con una planificación exitosa.

Las industrias de nuestros clientes en la región enfrentaron diferentes complicaciones económicas y retraimientos de los mercados. Esto nos impulsó a optimizar aun más los recursos y a comprometernos a mejorar los niveles de eficiencia, asegurando la entrega de un servicio de calidad con foco en la productividad.

En Perú, ha sido dificultosa la ampliación de nuevos negocios en la industria minera. Por ello, hemos planificado buscar nuevos horizontes para ofrecer servicios integrales en otros mercados y posicionarnos como líderes del servicio.

En tanto, Argentina está afectada por la realidad económica e inflacionaria, lo que lógicamente permea a nuestra industria. Sin embargo, hemos querido impulsarnos como una compañía preocupada de las personas y garante de estabilidad laboral para los colaboradores trasandinos.



Lamentamos que la violencia política y la fragilidad de la seguridad pública afecten a muchas ciudades de América Latina. En Colombia, nuestras operaciones y clientes se han visto impactados en este sentido. Hemos experimentado muy cerca la coyuntura en ciertas zonas del país, debiendo reforzar nuestras instalaciones y compromiso con las comunidades locales. Empatizamos con las familias de nuestros colaboradores y las localidades donde nos insertamos y les brindamos nuestro permanente apoyo, porque entendemos la continua amenaza que se vive en algunos lugares.

En Chile, enfrentamos desafíos operacionales y financieros. Hemos empoderado a nuestra organización, demostrando que somos líderes del servicio y que, cuando las personas tienen un compromiso y pasión por su trabajo, pueden enfrentarse a cualquier dificultad y superarla. Es por ello que durante 2014 lideramos el mercado en nuevos contratos mineros, a través de la experiencia demostrada en los proyectos de Sierra Gorda y Minera Escondida, donde atendimos diariamente a más de 10.000 comensales con nuestros servicios integrales.

EMPRESA DE PERSONAS AL SERVICIO DE LAS PERSONAS

Nos parece fundamental el rol de cada uno de los líderes de nuestra compañía, considerando que ellos son claves en las decisiones y en la creación de un ambiente laboral favorable a la comunicación, comprensión y sensibilidad hacia las personas. Escuchar a nuestros colaboradores es un deber y un desafío diario que permite impulsar el éxito de este negocio.

En materia laboral, Chile tuvo reducidas tasas de desempleo y dificultad para retener y atraer talento. Esto impulsó a la compañía a gestionar de manera eficiente el recurso humano, constituyéndose este ítem en un pilar de nuestro modelo de gestión, lo cual se replicó en los demás países de la región.

Para ello, se trabajó ampliamente en los resultados de la encuesta de compromiso, estableciendo lineamientos claros en materias de capacitación, desarrollo de talentos y gestión de la diversidad.

Así también, como compañía tenemos un compromiso claro con la inclusión y la diversidad. Por ello, fuimos partícipes de la conformación inicial del programa “+ Diversidad” de Acción RSE, el cual plantea a las empresas compromisos y desafíos en esta materia para ser cumplidos en un período de tres años.

Por otro lado, nuestro relacionamiento sindical durante 2014 estuvo marcado por las negociaciones anticipadas, llegando a cero huelgas durante el período reportado y contemplando un trabajo asociativo con los sindicatos y las asociaciones sindicales.

Para nosotros, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es la base de nuestra gestión, ya que somos una empresa de personas y son estas nuestro primer foco para impactar positivamente en sus vidas. Fundación Coanil, Amcham y Senadis ya han reconocido a Aramark como una empresa preocupada de su impacto en los trabajadores, gracias a su Programa de Inclusión Laboral. Por segundo año consecutivo, hemos sido premiados llenando de orgullo a nuestras operaciones y dándole relevancia a nuestro trabajo colaborativo con distintas entidades sociales. En 2014, incluimos a 29 personas en situación de discapacidad, provenientes de ocho de las 16 instituciones con las que Aramark tiene convenios.

Por otra parte, el Programa de Desarrollo de Proveedores ha sido fortalecido, convirtiéndose en punta de lanza en las comunidades locales del norte y sur de Chile. Hemos capacitado a los pequeños productores, entregado herramientas para sus emprendimientos y estrechado el lazo de compra local en los sectores de Pica, Matilla y Quillagua.

A su vez, se replicó por tercera vez el Programa Súbete al Tren de la Vida en Chile.

Todo lo anterior da cuenta de que hemos tenido grandes avances y logros, sin embargo, tenemos tareas pendientes. El ámbito medioambiental es desafiante. Ocuparse de los residuos, gestionar de manera eficiente los productos e incorporar proveedores que salvaguarden el medioambiente, son algunas de las estrategias para abarcar esta área. Por ello, Aramark se ha propuesto para este año impulsar con fuerza el Programa Huella Verde, para controlar nuestros desechos y avanzar en una metodología que nos permita disminuir nuestros impactos ambientales.

Además, tenemos la tarea de avanzar en replicar el Programa de Desarrollo de Proveedores y Compras Locales en otras localidades del país, haciendo de esta una práctica permanente de abastecimiento.

Respecto a los trabajadores, se espera aumentar sus horas de formación, impulsando con fuerza los programas de desarrollo de talentos y aumentando la igualdad de oportunidades para las personas en situación de discapacidad. Queremos darles la oportunidad de desarrollo y progreso laboral al interior de la organización.

Finalmente, queremos agradecer todas las observaciones que nos permitan enriquecer nuestra gestión y forma de reportar, tanto para mejorar nuestro reporte como para seguir avanzando en el crecimiento responsable y sostenible en el que Aramark está comprometido.



2.

The image features a close-up of a woven basket filled with ripe, red tomatoes. The basket is set against a background of coarse, light-colored burlap fabric. A large, semi-transparent red circle is overlaid on the left side of the image, partially covering the tomatoes and the basket's edge. The text 'ALCANCES DEL REPORTE' is written in white, bold, sans-serif capital letters across the red circle.

ALCANCES
DEL
REPORTE

2. ALCANCES DEL REPORTE

Este es el cuarto Reporte de Sostenibilidad de Aramark Sudamérica. Lo hemos preparado de acuerdo a los principios que la empresa adscribe en su gestión en la guía ISO 26000 (norma a la que se adhiere con la finalidad de entender la responsabilidad social, la relación con sus grupos de interés y el vínculo comunitario, comprendiendo su incidencia en la cadena de valor de nuestros clientes. En ese sentido, se compromete con el valor de la transparencia y la rendición de cuentas, principio que consiste en “rendir cuentas por sus impactos en la sociedad, la economía y el medioambiente”).

En él, damos cuenta de los aspectos más destacados de nuestra gestión en las dimensiones social, ambiental y económica, entre el 1 de octubre de 2013 y el 30 de septiembre de 2014, de acuerdo a los informes financieros y revisión de resultados anuales desde nuestra casa matriz en EE.UU.

Adicionalmente, constituye una comunicación de progreso con respecto a los compromisos adquiridos por Aramark al suscribir los diez Principios del Pacto Global de Naciones Unidas, donde integramos el Directorio a través de nuestro vicepresidente de recursos humanos y asuntos corporativos Aramark Latinoamérica, Iván Mergudich.

2.1. LÍMITES Y ALCANCES

En este reporte exponemos la gestión de Aramark Sudamérica con sus operaciones en Chile, Perú, Colombia y Argentina, teniendo

presente que sus pilares en materia de sostenibilidad son: el gobierno corporativo y su gestión en la organización; la promoción y protección de los derechos humanos; las prácticas laborales; el medioambiente; las prácticas justas y valores de anticorrupción en las operaciones; el comercio responsable y su permanente relación con nuestros trabajadores, clientes, proveedores y comunidades.

2.2. METODOLOGÍA DE ELABORACIÓN

La metodología utilizada para la elaboración del Reporte de Sostenibilidad responde a las indicaciones pertinentes en la guía GRI 3.1. Global Reporting Initiative. En el levantamiento de información participó un equipo multidisciplinario y transversal de las diferentes áreas, que contó con la coordinación de un líder y los especialistas en responsabilidad social.

En nuestro reporte anterior, habíamos propuesto continuar con la metodología GRI 4, sin embargo, por motivos de fechas, las diversas áreas de la compañía trabajaron en base a la metodología GRI 3.1. Esperamos para el reporte del año fiscal 2015, implementar GRI 4.

En el siguiente cuadro, se presenta una síntesis de las actividades realizadas en la empresa, de acuerdo a la metodología GRI:

INDICACIÓN GRI 3.1	ACTIVIDAD REALIZADA	DESCRIPCIÓN
Planificación	Reunión inicial de planificación Reporte Sostenibilidad FY 2014 de equipo RSE.	Evaluación de impacto esperado del Reporte de Sostenibilidad y aspectos a mejorar.
		Tiempos de lanzamiento del reporte.
		Responder indicadores estándar para los cuatro países.
		Consultar a los grupos de interés a nivel regional.
		Mejorar equilibrio entre DMA (Disclosure Management Approach, siglas en inglés) e indicadores.
	Generar estrategia de comunicación del Reporte de Sostenibilidad.	
	Revisión de prensa interna y externa del período.	Revisión de documentos oficiales de la compañía: procedimientos, políticas y declaraciones.
Revisión material de prensa y bibliográfico.		
Levantamiento de los principales temas gestionados por la organización.	Entrevistas a los country managers de los cuatro países en que Aramark Sudamérica tiene operaciones. Análisis de los objetivos, liderazgos y procesos de gestión desde la sostenibilidad del negocio.	
Conectar	Consulta a grupos de interés.	Consulta vía mail a trabajadores, proveedores y clientes de los cuatro países donde Aramark Sudamérica tiene operaciones.
Definición	Reunión de country managers para la sostenibilidad.	Formación de siete mesas temáticas sobre sustentabilidad. De ellas, se extrajeron los principales aspectos a mejorar del contenido del Reporte de Sostenibilidad.
	Definición de materialidad.	Con la información de la consulta a los grupos de interés, el contexto, los DMA y antecedentes de los líderes en sostenibilidad, se seleccionaron las principales temáticas de este reporte.
Supervisión	Solicitud y recepción de indicadores.	Se aplicó una pauta estándar a los diversos países, solicitando datos sin procesar, procesados y tablas o gráficos que dieran cuenta de la información. Los datos fueron visados por los interlocutores responsables. Esto se comenzó en marzo de 2015 y finalizó en mayo de 2015.
Comunicación	Redacción del reporte.	Redacción del reporte paralelo a la recepción de indicadores. Coordinación de estrategia de comunicación y diseño.

2.3. CONSULTA A LOS GRUPOS DE INTERÉS Y DEFINICIÓN DE MATERIALIDAD

Los contenidos de este reporte los determinamos evaluando los temas más relevantes para la industria, la contingencia nacional de cada país y los principales impactos sociales, ambientales y económicos en el período reportado. Todo esto, considerando los principios contenidos en GRI.

Se revisaron los impactos, riesgos y oportunidades que afectan la sostenibilidad; la importancia de temas para los grupos de interés y la relevancia para la organización de acuerdo a sus valores, políticas y acciones. Para ello, se consideraron:

a) Contexto externo: abordamos los ámbitos laboral, político, ético, económico, social y medioambiental de cada país a través de revisión de prensa y análisis descriptivo del contexto externo.

b) Revisión y documentación: contemplamos las principales políticas y procedimientos establecidos en el período.

c) Consulta: realizamos tres instancias de consulta para identificar los temas relevantes para los grupos de interés de Aramark Sudamérica:

- Entrevistas a gerentes del Regional Management Team (RMT) sobre gestión y sostenibilidad.
- Encuestas a través de mail a clientes, trabajadores y proveedores.
- Encuentro con jefaturas de cada país.

Entrevistas a Regional Management Team (RMT): realizamos entrevistas guiadas individuales a 40 ejecutivos para analizar el desarrollo y ejecución de las prioridades estratégicas de Aramark Sudamérica durante el FY 2014, a partir del Marco de Excelencia y su relación con la sostenibilidad y el negocio.

Durante este proceso, se recogieron las metodologías de trabajo, desempeño y objetivos planteados en cada filial. En este sentido, podemos destacar la consistencia entre el Modelo de Excelencia y la gestión sustentable efectivamente realizada por los líderes durante el FY 2014.



Camino a la excelencia

- Articulación con otros actores.
- Automatización de los procesos.
- Continuidad operacional.
- Líderes de gestión.
- Seguridad ocupacional asociada a la productividad.



Estrategia

- Alianza regional.
- Dar soporte al crecimiento.
- Consolidación de nuevos equipos de trabajo.
- Modelo de gestión de la excelencia.
- Nuevos negocios.
- Propuesta de valor para ser líderes del negocio.



Gestión laboral

- Educar a los trabajadores.
- Importancia de la accidentabilidad y la conciencia de seguridad ocupacional.
- Compromiso con los empleados.
- Desarrollar incentivos para la retención.
- Mejorar con la rotación.
- Eficiencia y productividad de la mano de obra.
- Las personas dan soporte al crecimiento.



Materia prima

- Planificación exitosa.
- Eficiencia y productividad de la materia prima.
- Necesidad de mejorar la planificación.
- Gestión de las operaciones base para la eficiencia.

Entregar herramientas y sistemas que permitan actividades eficientes

- Búsqueda de eficiencia y estandarización de herramientas.
- Necesidad de simplificar el proceso.
- Herramientas que perduran.
- Nueva y exitosa forma de operar.
- Búsqueda de innovación y productividad.
- Cumplir con las expectativas de los clientes.
- Servicio eficiente.

Construir competencias

- Búsqueda de compromiso de los trabajadores.
- Mejorar el clima laboral.
- Alianzas con otros actores.
- Educar a los trabajadores.
- Importancia de las personas y los roles.

Reforzar la cultura del reconocimiento

- Cambios en los equipos.
- Generar una nueva cultura organizacional.
- Reconocimiento de la diversidad.
- Potenciar el desarrollo de carrera.

Encuestas a clientes, trabajadores y proveedores: consultamos a los diferentes públicos objetivo sobre los diversos temas de interés relacionados con la gestión de Aramark Sudamérica. Para ello, utilizamos el correo electrónico, con acceso a la plataforma Encuestafacil.com.

La muestra de los encuestados de los cuatro países de la región fue la siguiente:

GRUPO DE INTERÉS	TOTAL UNIVERSO	TOTAL RESPUESTAS	% DE RESPUESTA
Trabajadores	3.410	639	18,7%
Clientes	282	130	46,1%
Proveedores	1.729	126	7,3%

Les preguntamos: qué temas les gustaría conocer en relación a la sostenibilidad de Aramark Sudamérica. La ponderación de las respuestas fue la misma para todos los grupos de interés consultados.

La priorización de temas de los grupos de interés fue la siguiente, según la dimensión:

- **Ámbito económico:** la participación en el mercado es el aspecto más relevante, seguido del desempeño económico; en tercer lugar, se encuentran los impactos económicos indirectos.
- **Ámbito ambiental:** están interesados en conocer más sobre los materiales utilizados para el proceso de producción y el cumplimiento de la normativa en materias medioambientales.
- **Ámbito laboral:** la mayor inquietud está en conocer acerca de la capacitación, formación y educación de los trabajadores, y, en igual medida, sobre la caracterización y beneficios que tienen.
- **Derechos humanos:** priorizan los conocimientos sobre la labor e inversión de Aramark en aspectos relacionados con políticas de respeto a los derechos humanos y de no discriminación. Además, están interesados en informarse sobre temas de corrupción y transparencia, y sobre los tratamientos y planes con la comunidad.

- **Clientes y/o públicos externos:** prefieren conocer más acerca de los aspectos de salud y seguridad del cliente y, en segundo lugar, obtener información sobre servicios y etiquetado de productos.

Encuentro con jefaturas de cada país: implementamos el World Café para la Sustentabilidad, en el cual se analizó el Reporte de Sostenibilidad Aramark Sudamérica FY 2013 y todo lo mejorable para el actual período. En este encuentro, identificamos los temas relevantes relacionados con la sostenibilidad en estos tres ámbitos:

- **Laboral:** se busca avanzar en la gestión de la diversidad, especialmente en la incorporación de la mujer, además de la sensibilización y capacitación en el respeto a los derechos humanos.
- **Medioambiental:** se quiere implementar un sistema de identificación de residuos y relevar la gestión ambiental en la cadena de valor durante el FY 2015.
- **Económico:** se analizó planificar inversiones en temáticas de sostenibilidad y a nivel local.

Además, consultamos a los grupos de interés sobre la forma de comunicación del reporte 2014. Más del 90% de los consultados señaló que le gustaría recibir la versión completa de este en formato PDF vía email.



2.4. NIVELES DE APLICACIÓN

Basados en las orientaciones metodológicas de Global Reporting Initiative (GRI), declaramos a Aramark Sudamérica con un nivel de aplicación B, considerando la cantidad de indicadores exigidos para reportar por este nivel.

NIVEL DE APLICACIÓN B: INDICADORES

Información sobre el perfil según G3.	Informa sobre: 1.1 2.1 - 2.10 3.1 - 3.8, 3.10 - 3.12 4.2 - 4.4, 4.14 - 4.15	Informa sobre todos los criterios enumerados en nivel C además de: 1.2 3.9, 3.13 4.5 - 4.13, 4.6 - 4.17	Los mismos requisitos que el nivel B.
Información sobre el enfoque de gestión según G3.	No es necesario.	Información sobre el enfoque de gestión para cada categoría de indicadores.	Información sobre el enfoque de gestión para cada categoría de indicador.
Indicadores de desempeño según G3 indicadores de desempeño de los suplementos sectoriales.	Informa sobre un mínimo de 12 indicadores de desempeño, y como mínimo uno de cada dimensión: económica, social y ambiental.	Informa sobre un mínimo de 20 indicadores de desempeño y como mínimo uno de cada dimensión: económica, ambiental, derechos humanos, prácticas laborales, sociedad, responsabilidad sobre productos.	Informa sobre cada indicador principal y los indicadores de los suplementos sectoriales de conformidad con el principio de la materialidad, ya sea informando sobre el indicador o explicando el motivo de omisión.



CIKLA

10

1450

3.



ADHESIÓN
PACTO
GLOBAL

PERSIN

2,00

FAYOLET



3. ADHESIÓN A PACTO GLOBAL DE NACIONES UNIDAS

En Aramark adscribimos al Pacto Global de Naciones Unidas, donde participamos en forma activa promoviendo los diez principios de la organización, los que están fundamentados en las declaraciones y convenciones universales aplicadas en estas cuatro áreas:

Derechos humanos

- Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.
- Asegurarse de que no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos.

Estándares laborales

- Apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
- Apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
- Apoyar la erradicación del trabajo infantil.
- Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

Medioambiente

- Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente.
- Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
- Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente.

Anticorrupción

- Trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidos la extorsión y el soborno.



4.



POLÍTICA DE
RESPONSABILIDAD
SOCIAL



4. POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Nos esforzamos por alcanzar nuestros objetivos en torno a la Responsabilidad Corporativa (RC) y a la sostenibilidad en Aramark Sudamérica, para lo cual definimos y respetamos los siguientes lineamientos establecidos en nuestra política:

- Trabajamos estrechamente con nuestros colaboradores, clientes, proveedores y comunidades, para desarrollar productos innovadores y opciones de servicio alineados con los objetivos sustentables de Aramark.
- Lideramos con el ejemplo en las áreas de negocio que controlamos, tomando un enfoque responsable para nuestras operaciones y desarrollando las mejores prácticas que podamos compartir con nuestros clientes.
- Potenciamos y colaboramos con nuestros clientes para alcanzar altos estándares de sostenibilidad en sus operaciones comerciales, proporcionándoles conocimientos y soluciones.
- Ofrecemos una amplia gama de productos sostenibles y opciones de servicio.
- Operamos con prácticas sustentables respetando nuestro medioambiente.
- Investigamos y desarrollamos nuevas soluciones sustentables, innovadoras y rentables.

En Aramark Sudamérica contamos con una Política Integral de Seguridad, Calidad y Medioambiente, a través de la cual nos comprometemos en diversas áreas. Este compromiso de Aramark, que es conocido y compartido por todos sus trabajadores, declara lo siguiente:

- Cumplimos las disposiciones legales vigentes en materia de salud ocupacional, seguridad en el trabajo, inocuidad en la producción de los alimentos y normativas relativas al medioambiente aplicables a nuestras operaciones.
- Nos aseguramos de que nuestras compras se realicen a proveedores autorizados y que nuestras prácticas de almacenamiento, manipulación y preparación de alimentos también contribuyan a la seguridad y calidad de nuestros servicios.
- Capacitamos frecuentemente a nuestra gente para que asuma su responsabilidad de mantener un ambiente de servicio y trabajo seguro y saludable.
- Revisamos y mejoramos de manera continua nuestros estándares, prácticas y programas de seguridad, calidad y medioambiente.





- Aseguramos la participación activa de nuestros trabajadores y alentamos a nuestros clientes, consumidores y proveedores a colaborar con el cumplimiento de los objetivos de calidad y seguridad.
- Fomentamos una cultura en la que todos los miembros del equipo reciben el apoyo necesario para reducir los riesgos de seguridad y evitar incidentes, daños y enfermedades alimentarias.
- Aseguramos que todos tienen el derecho y la obligación de prevenir o detener situaciones que ponen en riesgo su seguridad personal, la seguridad de otros o la seguridad de nuestros servicios.

5.



ARAMARK:
ESTRELLAS
DE SERVICIO





5. ARAMARK: ESTRELLAS DEL SERVICIO

En Aramark Corp. ofrecemos experiencias que enriquecen y nutren la vida de las personas, a través de servicios innovadores en los alimentos y de la gestión integral de instalaciones. Con nuestra gente, proporcionamos servicios marcados por la excelencia, seguridad y calidad para empresas e industrias en diferentes sectores, como minería, salud y educación, en 22 países alrededor del mundo.

Aramark Corp. lo integramos 270.000 estrellas del servicio en todo el mundo. Somos una “empresa de personas para las personas”, con sede en Filadelfia, que está presente en Sudamérica a través de Argentina, Colombia, Chile y Perú, con más de 22.000 estrellas o trabajadores.

Estamos comprometidos en tratar en forma responsable los temas que son importantes para nuestros clientes, empleados, accionistas y comunidades. En este sentido, para nosotros es fundamental la capacitación y el desarrollo, la salud y el bienestar de nuestros colaboradores, el cuidado del medioambiente y la vinculación asociativa con la comunidad.

NUESTRA MISIÓN

Entregar experiencias que enriquezcan y nutran la vida.

- **Nuestros valores**

Vender y servir con pasión.
Primera línea primero.
Fijar metas, actuar, ganar.
Integridad y respeto siempre.

- **Nuestro foco**

Construir nuestra dedicación al consumidor.
Construir el éxito para nuestros clientes.
Construir el compromiso para nuestros empleados.
Construir valor para nuestros accionistas.
Construir comunidades locales.

5.1. ESTRUCTURA SOCIETARIA ARAMARK SUDAMÉRICA

Operamos en la región con las siguientes sociedades:



Colombia

1. Aramark Colombia S.A.S.



Perú

1. Aramark Perú S.A.C.
2. Aramark Perú Servicios de Intermediación S.R.L.



Argentina

1. Central de Restaurantes S.R.L.
2. Central Multiservicios S.R.L.
3. Centrapal S.R.L.



Chile

1. Central de Restaurantes Aramark Limitada.
2. Central de Restaurantes Aramark Multiservicios Limitada.
3. Aramark Servicios Mineros y Remotos Limitada.

Todas estas sociedades están formadas por diversas entidades, creadas en distintas jurisdicciones y controladas por la empresa Aramark, registrada ante la Securities and Exchange Commission (SEC).

La casa matriz de Sudamérica se encuentra ubicada en Santiago de Chile, Avda. del Cóndor 760, Huechuraba.

5.2. ARAMARK SOLUCIONES INTEGRALES

En Aramark Sudamérica entregamos servicios de alimentación y gestión integral de instalaciones como facilities, mantención, entretenimiento y traslado centralizado a Chile, Argentina, Perú y Colombia. Respondemos con liderazgo a las distintas demandas del quehacer económico con una amplia gama de servicios especializados.

PAÍS	DIVISIÓN	LOB			
		Alimentación	Gestión integral de instalaciones	Retail	Aseo industrial
CHILE	Minería	✓	✓	✓	✓
	Empresas/industrias	✓	✓	✓	
	Educación	✓	✓	✓	
	Salud	✓	✓	✓	
Total Chile					
ARGENTINA	Minería	✓	✓		
	Empresas/industrias	✓			
	Educación	✓			
	Salud	✓			
	Automotriz	✓			
Total Argentina					
PERÚ	Minería	✓	✓		
	Empresas/industrias	✓			
Total Perú					
COLOMBIA	Minería	✓	✓		
Total Colombia					

6.



PREMIOS Y
RECONOCIMIENTOS



6. PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

Durante el FY 2014, recibimos los siguientes premios y reconocimientos entregados a Aramark Sudamérica:

- Asociación Chilena de Seguridad (ACHS). Premio por la baja accidentabilidad en minería 2013. Gracias a nuestro expertise en la gestión de instalaciones y sitios remotos, sumamos más de seis millones de horas sin accidentes en las operaciones de Codelco en la zona de Calama.
- Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (Sence), Chile. Premio Jóvenes Contratados y Más Mujeres Contratadas. Nos reconocieron como la compañía que más jóvenes y mujeres contrató durante 2013, integrándolos al Programa de Formación en el Puesto de Trabajo que ofrece el Sence.
- Compañía Minera Lomas Bayas, Chile. Reconocimiento al equipo de Aramark que opera en dicha faena por alcanzar un millón de horas sin accidentes y aportar así a las metas de seguridad en la entrega de los servicios de alimentación, aseo y mantención que la compañía mantiene en el lugar.
- General Motors, Argentina. Reconocimiento mediante el Certificado de Mérito 2013, otorgado a proveedores por su destacado desempeño en los criterios de calidad, precio, servicio y tecnología.
- Premio Perú 2021, 2014. El Desarrollo de Proveedores Locales en Alimentación. Obtención del segundo lugar en la categoría proveedores por el proyecto Restaurantes Saludables, ejecutado en la ciudad de Challhuahuacho.

6.1. RECONOCIMIENTOS INTERNACIONALES

- Revista Fortune, 2014. Por cuarta vez consecutiva, la revista Fortune destacó a Aramark Corporation en su lista de las compañías más admiradas del mundo. Desde 1998, ha sido clasificada como una de las tres principales empresas más admiradas en su industria, según lo estimado por sus compañeros y analistas.
- Instituto Ethisphere, 2014. Al igual que en años anteriores, Aramark fue reconocida como una de las compañías más éticas del mundo, según este ranking 2014.
- Veteran Recruiting, 2014. Aramark fue destacada dentro de los Top 10 Veteran Empleador Friendly, de acuerdo a la lista elaborada por veteranrecruiting.com.
- Grupo Empresarial Nacional sobre Salud. La asociación sin fines de lucro estadounidense ha reconocido a Aramark desde 2009 como uno de los mejores empleadores para estilos de vida saludables. La empresa fue destacada por su continuo compromiso y dedicación con la promoción de un lugar de trabajo saludable y por favorecer que los trabajadores y sus familias sigan estilos de vida saludables.
- Latino Revista, 2014. Reconocida dentro del ranking de las 100 compañías que ofrecen mayores oportunidades para los latinos.
- Enham Trust (Reino Unido), 2014. Premio de la Asociación de Empresas de Enham Trust, una organización benéfica para la discapacidad, por la inclusión en el trabajo.
- Asociación Internacional de Profesionales de Outsourcing (IAOP), 2014. Nombrada nuevamente dentro de Externalización Global 100, la prestigiosa lista de socios de servicios externalizados diversificados que logran la excelencia.





7.



EXCELENCIA:
NUESTRO
MODELO DE
GESTIÓN

7. EXCELENCIA: NUESTRO MODELO DE GESTIÓN

Como tenemos la misión de “**entregar experiencias que enriquezcan y nutran la vida**”, hemos definido cuatro imperativos estratégicos para garantizar una entrega de servicio basada en la excelencia.



A través de este modelo, dirigimos nuestro accionar hacia la excelencia. Cada uno de los colaboradores está alineado en esta forma de gestionar el negocio, de manera de estandarizar y replicar el alto rendimiento de gestión en todos los países.

El proceso de generación de metas y planes que tenemos se basa en este modelo de excelencia. Este es liderado por ejecutivos de alto rendimiento, y requiere su compromiso y el esfuerzo de todos los niveles.

En Aramark Sudamérica, contamos con equipos multidisciplinarios para la gestión de nuestras iniciativas estratégicas y de análisis de riesgo en las tres dimensiones: social, medioambiental y económica. Durante el FY 2014, nos focalizamos en la estandarización, la eficiencia y la eficacia de los procesos, así como en el crecimiento y la productividad de los negocios.

“En la medida en que implementemos este modelo estandarizado de gestión, lograremos cumplir efectivamente con nuestro principal stakeholder que es nuestro cliente” (presidente Aramark Latinoamérica).

El proceso de difusión y asimilación del modelo de excelencia ha logrado que “pase a ser parte de tu gestión diaria” (gerente comercial Aramark Chile). Esto porque “...estandarizar y tener procedimientos claros te permite prepararte para el crecimiento” (gerente de recursos humanos Aramark Colombia).

Es importante garantizar el cumplimiento del modelo de gestión en el contexto local, el cual permite “asegurar que nuestro desempeño sea óptimo con nuestros clientes, consumidores, trabajadores, accionistas y comunidades” (country manager Aramark Perú). Con ello, también, estandarizar nuestras maneras de operar en la región, “logrando que nuestros trabajadores den lo mejor de sí, siempre en constante relación con la localidad y costumbres del país” (country manager Aramark Colombia).

aramark 

OF BB-60

GENERAL
TRADE



7.1. DESAFÍOS Y METAS: LA IMPORTANCIA DE LA GESTIÓN DE RIESGO

Desde el último trimestre del FY 2014, como parte del proceso de gestión de Aramark Sudamérica, el área de Responsabilidad Social Empresarial aplica el siguiente modelo de evaluación a todos los nuevos proyectos de inversión:

ECONÓMICO	SOCIAL	AMBIENTAL
Actividades económicas de la zona.	Índice de vulnerabilidad social.	Total emisiones GEI. Caudales y fuentes de agua.
Indicadores microeconómicos.	Asociatividad de la zona.	Mapa de las zonas afectadas por biodiversidad.
	Matriz de conflictos ambientales.	Mapa de reciclaje de la zona.
	Mapa de los actores locales.	
	Índice de salud.	

Este sistema nos permite gestionar la sostenibilidad al interior de la organización, al incorporar índices que tienen relación con los ámbitos sociales y ambientales desde la evaluación de los proyectos.



8.



ARAMARK
SUDAMÉRICA
Y SU GOBIERNO
CORPORATIVO

8. ARAMARK SUDAMÉRICA Y SU GOBIERNO CORPORATIVO

Nuestra estructura de gobierno corporativo está encabezada por un Consejo de Dirección Regional (Sudamérica) con nueve miembros que establecen las políticas y los objetivos a corto, mediano y largo plazo. Ellos dirigen la elaboración e implementación de la estrategia del negocio, buscando maximizar la rentabilidad y representar los intereses de los accionistas a través de un modelo de desarrollo sostenible.

Durante el FY 2014, por motivos personales, Pablo Achurra Fontaine decidió dejar la presidencia de Sudamérica, tras ocho años de liderazgo. Actualmente, el máximo ejecutivo de Aramark a nivel regional es Enrique Camargo, presidente para Latinoamérica de la compañía, quien dirige el Consejo de Dirección. A su vez, actúa como gerente general para Chile. En ambos cargos, reporta de manera directa al presidente de mercados emergentes de Aramark Corp. en Estados Unidos.

Durante el FY 2014, se crearon dos áreas estratégicas para la compañía: la Vicepresidencia Comercial y Desarrollo de Negocios en Sudamérica, liderada por Alfredo Freyre, quien anteriormente se había desempeñado como vicepresidente de operaciones minería y sitios remotos; y la Dirección de Excelencia Operacional Sudamérica (Opx), liderada por Andrea Alcántara, quien hasta asumir el cargo se desempeñaba como gerente de planificación y control de gestión.

8.1. ORGANIGRAMA ARAMARK SUDAMÉRICA

Toda nuestra gestión social, medioambiental y económica es implementada por el Regional Management Team (RMT), que se replica a nivel de los Country Manager Team (CMT) en cada uno de los países.

Una de las fortalezas del RMT de Aramark Sudamérica es su diversidad, tanto de género como de nacionalidad, ya que tres de sus integrantes son mujeres y cinco de los diez representantes provienen de otros países latinoamericanos, principalmente de Argentina.

Las imágenes presentan a los máximos ejecutivos de la compañía para Sudamérica Regional Management Team (RMT).



REGIONAL MANAGEMENT TEAM RMT



PRESIDENTE
Y COO
LATINOAMÉRICA

Enrique Camargo



VICEPRESIDENTE
OPERACIONES
MINERÍA
SUDAMÉRICA

Alejandro Cozzi



VICEPRESIDENTE
OPERACIONES
B&I, SALUD Y
EDUCACIÓN
CHILE

Yudith Rosen



VICEPRESIDENTE
COMERCIAL Y
DESARROLLO DE
NEGOCIOS
SUDAMÉRICA

Alfredo Freyre



VICEPRESIDENTE
ADMINISTRACIÓN
Y FINANZAS
LATINOAMÉRICA

Mónica Aravena



VICEPRESIDENTE
RECURSOS
HUMANOS Y
ASUNTOS
CORPORATIVOS
LATINOAMÉRICA

Iván Mergudich



VICEPRESIDENTE
LEGAL DE
LATINOAMÉRICA

Eduardo Jara



VICEPRESIDENTE
SUPPLY CHAIN

Joaquín Vinuesa



GERENTE HSEQ
SUDAMÉRICA

Javier Núñez



 DIRECTOR
TECNOLOGÍA
Y SISTEMAS
SUDAMÉRICA

Miguel Ángel Vidal



 DIRECTOR
EXCELENCIA
OPERACIONAL
SUDAMÉRICA

Andrea Alcántara



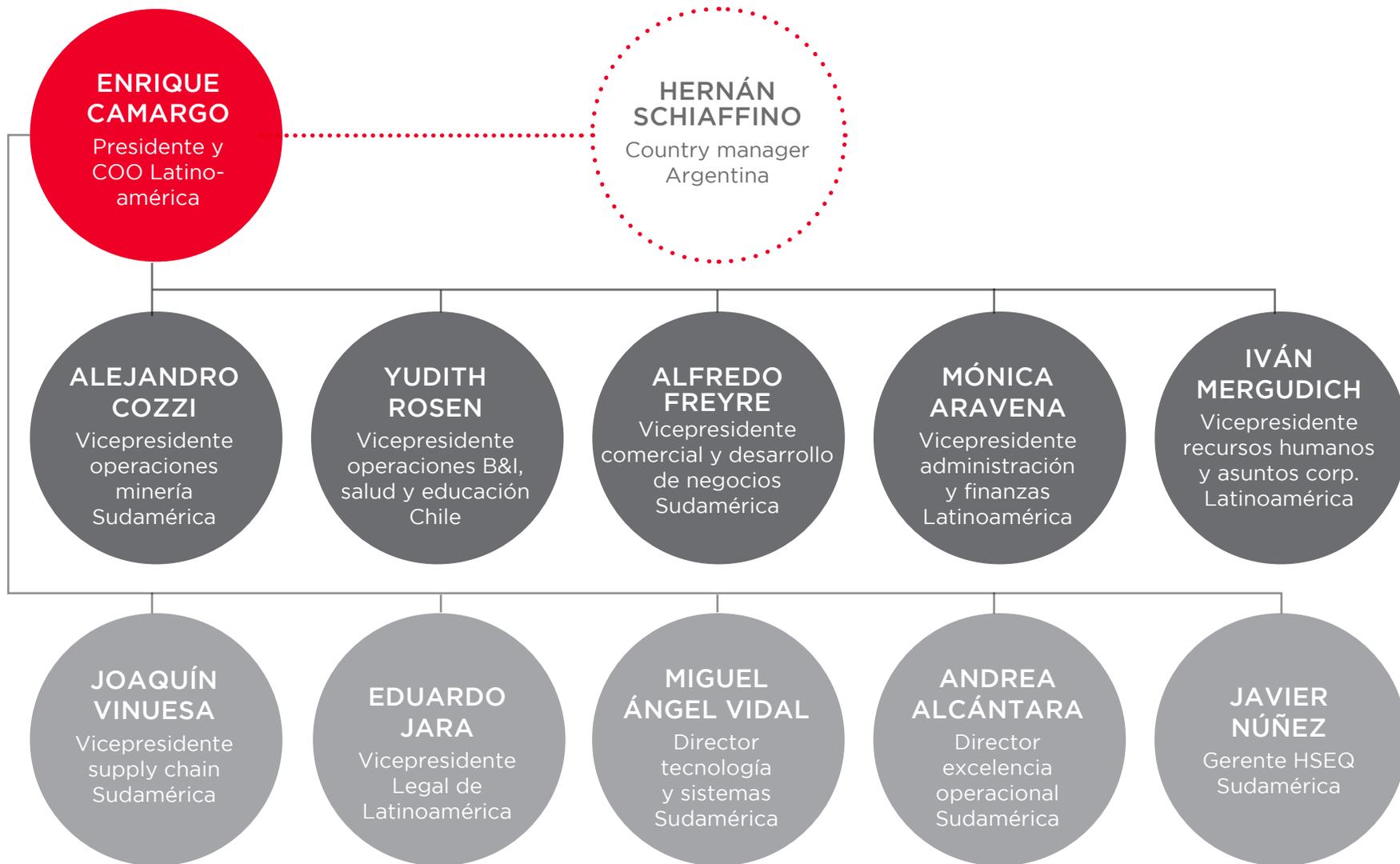
 COUNTRY
MANAGER
ARGENTINA

Hernán Schiaffino



aramark





9.



ÉTICA

CORPORATIVA
Y CÓDIGO DE
CONDUCTA

arama



9. ÉTICA CORPORATIVA Y CÓDIGO DE CONDUCTA

Asumimos la responsabilidad de ejercer nuestro rol en cada lugar bajo una perspectiva ética y de desarrollo sostenible.

De esta forma, velamos por el cumplimiento responsable de nuestras acciones, no tan solo desde las normas y valores corporativos, sino que también desde una ética que entendemos como intrínseca del ser humano.

“El núcleo de lo que somos es operar con integridad, respeto y un alto estándar ético en todo momento”. (Eric Foss, chief executive officer and president).

Desde una perspectiva de contribución pública, asumimos el compromiso de llevar a cabo nuestras actividades de negocios con la máxima integridad y responsabilidad en el mundo social, no solo a nivel de nuestros líderes, sino también de cada uno de los involucrados en la gestión de la compañía.

En ese sentido, cumplimos con las leyes de cada país en los que operamos y contamos con una guía que explica las políticas básicas de conducta en los negocios, la cual aplica para todos los empleados.

Esta guía se denomina Política de Conducta de Negocios y se aplica internacionalmente. Mediante ella, se establece un proceso acucioso ante sospechas de algún incumplimiento o transgresión a la ley o reglamentación gubernamental.

Para estos efectos, en Aramark hemos creado una línea directa para empleados a modo de documentar denuncias y responder preguntas, la que es administrada por una compañía externa e independiente. Las denuncias pueden hacerse en forma anónima, y los trabajadores también pueden optar por hacer sus consultas directamente a los directivos de Aramark.

Nuestra organización entiende que la clave de este negocio es la confianza que nuestros clientes nos entregan, por lo que trabajamos permanentemente por minimizar todo riesgo que vulnere nuestro principio de confiabilidad.

Como compañía, creemos que la sostenibilidad en los ámbitos sociales, medioambientales y económicos pasa por instalar y fortalecer los mecanismos que salvaguarden el respeto de los derechos humanos en toda su expresión, así como el cuidado de los valores y los principios éticos, y el rechazo a las prácticas de corrupción.

Para reforzar esta visión, nuestra compañía adhiere y participa en iniciativas locales que promueven, estandarizan y fomentan la comunicación de los principios y valores de la sostenibilidad, como lo es Pacto Global de las Naciones Unidas, AmCham, ISO 26000, Acción RSE y Global Reporting Initiative (GRI).



9.1. POLÍTICA DE CONDUCTA DE NEGOCIOS

Los principales aspectos que cubre nuestra política son:

- **Cumplir y denunciar**

Trabajamos para implementar a cabalidad la Política de Conducta de Negocios, la cual exige un cumplimiento transversal de parte de nuestros trabajadores y establece el deber de denunciar a todo nivel, sin reparos, en caso de existir transgresiones.

- **Conflictos de intereses y transacciones con terceros con vínculos de parentesco o amistad**

Es política de Aramark prohibir conflictos de intereses existentes, aparentes o posibles, a menos de que estos se comuniquen específicamente y se aprueben conforme a lo expuesto. Es imprescindible que todos nuestros empleados eviten cualquier situación o interés que pudiera afectar su criterio con respecto a sus tareas en la empresa.

- **Cumplimiento de las leyes**

En Aramark, respetamos y cumplimos las leyes de cada país teniendo como premisa que la normativa local es el punto de partida para implementar mayores y mejores estándares. Es también responsabilidad de cada empleado de Aramark cumplir con las restricciones y los estándares impuestos por esas leyes y reglamentaciones.

- **Empleo/igualdad de oportunidades**

En Aramark estamos comprometidos con la igualdad de derechos y oportunidades de las personas, por lo que aplicamos diariamente una política de trato equitativo con todos nuestros trabajadores y potenciales empleados.

- **Acoso sexual u otras formas de acoso laboral**

Condenamos tajantemente cualquier forma de acoso sexual en el trabajo, entregando las facilidades para que todo empleado que sienta que ha sido víctima de este tipo de agresión denuncie el incidente de inmediato.

- **Violencia en el trabajo**

Fomentamos un ambiente de trabajo seguro para nuestros empleados, por lo que cualquier trato con violencia será debidamente sancionado y denunciado.

- **Medioambiente, salud y seguridad**

Velamos por el cuidado del medioambiente, la salud y la seguridad, buscando no solo cumplir con las leyes de cada país, sino también ir más allá de las normativas exigidas, de manera de garantizar una operación saludable y segura para todos.

- **Antimonopolio**

Nuestra compañía rechaza fuertemente cualquier práctica que atente contra la libre competencia y respeta a cabalidad todas las leyes de comercio y antimonopolio vigentes.

- **Prácticas comerciales justas**

La competencia justa y honesta forma parte de los valores de Aramark. Ningún empleado debe involucrarse en un acto de manipulación, ocultamiento, abuso de información privilegiada, tergiversación de hechos materiales o cualquier otra práctica intencional de comercio desleal.

- **Colusión**

En Aramark determinamos en forma independiente los precios, comisiones y otros términos contractuales que se ofrecen a clientes o posibles clientes.

- **Soborno comercial y ley estadounidense de prácticas corruptas en el extranjero**

Cumplimos en todas nuestras operaciones a nivel mundial con las leyes antisoborno y Foreign Corrupt Practices Act (FCPA) que rigen actualmente en Estados Unidos, de manera de garantizar una operación transparente en cada uno de los países donde estamos presentes.



- **Violación de los derechos de autor y piratería informática**

Respetamos los derechos de autor de terceros y utilizamos los materiales protegidos por estos según la ley o un contrato.

- **Libros contables e informes exactos**

Mantenemos al día todos nuestros libros y registros contables, de manera de reflejar en forma exacta cada una de nuestras transacciones y movimientos.

- **Protección y uso de los activos de la compañía**

Nuestros trabajadores deben respetar la propiedad de Aramark y el uso de nuestros activos de acuerdo a estándares establecidos en nuestra Política de Conducta de Negocios.

- **Obsequios y actividades de entretenimiento**

Dentro de nuestra política de ética, se encuentran estipulados los marcos de relación con clientes, posibles clientes y proveedores. Ahí se regulan los obsequios y actividades de entretenimiento, los que deberán remitirse a fines que fomenten las actividades de negocios de Aramark.

- **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, va en contra de nuestra política que una unidad de negocios haga una contribución o gasto político o reembolse a un empleado tales gastos.

- **Comisiones por intermediación y comisiones por referencias**

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

- **Privacidad**

Protegemos la información personal médica, financiera y de consumo, así como toda otra información delicada que Aramark obtenga o mantenga sobre sus empleados o clientes, tal como lo exigen las leyes de privacidad y de protección de información, reglamentaciones y tratados aplicables.

- **Confidencialidad**

Nuestros empleados deben mantener la confidencialidad de la información que Aramark, sus proveedores o clientes les han confiado, salvo que la divulgación esté autorizada por el departamento legal de Aramark o sea exigida por la ley o alguna reglamentación.

- **Oportunidades corporativas**

En Aramark, prohibimos a los directores y ejecutivos sacar provecho personal de las oportunidades que se generen del uso de los bienes, la información o los cargos de la compañía, sin la aprobación del comité de auditoría y prácticas corporativas de la junta directiva de Aramark. También, restringimos a los demás empleados sacar provecho personal de las oportunidades mencionadas sin la aprobación del departamento legal.

- **Relaciones personales entre jefes y subordinados**

En respuesta a los intereses de Aramark y de nuestros empleados, toda persona contratada para tareas gerenciales debe cumplir con los más altos estándares profesionales y mantener relaciones personales apropiadas con sus subordinados.

- **Empleos fuera de la empresa**

Las actividades fuera de la empresa de un empleado de Aramark no deben entrar en conflicto con sus deberes laborales.

- **Respuestas a investigaciones gubernamentales o de otras fuentes**

Es parte de nuestro interés cooperar con todas las solicitudes razonables con respecto a las operaciones de Aramark, hechas por las agencias gubernamentales federales, estatales y municipales de cada país en el que desarrollamos actividades comerciales.

- **Relaciones con los medios de comunicación y con los inversionistas**

Con el fin de asegurar un trato profesional y coherente, los empleados deben dirigir todas las solicitudes de los medios de comunicación al vicepresidente ejecutivo de asuntos corporativos o al departamento legal. A su vez, todos los requerimientos de analistas de la industria, investigador o consultor de mercado deben dirigirse al vicepresidente de relaciones con los inversionistas.

- **Sustancias ilegales**

En Aramark, procuramos mantener un ambiente laboral libre de drogas y sin abuso de alcohol. Para hacer cumplir esto, que actualmente es parte de nuestra Política de Conducta de Negocios, lo hemos incluido en nuestro reglamento interno, el que entregamos a todos los trabajadores a su ingreso y dejamos una copia en cada instalación donde estamos presentes.

Adicionalmente, capacitamos a los líderes de nuestra organización en la Ley de Prácticas Corruptas en el Extranjero y otras leyes anticorrupción, y a todos los trabajadores que toman decisiones y/o tienen personal a su cargo los preparamos en la Política de Conducta de Negocios.



	ARGENTINA		CHILE		COLOMBIA		PERÚ	
	Realizados	Asignados	Realizados	Asignados	Realizados	Asignados	Realizados	Asignados
(FCPA) Ley de Prácticas Corruptas en el Extranjero y otras leyes de anticorrupción	220	293	622	1.334	83	187	135	239
(BPC) Política de Conducta de Negocios de Aramark	224	293	674	1.334	74	187	138	239



10.



DIMENSIÓN
ECONÓMICA

10. DIMENSIÓN ECONÓMICA

70

10.1. DESEMPEÑO ECONÓMICO ARAMARK SUDAMÉRICA

Para nosotros, el desarrollo económico supone siempre hacerse responsable del entorno en el que estamos operando. La región, durante 2014, demostró una baja de crecimiento. El país con mayor crecimiento fue Bolivia con un 5,5% de expansión en su PIB (Fondo Monetario Internacional, 2014), mientras que Colombia se ubicó en el segundo lugar con un 4,8%. Perú, en tanto, obtuvo el quinto lugar con un 3,6%; Chile solo creció un 2%. Por su parte, Argentina experimentó un retroceso económico en 2014.

Cada uno de los países tuvo particularidades en materia económica. Según el presidente de Aramark Sudamérica, a nivel regional, el impulso estuvo dado en “buscar un crecimiento en la región. Creemos que Latinoamérica tiene muchas cosas en común: cada vez hay menos barreras, más oportunidades, y la experiencia de un país es fácilmente exportable a otro respetando la idiosincrasia de cada uno de ellos”.



10.1.1. CHILE

Chile estuvo fuertemente marcado por la discusión sobre la reforma tributaria que impacta la manera en que se fijan los tributos a las empresas, y que fue aprobada en septiembre de 2014. Además, el ritmo de la generación de trabajo descendió y el Banco Central redujo la proyección de crecimiento desde octubre a diciembre de 2014 a un rango entre 1,75 y 2,25%.

En este contexto país, Aramark debe responder con altas expectativas de crecimiento y lograr objetivos de margen y rentabilidad. El vicepresidente comercial y desarrollo de negocios Aramark Chile destaca que “como Aramark Sudamérica pertenecemos a un grupo que se llama países emergentes y en rápido crecimiento, entonces la misión que hay de países emergentes es aportar con el crecimiento de ventas”.

En Aramark Chile focalizamos nuestros esfuerzos cumpliendo las expectativas, los compromisos y con buenas calificaciones de nuestros clientes. Uno de los espectros de clientes que tiene un alto impacto en nuestras cuentas es el de la minería. “La coyuntura sí nos impacta, por ello tenemos que lograr eficiencias que nos permitan asumir, neutralizar y mejorar nuestros resultados (...)”, indica el gerente de planificación de menú en este país, en relación a la baja actividad que ha experimentado el sector minero en Chile.





10.1.2. COLOMBIA

Colombia tuvo un crecimiento destacado durante 2014, llegando al 4,6%, principalmente gracias a la industria del carbón y petróleo, lo cual se tradujo en oportunidades para empresas de servicios del rubro.

En relación al crecimiento del negocio de Aramark en este país, existieron ciertas dificultades motivadas, principalmente, por la inestabilidad e inseguridad social de algunos sectores donde se dificulta operar, y la distribución del mercado sobre los competidores que llevan tiempo operando y con el monopolio del mismo. “En minería ya se acabaron los clientes. A diferencia de otros lugares de la región acá hay ocho minas, de las cuales tenemos cuatro”, comenta el country manager de Aramark Colombia.

En ese sentido, desde 2013, la filial tuvo algunas dificultades económicas. Su country manager señala que “financieramente, encontramos una empresa en que en los contratos más grandes decaían las rentabilidades en forma acelerada”. Por ello hubo que tomar medidas durante 2014, para evitar la baja en la rentabilidad y remontar los números de ganancias. “Tuvimos un año bastante bueno en utilidades, porque nos focalizamos en mejorar la productividad y eficiencia de cara a los clientes”, agrega el alto ejecutivo.



10.1.3. PERÚ

En Perú, la economía alcanzó un crecimiento de 5,02%, con la menor tasa en los últimos cuatro años, según indicó el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).

La economía del país atravesó durante 2014 una realidad dispar, según el sector industrial, con una contracción en la minería que llegó a -5.9%. Algo contrario a lo ocurrido en sectores como el retail y la construcción, que obtuvieron cifras positivas.

En nuestra filial en Perú, trabajamos principalmente con clientes de la minería. Es por ello que -dada la compleja situación de la industria-, la contracción de servicios en el sector se vio afectada, teniendo un impacto sobre la gestión de Aramark. “Nosotros teníamos la meta de crecer durante 2014 y no lo hemos podido realizar por la contracción propia del sector minero”, afirma el country manager de la compañía para el país. En este contexto, Aramark Perú se encuentra estudiando oportunidades de mercado que le permitan llegar al crecimiento esperado y, con ello, cumplir con el desarrollo sostenible de la filial.

10.1.4. ARGENTINA

Argentina registró una alta tasa de inflación y contracción de la economía. El Instituto Nacional de Estadística y Censos (Indec) señaló que el primer trimestre de 2014, el Producto Interno Bruto (PIB) se contrajo 0,8% en comparación con el último trimestre de 2013, que cayó 0,5%. Esto responde a una caída casi generalizada de los componentes del PIB por el lado del gasto. El consumo público se redujo 1,2%, las exportaciones cayeron 1,1%, la inversión se contrajo en 0,3% y el consumo privado bajó a 1,6% en el cuarto trimestre de 2013.

A ello, se sumó el bajo poder adquisitivo de las personas y la inflación que, en septiembre de 2014, llegó a 24,8%, mientras los salarios de los trabajadores se reajustaban en menor proporción, en medio de la recesión que atravesaba el país. Este fenómeno se denominó estanflación por el nulo crecimiento con inflación alta.

Con la recesión bajó la producción de bienes y servicios porque el consumidor dejó de adquirir, lo que provocó un colapso en el sector empresarial, generando posibles despidos de trabajadores e, incluso, cierre de empresas.

Para el jefe de supply chain de Aramark en este país, los principales problemas se deben al “tema inflacionario, que es el más complicado y que nos vincula todos los días (...). Debemos frenar la inflación, parando las alzas de precio lo más posible e incorporando negocios y proveedores nuevos”. Por otro lado, se renegociaron los contratos con nuestros clientes y se adelantaron ciertas políticas de pago de cara a los clientes y a los proveedores.





El contexto de cada país impactó a Aramark Sudamérica en la gestión propia de cada filial, sin embargo, los resultados de la región estuvieron dados por el cumplimiento de la meta frente a los accionistas y de la promesa con los clientes.

Durante la gestión 2014, se amplió el número de clientes en la región y finalizamos ese año fiscal de la siguiente forma:

PAÍS	Nº DE CLIENTES
Chile	271
Perú	9
Colombia	4
Argentina	44

10.2. DISTRIBUYENDO NUESTRO VALOR

Nuestra creación de valor económico se distribuye entre los distintos grupos de interés que participan en el negocio de la siguiente forma:

		CHILE	PERÚ	COLOMBIA	ARGENTINA	TOTAL
Valor Económico Creado (VEC)	Ventas	308.313.092	28.035.271	24.720.523	70.387.329	431.456.216
Valor Económico Distribuido (VED)	Pagos a proveedores	172.854.609	20.320.842	12.993.060	36.310.735	242.479.246
	Pagos de royalties/FSS	0	0	0	0	0
	Total costes operativos	172.854.609	20.320.842	12.993.060	36.310.735	242.479.246
	Pagos de salarios + contribuciones (inc. Hs Ext/ bonos/etc.)	92.112.945	8.997.187	6.633.232	32.728.578	140.471.942
	Pago de dividendos	0	0	0	0	0
	Pago de impuestos (all)	33.179.182	1.085.974	3.431.309	7.226.682	44.923.147
	Donaciones	0	0	0	0	0
Valor Económico Retenido (VER)	Depreciación activo fijo	3.834.633	333.934	447.632	570.040	5.186.239
	Amortización intangibles	161.968	0	3.800	0	165.767



11.

A woman with curly hair is shown from the chest up, wearing a red button-down shirt with the Aramark logo on the left chest. She is positioned in the foreground, partially obscured by a large red circular graphic. The background is a bright, modern office space with large windows, a yellow wall, and several desks with computers and office chairs.

NUESTROS TRABAJADORES

aramark

11. NUESTROS TRABAJADORES

Desarrollamos un modelo de gestión de capital humano con foco en la productividad y motivación de las personas. Para ello, implementamos capacitaciones de manera permanente e incorporamos equipos y tecnologías que promueven la excelencia en las relaciones laborales y permiten hacer más eficiente la entrega de los servicios.

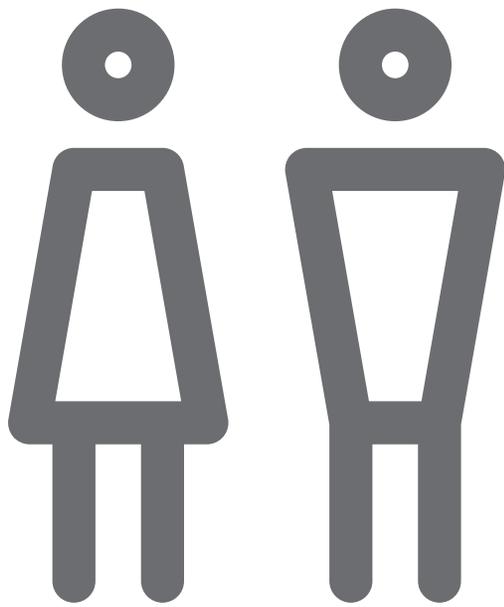
En Aramark, ponemos énfasis en la atracción, desarrollo y retención de talentos y capacidades de las personas, que son un pilar fundamental para el éxito de nuestra empresa. Creamos oportunidades de crecimiento y formación, y ofrecemos entornos de trabajos seguros y saludables.



11.1. DOTACIÓN Y PERFIL DE NUESTROS TRABAJADORES

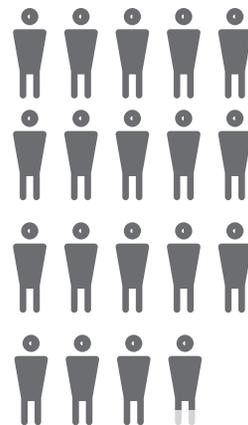
	CHILE	PERÚ	COLOMBIA	ARGENTINA	TOTAL
Valor Económico Creado (VEC)					
Ventas	308.313.092	28.035.271	24.720.523	70.387.329	431.456.216
Valor Económico Distribuido (VED)					
Pagos a proveedores	172.854.609	20.320.842	12.993.060	36.310.735	242.479.246
Pagos de royalties/FSS	0	0	0	0	0
Total costos operativos	172.854.609	20.320.842	12.993.060	36.310.735	242.479.246
Pagos de salarios + contribuciones (Inc. Hs Ext/bonos/otros)					
	92.112.945	8.997.187	6.633.232	32.728.578	140.471.942
Pago de dividendos	0	0	0	0	0
Pago de impuestos (all)	33.179.182	1.085.974	3.431.309	7.226.682	44.923.147
Donaciones	0	0	0	0	0
Valor Económico Retenido (VER)					
Depreciación activo fijo	3.834.633	333.934	447.632	570.040	5.186.239
Amortización intangibles	161.968	0	3.800	0	165.767

TOTAL DE TRABAJADORES EN SUDAMÉRICA



TOTAL DE TRABAJADORES POR CADA PAÍS

CHILE
18.839



PERÚ
1.707



COLOMBIA
1.133



ARGENTINA
1.823





UltraV

aramark

GENERAL
TRADE
Fono: 156-2-940 9000

11.2. RANGO ETARIO

En Aramark Sudamérica, el mayor porcentaje de trabajadores lo tenemos en la primera línea, que opera de cara al cliente y está en los cuatro países donde estamos presentes.

GRUPOS ETARIOS	CHILE		COLOMBIA		PERÚ		ARGENTINA	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
18 a 25 años	4.041	3.298	139	139	485	917	390	333
26 a 35 años	5.353	5.543	524	483	874	1.288	915	798
36 a 45 años	4.984	4.942	351	329	398	547	525	520
46 años y más	6.581	7.357	182	180	132	183	218	172

Uno de los aspectos comunes a las filiales es el permanente reclutamiento de personas para entregar servicios de calidad y estándar mundial. Con esto, queremos hacer más eficientes los procesos e impulsar el compromiso de los trabajadores para disminuir las tasas de rotación y ausentismo. Así lo destaca el gerente de operaciones de Aramark Argentina: “El desafío es entender la nueva generación de trabajadores”.

11.3. MODELO DE GESTIÓN INTEGRAL PARA SUDAMÉRICA

El modelo de gestión integral de personas articula nuestra visión de recursos humanos. Con esto nos referimos a que entregamos experiencias a través de las personas, por lo que nuestro modelo se basa en nuestros trabajadores, su entorno y su experiencia de trabajo.

Nos enfocamos en el compromiso, liderazgo, respeto por la diversidad y solidez en la gestión de las relaciones laborales.

MODELO INTEGRADO DE GESTIÓN DE PERSONAS

Entregamos experiencias a través de las personas; nuestro modelo se basa en nuestros trabajadores, su entorno y su experiencia de trabajo.

Nuestro eje fundamental es la Gestión del Compromiso como motor clave para el desarrollo del capital humano.



El ciclo de gestión de talento busca atraer, retener y desarrollar nuestro capital humano, logrando responder a las necesidades del negocio y brindar las oportunidades y herramientas necesarias a nuestros trabajadores.

Las prácticas específicas de recursos humanos referidas a la plataforma de administración de personas y la gestión de calidad de vida de nuestros trabajadores sustentan este modelo integral, garantizando continuidad operacional y excelencia en el servicio, basadas en el compromiso y efectividad de nuestros empleados.

Dentro de la gestión de Aramark, otorgamos especial importancia a la entrega de herramientas y oportunidades que ayudan a nuestros trabajadores a lograr un desarrollo permanente y a tener una carrera ascendente en la empresa. Disponemos de una serie de instrumentos que permiten potenciar el talento dentro de la organización, logrando así captar y potenciar sus capacidades.

En Aramark Sudamérica, hemos tenido un crecimiento sostenido basado en nuestro firme compromiso de contar con personal altamente calificado en todas las áreas. Esto ha sido posible gracias a nuestra política de capacitación y desarrollo, la que, entre otros factores, ha implicado invertir anualmente los recursos necesarios para alcanzar los objetivos de aprendizaje, a través de una amplia gama de cursos reconocidos por los servicios de empleo y trabajo de cada país.

En este sentido, desarrollamos el programa trainee, basado en la adquisición, retención y desarrollo de talentos para atraer nuevos técnicos y profesionales recién egresados de las instituciones académicas. Durante seis meses, los entrenamos en las diversas áreas de la compañía, para luego evaluarlos según desempeño e incorporarlos laboralmente a Aramark.

“Este programa de trainee es una lógica que tenemos que tener como parte del hábito organizacional. Permanentemente tener gente en entrenamiento”, explica el gerente de desarrollo organizacional y capacitación de Aramark Sudamérica.

En 2014, y debido al escenario local, entraron dos personas en modalidad trainee a la compañía en Chile. Para el FY 2015, existe el compromiso de incorporar más jóvenes en este proceso y asentarlos como parte de la estrategia de nuevos líderes.

11.4. GESTIÓN DEL DESEMPEÑO

Nuestra evaluación permite identificar el nivel de logro alcanzado en un rol específico, con el propósito de gestionar el desempeño y potenciar su desarrollo hacia el cumplimiento de los resultados y de la estrategia organizacional.

Hay dos tipos de evaluaciones: el Sistema de Apreciación del Desempeño (SAD), que mide los cargos operacionales y administrativos, calificando a todas las personas que se encuentran bajo la dependencia del administrador de contrato durante el período de evaluación; y el Performance Management Process (PMP), que se aplica a los cargos profesionales y del gobierno corporativo, y está orientado a objetivos estratégicos con metas anuales.

La evaluación de desempeño se aplicó a:

PAÍS	TOTAL SAD 2013	TOTAL SAD 2014
Argentina	1.086	1.025
Chile	7.660	4.916
Colombia	No se aplicó	No se aplicó
Perú	No se aplicó	806

La medición considera los siguientes ámbitos:

- Factor.
- Responsabilidad.
- Calidad y BPM.
- Higiene.
- Gestión de recursos.
- Prevención de riesgos.
- Servicio al cliente.
- Trabajo en equipo.
- Liderazgo.
- Cuidado de equipos.
- Gestión de la producción.
- Calidad del trabajo.
- Habilidades técnicas.

Se ha avanzado sostenidamente en la implementación del SAD en la región. “Uno de los desafíos que teníamos para 2014 era aplicar las evaluaciones SAD en Aramark Perú, lo cual se logró con éxito”, comenta el gerente de recursos humanos de Aramark Perú.

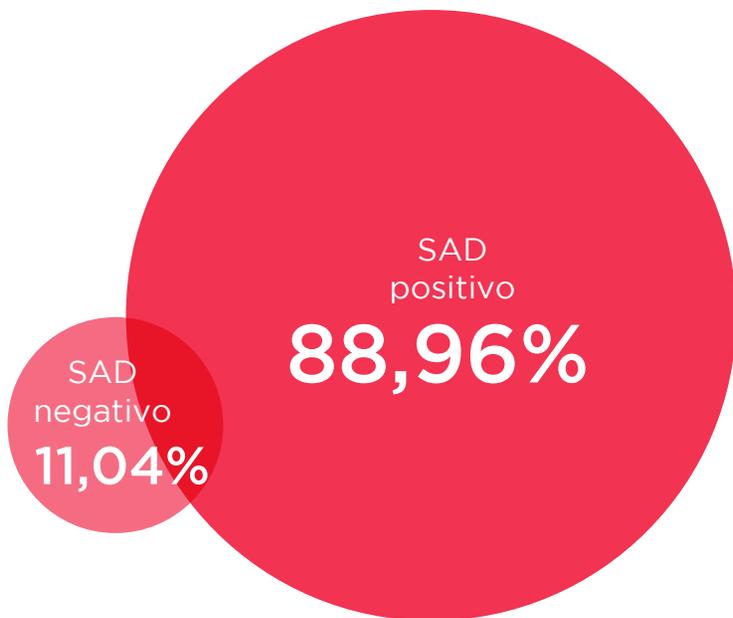


RESULTADOS EVALUACIÓN SAD ARGENTINA



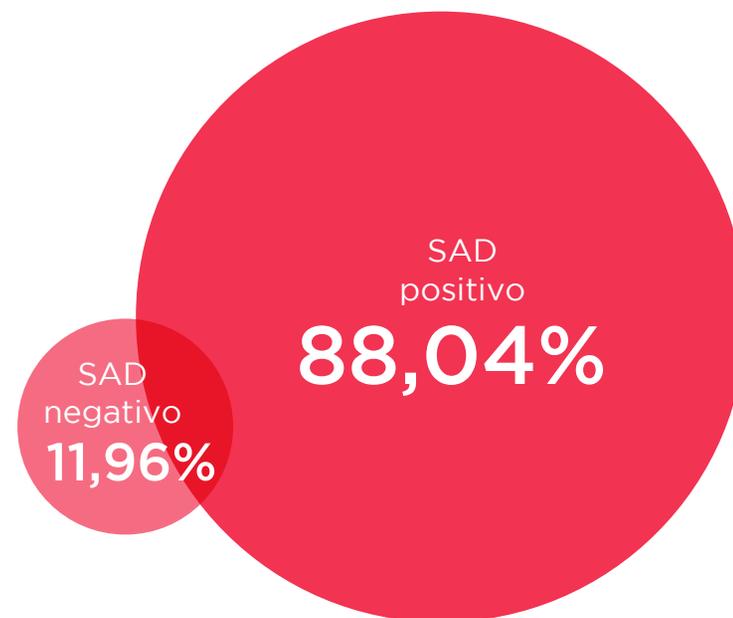
TOTAL EVALUADOS	1.024
SAD positivo	914
SAD negativo	110

RESULTADOS EVALUACIÓN SAD PERÚ



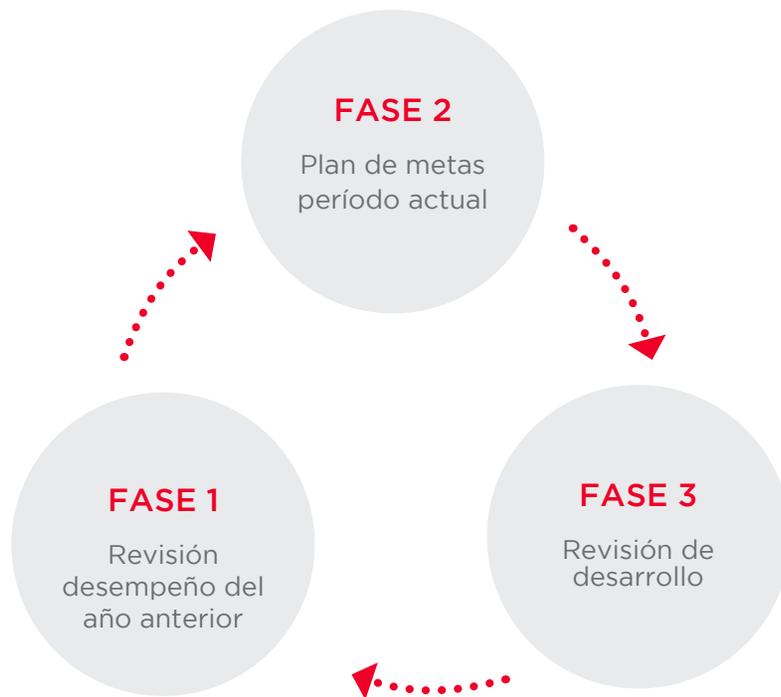
TOTAL EVALUADOS	806
SAD positivo	596
SAD negativo	89

RESULTADOS EVALUACIÓN SAD CHILE



TOTAL EVALUADOS	7.945
SAD positivo	6.996
SAD negativo	949

El segundo tipo de evaluación PMP (Performance Management Process) mide la siguiente secuencia:



Aplicación de PMP:

PAÍS	TOTAL PMP 2013	TOTAL PMP 2014
Argentina	151	153
Chile	640	660
Colombia	No se aplicó	37
Perú	No se aplicó	44

Destacamos que, de los principales resultados, los cargos profesionales se posicionan en un 90% en el cumplimiento de su desempeño. A su vez, aclaramos que en Aramark Sudamérica no evaluamos ni calificamos en las siguientes circunstancias:

- El personal que tenga menos de seis meses de permanencia en la empresa a la fecha de término del período de evaluación que corresponda.
- El personal que ha permanecido con licencia médica por un lapso igual o superior al 50% del período de evaluación que corresponda.
- El trabajador que ha sido trasladado de unidad durante el período sujeto a evaluación será calificado por la nueva jefatura solo si ha desempeñado el cargo por un lapso superior a dos meses. De lo contrario, el jefe actual debe indagar su desempeño con el jefe anterior y, si este no estuviera en la compañía, se debe recurrir a la jefatura superior que tenía en el antiguo cargo.



anmark 
**DÍA GLOBAL DEL
VOLUNTARIADO
19.03.2014**



11.5. DESARROLLO INTERNO

Creemos que las actividades y programas de capacitación representan la herramienta más importante para el desarrollo profesional y personal de nuestros trabajadores, lo que se traduce en un servicio de alta calidad y satisfactorio para el cliente.

En Aramark Sudamérica, concebimos nuestra expansión como un esfuerzo mancomunado con nuestro público interno, el cual debe estar cohesionado y sensibilizado con la estrategia de negocio para otorgar la mejor experiencia de servicio a nuestros clientes.

Estamos conscientes de que esto se logra implementando políticas que ayuden a generar un mayor compromiso de parte de nuestros empleados, permitiéndoles desarrollarse al interior de la organización y compatibilizando sus labores con su vida personal.

Construimos el desarrollo de carrera de nuestros trabajadores entregándoles las oportunidades para ello y habilitándolos para un desempeño exitoso en su rol.

Durante el FY 2014, se redujo el promedio de horas de capacitación por empleado en Aramark Sudamérica. Esta reestructuración del programa de desarrollo de carrera tuvo como objetivo hacer más eficientes los recursos utilizados y optimizar las horas hombre operacionales necesarias para un desarrollo de carrera exitoso. A pesar de lo anterior, se realizaron más de 240 cursos gestionados de manera interna y externa.

HORAS CURSOS CAPACITACIÓN

	FY 2013	FY 2014
Chile	264.175	164.823
Argentina	10.002	4.917
Colombia	8.105	252
Perú	1.244	2.849

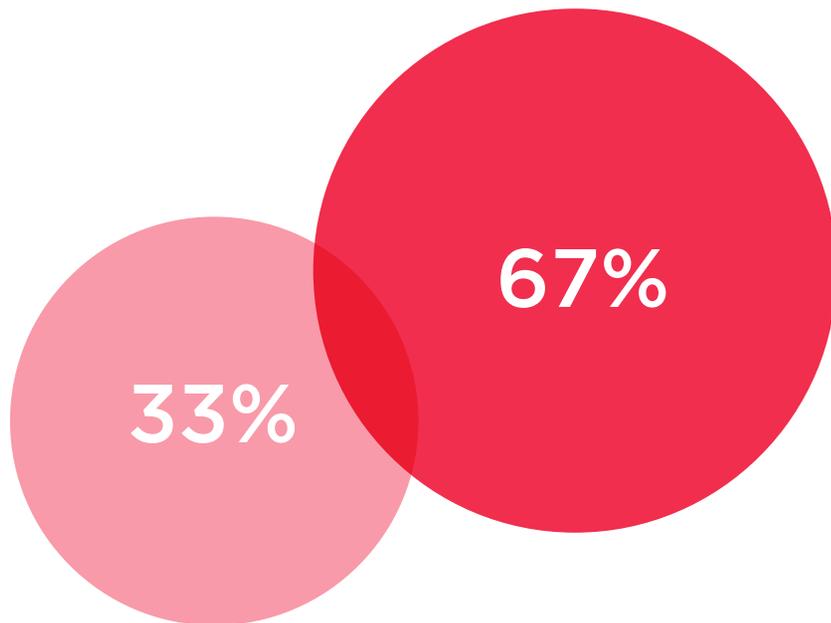
HORAS CAPACITACIÓN POR GENERO FY 2014

	FEMENINO	MASCULINO	TOTAL FY 2014 HORAS
Chile	104.681	60.142	164.823
Argentina	No se midió		
Colombia	No se midió		
Perú	362	882	1.244

HORAS CAPACITACIÓN PROMEDIO POR PERSONA

	TOTAL FY 2013 TRABAJADORES ACTIVOS FY 2013	HR. CAP. PROMEDIO POR PERSONA FY 2013	TOTAL FY 2014 TRABAJADORES ACTIVOS FY 2014	HR. CAP. PROMEDIO POR PERSONA FY 2014
Chile	20.959	12,6	18.834	8,75
Argentina	1.933	5,01	1.823	2,69
Colombia	1.197	6,77	1.131	0,22
Perú	1.889	0,65	2.935	0,42

En Chile, la inversión total en capacitación para el FY 2014 fue de \$ 971.298.092 y la compañía financió el 67% del costo total en capacitación.



11.6. PROGRAMA ENCORE, ENCORE

En Aramark Corporation, celebramos cada año el día del colaborador a través del programa Encore, Encore en todos los países donde operamos. Esta celebración la realizamos en el marco del Día del Reconocimiento, durante el cual destacamos y reconocemos el esfuerzo, premiamos los resultados y celebramos los años de servicio de nuestros colaboradores.

El programa se respalda en una plataforma web a la que tienen acceso todos los trabajadores de la compañía.

11.7. INCLUSIÓN Y GESTIÓN DE LA DIVERSIDAD

Valoramos la diversidad como elemento clave en el modelo de gestión de personas. Es parte de nuestra política atraer, contratar, capacitar, ascender, trasladar y rescindir el contrato de las personas sin consideración de su raza, color, religión, país de procedencia, edad, sexo, condición de madre, discapacidad, orientación sexual, identidad sexual, información genética, si es militar, si es adulto mayor u otra clasificación local pertinente.

A su vez, buscamos garantizar que otras medidas relacionadas con el personal sean administradas sin considerar ningún tipo de discriminación. Nos referimos a remuneraciones, beneficios, despidos,

recontrataciones, capacitación patrocinada, educación, ayuda para colegiatura, programas sociales y recreativos, entre otros. Además, promovemos un trato justo a todos nuestros empleados, quienes reciben igualdad de oportunidades en todos los niveles de la organización.

Durante el año fiscal 2014, bajo el modelo de inclusión de la diversidad, hemos gestionado el desarrollo activo y consciente de la aceptación e incorporación de diferencias y similitudes como potencial en Aramark Sudamérica. Esto, para los procesos de selección y reclutamiento.

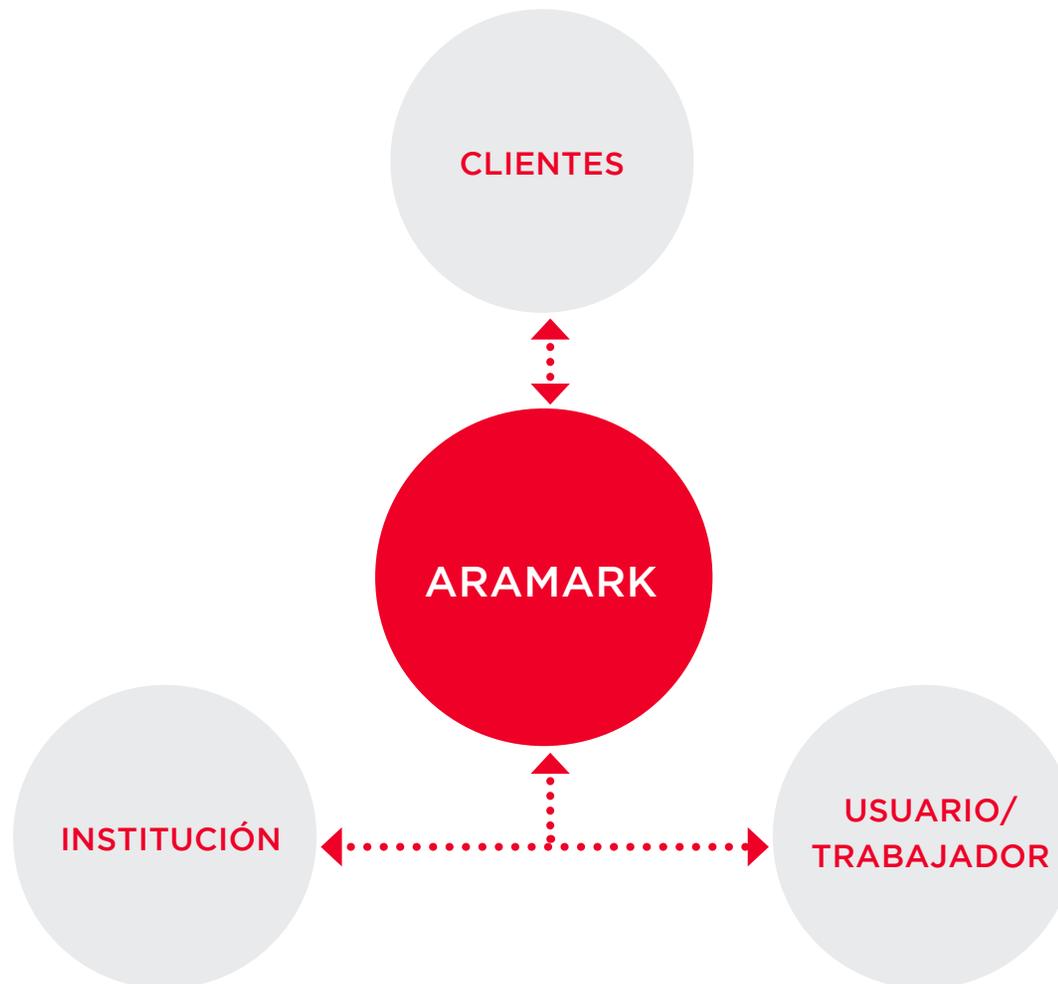
Este modelo de inclusión, que se inició en el FY 2013, está dirigido a diversos grupos de nuestra sociedad.



11.7.1 INTERMEDIACIÓN LABORAL

Definimos que durante el FY 2014 y 2015, se trabajaría especialmente en la inclusión de mujeres, jóvenes y personas en situación de discapacidad. También, se definirá en 2015 una estrategia de reclutamiento masivo para otros grupos de la sociedad.

El modelo de intermediación utilizado en Chile para todos los casos es el siguiente:



Mujeres dueñas de casa: es uno de los principales grupos vulnerables en Chile e históricamente ha tenido que vivir un proceso de inserción laboral.

En este grupo, quienes siguen en situación de desventaja son, mayoritariamente, las jefas de hogar, a quienes se les torna más difícil el ingreso al sistema laboral, ya sea por su falta de calificación o por lo complejo que es conciliar el trabajo con las obligaciones de la casa y el cuidado de los hijos. En Aramark Sudamérica promovemos la inclusión de la mujer, especialmente de aquellas que provienen de sectores sociales vulnerables, conciliando su trabajo con su vida familiar.

Gracias a la estrategia implementada en Chile, **el ingreso al mundo laboral de mujeres dueñas de casa aumentó en más de 1.200% durante 2014, pasando de 40 a 486.** Esperamos que ello continúe y, como parte de nuestro compromiso e inclusión de este grupo, seguiremos monitoreando estos datos a nivel regional.

Jóvenes: la discriminación por razones de edad en el mercado del trabajo afecta también a jóvenes y adultos mayores.

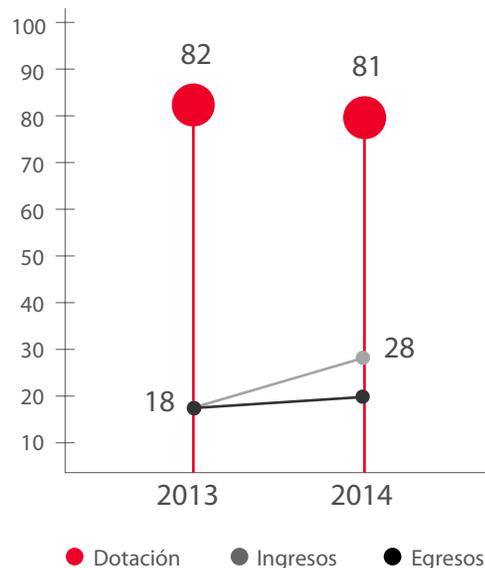
En relación a los jóvenes, los más afectados y quienes tienen menos oportunidades de encontrar un empleo de calidad son aquellos que solo poseen la enseñanza media completa o bien no la han terminado. Aparte de la poca calificación, también influye el perfil educativo adquirido en los liceos técnicos y establecimientos de educación superior, el cual no se condice con las necesidades del mercado laboral, ya que falta interacción entre el sistema educativo y el mundo laboral chileno.

Es por ello que en Aramark Chile, durante el FY 2014 desarrollamos una estrategia de inclusión de jóvenes en práctica profesional. De esta manera, durante este período aumentamos en un 70% la participación con respecto a 2013, pasando de 457 jóvenes a 653.



Situación de discapacidad: el Programa de Inclusión Laboral de Personas en Situación de Discapacidad (PILD), ejecutado por Aramark Sudamérica, es parte de nuestra esencia desde 2006. El proceso de mejoramiento continuo nos orienta a trabajar en la permanencia y el desarrollo de las personas en situación de discapacidad en trabajos dignos y competitivos. Nuestras cifras nos alientan, y por eso hoy estamos aun más comprometidos en seguir avanzando en este sentido.

DOTACIÓN PERSONAS EN SITUACIÓN DE DISCAPACIDAD INCLUIDAS EN CHILE



Para 2014, nos habíamos comprometido a que el 1% de los puestos laborales en nuestras operaciones en Chile sería ocupado por personas en situación de discapacidad, además de incorporarlas en Argentina, Colombia y Perú.

Durante el período de gestión del FY 2014, efectivamente, pudimos crecer en este número de personas respecto del año anterior, e implementamos el programa en Argentina. Sin embargo, no hemos logrado alcanzar el 1% de la dotación en Chile, producto de la dificultad para disponer de personas habilitadas para trabajar en nuestros puestos laborales, lo cual no siempre depende de nuestras gestiones.

El programa en Argentina lo iniciamos con la colaboración y apoyo de la Fundación Discar, lo que permitió incorporar a dos personas en situación de discapacidad a nuestra organización.

La tutora de Santiago Perrotta nos comparte su experiencia: “Integrar a Santi en nuestro equipo de trabajo fue una experiencia muy buena. Es una hermosa persona y nos dimos cuenta de que no solo él vino a aprender de nosotros, sino que nosotros aprendemos mucho de él”.

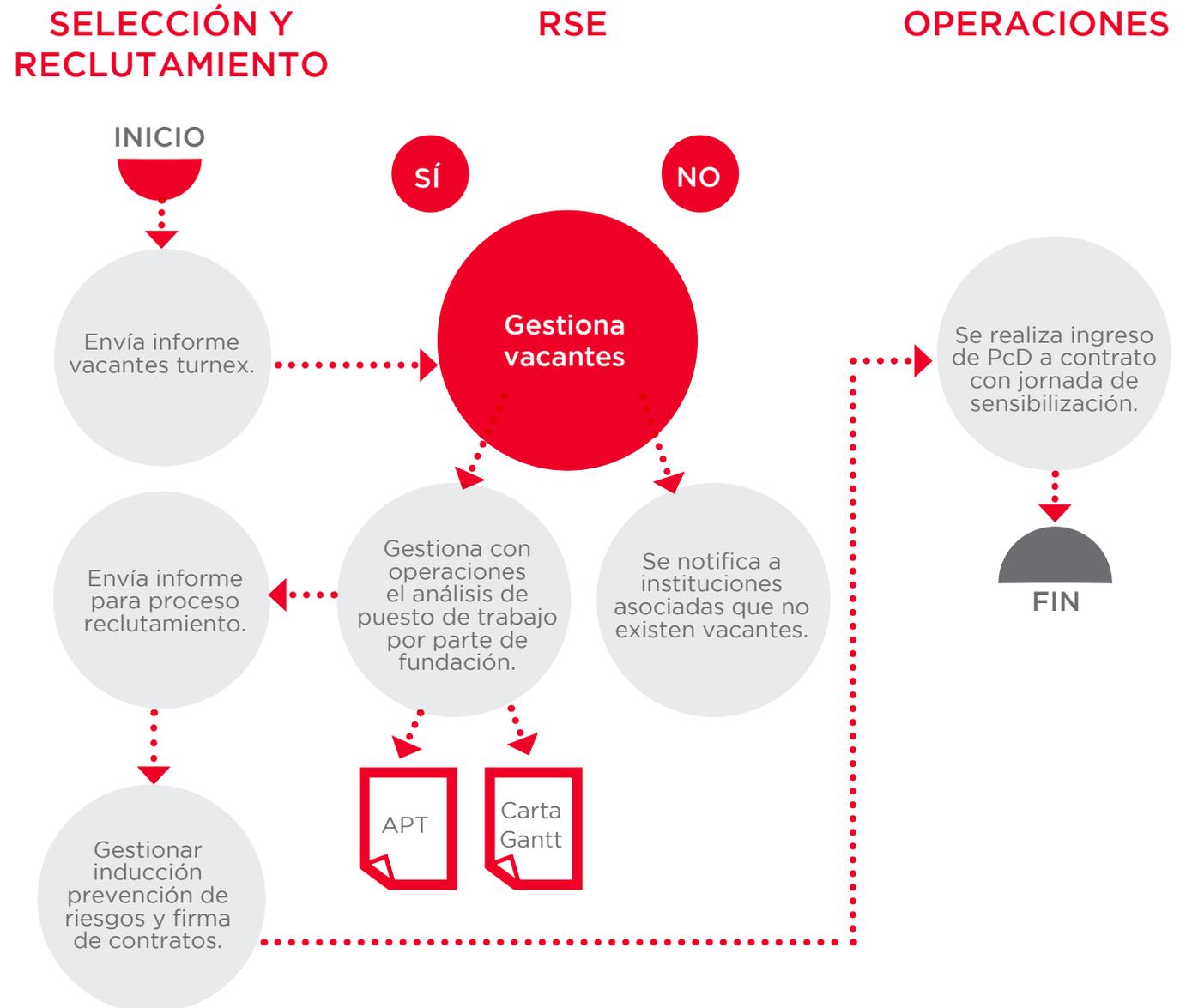
De esta forma, nuestro principal desafío es seguir incorporando a estos colaboradores en nuestras operaciones.

La experiencia desde 2006, cuando iniciamos nuestras prácticas de inclusión y diversidad, nos permitió desarrollar un modelo para personas con discapacidad. Actualmente, este se utiliza en Chile y Argentina, considerando un trabajo colaborativo con organizaciones privadas y del Estado dedicadas al cuidado y desarrollo de estas personas, además de hacer seguimiento a su desempeño y brindar apoyo.

100

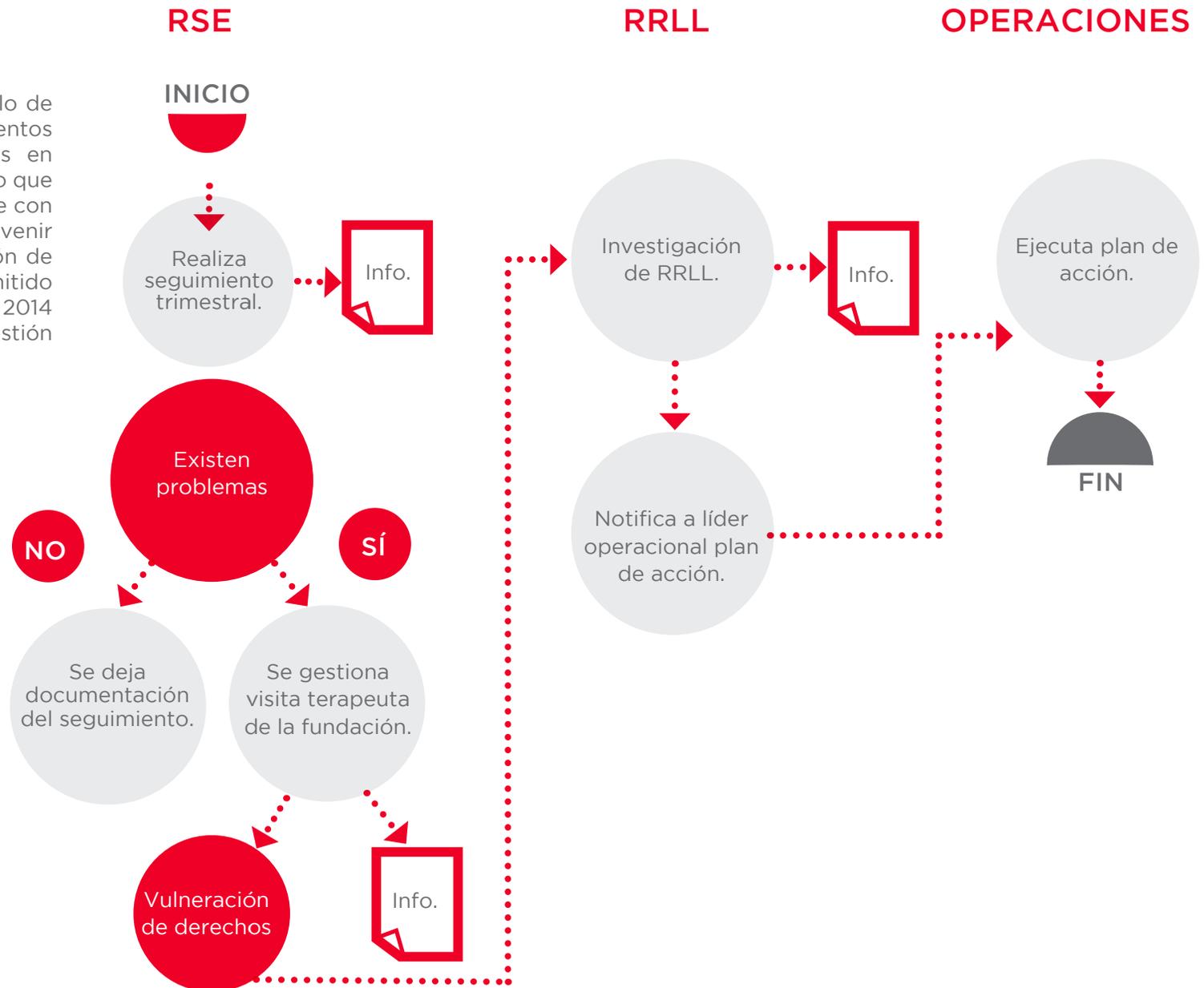
A) SELECCIÓN Y RECLUTAMIENTO

Este proceso de selección se inicia evaluando la disponibilidad de vacantes, y si la organización de apoyo o fundación considera que el puesto de trabajo cumple con las condiciones requeridas por el postulante. Luego, comienza el proceso de reclutamiento establecido para todos aquellos que postulan a trabajar en nuestra compañía, incluyendo las inducciones y protocolos de seguridad, según lo indica la ley.



B) SEGUIMIENTO Y ACOMPAÑAMIENTO

Luego del ingreso, el modelo de inclusión considera seguimientos trimestrales a las personas en situación de discapacidad, lo que se realiza colaborativamente con las instituciones para prevenir cualquier tipo de vulneración de sus derechos. Esto ha permitido que más de 40 clientes en 2014 estén involucrados en la gestión de la diversidad.



Desde 2006, Aramark Chile trabaja en estrecha colaboración con 15 instituciones que promueven la inclusión laboral. Ellas son: Coanil, Fundación Tacal, Teletón, Fundación Belén Educa, Fundación Rostros Nuevos, Instituto Nacional de Rehabilitación, Universidad Central, Centro Empleo y Emprendimiento, Centro de Capacitación Laboral Santiago, Corporación Avanza, y las municipalidades de Las Condes, Huechuraba, Pudahuel, El Bosque y Rancagua.

En agosto de 2014, en Chile se realizó el encuentro Juntos Somos Diversidad, el cual tenía como objetivo revisar las prácticas en materia de gestión de personas en situación de discapacidad con todas las instituciones parte del programa, los jefes de estos trabajadores, los propios colaboradores, el Servicio Nacional de la Discapacidad (Senadis) y las áreas de la compañía que tienen relación con el programa. En esta instancia colaborativa, se revisaron los compromisos adquiridos para el FY 2014 y se fijaron los objetivos para el FY 2015.

Los compromisos suscritos para el FY 2014 se centraron en: fortalecer la inducción de administradores con jornadas de sensibilización, implementar una metodología participativa y colaborativa con las instituciones asociadas, seguimiento a la evaluación de desempeño e ingreso al plan de carrera Aramark.

C) EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

Parte importante del trabajo realizado con las personas en situación de discapacidad se dio en torno a la evaluación de desempeño, que es la misma que se aplica a todos los trabajadores. Los resultados se grafican a continuación:

TOTAL TRABAJADORES PILD EVALUADOS



En Aramark Perú, del total de trabajadores ingresados durante 2014, el 83,96% es de la zona de Apurímac, seguido por el 3,17% proveniente de Arequipa.

Dado que Chile tiene la mayor dotación de trabajadores en Aramark Sudamérica, el ingreso de ellos por región lo ilustramos en el siguiente cuadro:

	INGRESOS ARAMARK	TOTAL OCUPADOS	% FUERZA LABORAL APORTADA
Tarapacá	420	154.186	0,272%
Antofagasta	1.659	272.325	0,609%
Atacama	312	128.233	0,243%
Coquimbo	133	345.614	0,038%
Valparaíso	741	788.620	0,094%
Libertador General Bernardo O´Higgins	319	405.642	0,079%
Maule	108	437.375	0,025%
Biobío	778	832.512	0,093%
Araucanía	187	451.889	0,041%
Los Lagos	540	407.403	0,133%
Aysén	47	55.910	0,084%
Magallanes	56	78.643	0,071%
Metropolitana	7.730	3.250.271	0,238%
Arica y Tarapacá	65	72.306	0,090%
Los Ríos	8	169.869	0,005%

11.8. RELACIONES LABORALES

En Aramark Sudamérica, las relaciones laborales son producto de la gestión permanente de todos los líderes de la compañía. Aquello se refleja en el resultado del trabajo realizado por todas las partes involucradas, quienes siempre han destacado las condiciones y el trato que reciben al interior de nuestra empresa.

Velamos por el cabal respeto a todos los derechos y garantías fundamentales que asisten a nuestros trabajadores en el marco de la relación de trabajo. “La creación de riqueza es fundamental para todos, pero no puede pasar por encima de las personas. Dentro de la Responsabilidad Social Empresarial, cuando hablamos de persona, nuestra principal responsabilidad es con nuestra propia gente”, precisa el presidente Aramark Latinoamérica.

En esta misma línea, el gerente de recursos humanos de Aramark Colombia explica que “el gran tema nuestro siempre ha sido el manejo de las relaciones laborales, reuniéndote con los sindicatos, escuchándolos y juntándote con los trabajadores. Todo ello permite tener buenas instancias de mejoras para todos”.

Los convenios colectivos en Aramark Sudamérica son:

TRABAJADORES EN CONVENIO COLECTIVO		
	Sindicalizado %	Fuera de convenio %
Chile	58	42
Argentina	84	16
Colombia	78	22
Perú	0	0

Queremos salvaguardar las garantías de todos nuestros empleados. Por ello, disponemos de mecanismos que velen por la integridad y la seguridad de los trabajadores, permitiendo realizar denuncias respecto a vulneración de derechos o temáticas administrativas, para su consecuente investigación y -en caso de ser necesario- instruir sumarios que permitan adoptar las medidas compensatorias, correctivas y que brinden soluciones.

En Argentina, Perú y Colombia no se presentaron denuncias por faltas a los derechos humanos ni tampoco hubo incidentes en materia de acciones legales de tipo administrativas. Más aun, en Perú se realizaron capacitaciones a trabajadores con motivo de esta última temática.

CAPACITACIONES ADMINISTRATIVAS EN PERÚ	Nº DE PARTICIPANTES
Hostigamiento laboral	300
Derechos de la gestante	139

A pesar de nuestro alto compromiso con las personas y la protección que entregamos a nuestros trabajadores, en Chile reportamos 1.188 reclamos, de un total de 18.834 trabajadores. De ellos, el 75% corresponde a temas administrativos y el 25% restante dice relación con derechos humanos. El detalle se observa en esta tabla:

Nº DE DENUNCIAS	TIPO DE DENUNCIA	MOTIVOS
71	Vulneración de derechos	Acoso laboral, acoso sexual y discriminación.
1.117	Administrativa	Remuneraciones, protección de maternidad, cambios de instalación, conflictos, etc.

Todas estas denuncias fueron procesadas y se tomaron las siguientes medidas:

- Investigación de denuncias de vulneración de derechos fundamentales, conforme a lo establecido en RIOHS (Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad) .
- Capacitaciones sobre vulneración de derechos fundamentales a líneas de mando medio y trabajadores.
- Encuesta de clima laboral.
- Trabajo en conjunto con organizaciones sindicales a fin de solucionar reclamos de dichas entidades.
- Canalización de requerimientos con las áreas pertinentes con objeto de darles la solución correspondiente.
- Solicitar mediaciones ante la Dirección del Trabajo cuando se producen denuncias o controversias con dirigentes sindicales o trabajadores en particular y la materia denunciada reviste carácter delicado.
- Gestiones conducentes a brindar una solución lo antes posible. Estas gestiones dicen relación con el requerimiento, revisión y análisis de documentación, como registros de asistencia y liquidaciones de sueldo, y, en caso que amerite, solicitud a la operación directamente.

Todas estas medidas reflejan el permanente compromiso con nuestros empleados de salvaguardar su integridad y respetar sus derechos fundamentales y laborales. Cualquier infracción a estos deberá ser denunciada, dando curso a un procedimiento objetivo de investigación, sancionando aquellas conductas lesivas y vulneradoras que se encuentren debidamente acreditadas (Reglamento Interno Aramark, 2014). Este procedimiento consta de las siguientes etapas:

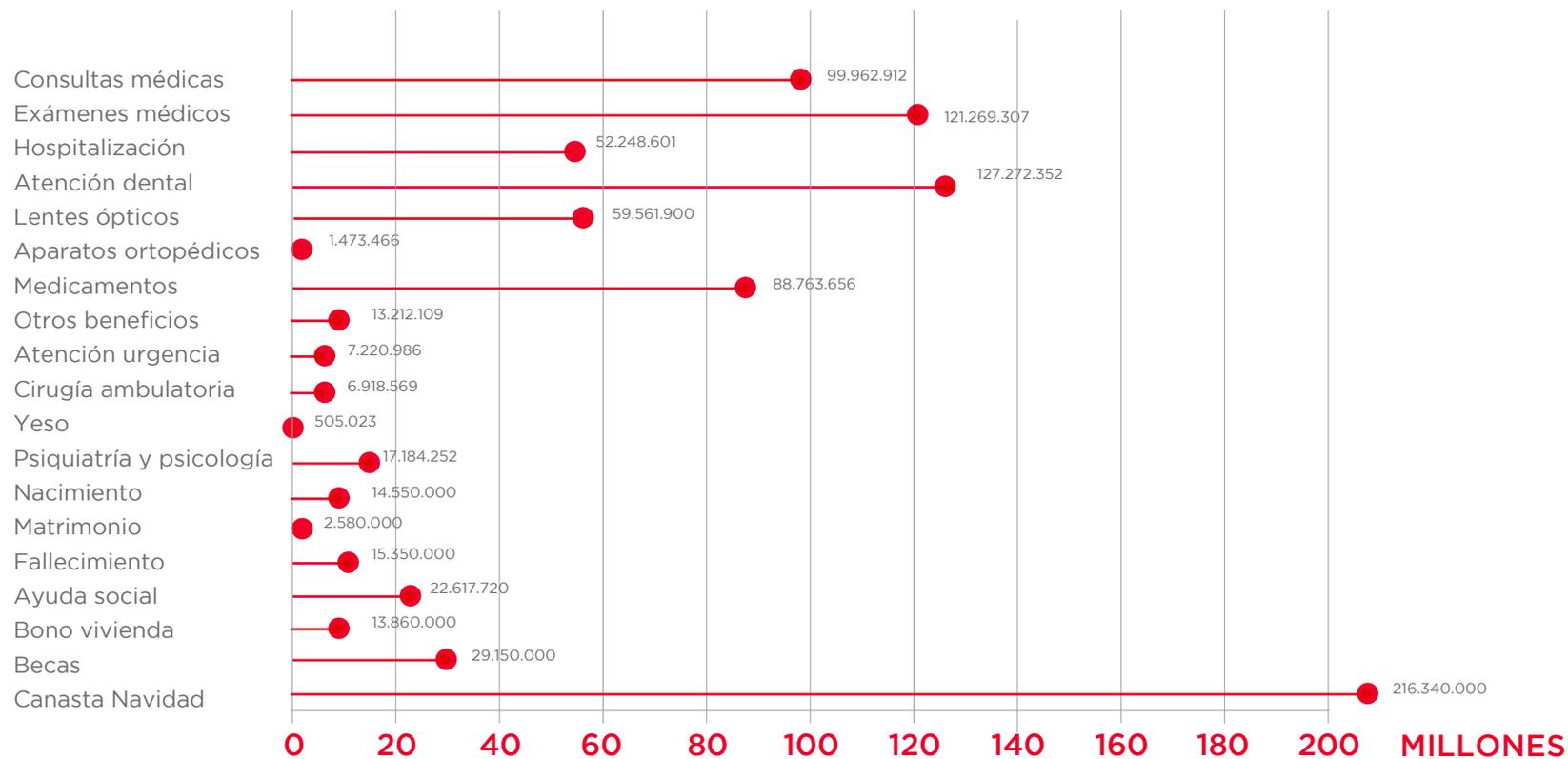


11.9. BENEFICIOS SOCIALES DE LOS TRABAJADORES

A nivel regional, ofrecemos una serie de beneficios, los que se diferencian de acuerdo a la realidad local de cada filial y las necesidades que estas puedan tener, valorando con ello a los trabajadores de cada uno de los países donde operamos.

A continuación, ilustramos cómo Aramark Chile gestionó el total de beneficios entregados a sus trabajadores durante 2014.

DISTRIBUCIÓN FONDOS BIENESTAR ARAMARK CHILE



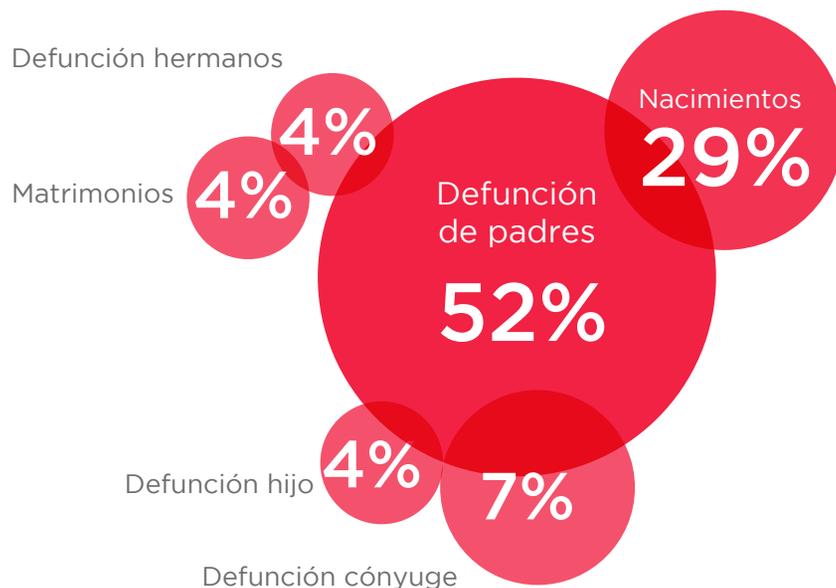
	CHILE	PERÚ	ARGENTINA	COLOMBIA
Bonos y/o seguros	Fallecimiento padres Matrimonio Nacimiento Defunción Obtención de vivienda Navidad Ayuda social	Essalud SCTR Vida Ley EPS Seguro de practicantes	Cobertura médica	Nacimiento Defunción Navidad Prima junio Arriendo y vivienda Pago incapacidades
Becas	Hijos estudiantes			Educación hijos
Préstamos	Auxilio		Auxilio	Fondo rotatorio de vivienda
	Asistencial		Asistencial	
	Salud	Salud	Salud	
	Escolar	Escolar		
Convenios	Médicos	Médicos	Descuentos hoteles	Calzado
	Medicamentos	Préstamos con tasa preferencial Banbif	Clase de inglés	Monturas y lentes
	Prestaciones dentales	Aprendizaje idiomas		
	Prestaciones ópticas	Prestaciones ópticas		
	Calzados			
Empresa	Seguro de vida		Seguro de vida	Seguro de vida
	Sala cuna		Préstamos	Extralegal y reactivo transporte
	Fiesta Navidad		Comedor	Permiso calamidad doméstica
			BGH y Megatlon	



Todos los beneficios mencionados anteriormente son cubiertos con fondos bipartitos recaudados por bienestar. Para pertenecer a este fondo de bienestar, el trabajador aporta el 1% de su sueldo imponible, mientras que la empresa solidariamente entrega el mismo monto por cada trabajador.

En el caso de los beneficios sindicales, se muestran en el siguiente gráfico:

TOTAL MONTO BENEFICIOS SINDICALES FY 2014



En Perú, los beneficios a nuestros trabajadores se representan de esta forma:

TIPO DE BENEFICIO	BENEFICIO
Seguros	Essalud.
	SCTR.
	Vida Ley.
	EPS.
	Seguro de practicantes.
Préstamos	0% de interés a colaboradores por temas de salud o escolaridad.
Convenios	Salud para el otorgamiento de crédito en atenciones ambulatorias (Cajamarca).
	OMNIA VISION, atención oftalmológica de colaboradores y sus familiares directos con tarifa preferencial.
	Euroidiomas: descuentos preferenciales para el colaborador y su familia directa.
	Banbif: préstamos a los colaboradores con tasas de interés preferenciales.
	Bodytech: colaboradores pueden asistir al gimnasio a precios corporativos.

En Aramark Argentina, los beneficios para los trabajadores se diferencian entre los que están fuera de convenio colectivo y los que están dentro, los cuales se desglosan de la siguiente manera:

BENEFICIOS PARA EMPLEADOS FUERA DE CONVENIO	
Beneficios	Observación
Comedor	Almuerzo en planta.
Cobertura médica prepaga	Galeno: con diferentes planes de acuerdo al cargo.
Viernes flexible	Otorgado al personal de la oficina central, una vez cada 15 días; el 50% del personal puede tomarlo a partir del mediodía.
Convenios de descuentos	BGH y Megatlon.
Estacionamiento	Gerentes.
Bono	Coordinadores, mandos medios y gerencia.
Clases de inglés	De acuerdo a la necesidad del área.
Seguro de vida	Trabajadores vigentes en la empresa.

BENEFICIOS PARA EMPLEADOS DENTRO DE CONVENIO	
Beneficios	Observación
Comedor	Almuerzo en planta.
Descuentos en hoteles, campings, centros recreativos	Beneficio según sindicato.
Préstamos	Se evalúa individualmente.
Seguro de vida	Trabajadores vigentes en la empresa.

En Aramark Colombia, se generan los siguientes beneficios:

- Auxilio educación hijos.
- Auxilio estudio técnico universitario.
- Auxilio niños con discapacidad .
- Auxilio transport. extralegal.
- Auxilio anteojos.
- Auxilio de nacimiento.
- Auxilio nacimiento hijo.
- B. especial cont. cerrejon.
- Bonificación por firma.
- Bono por adhesión.
- Gastos arrendamiento.
- Monturas y lentes .
- Retroactivo ext. transport.
- Transporte convención.
- Prima de junio.
- Prima extralegal Navidad.
- Aj. incapacidad 33,33%.

Adicionalmente, todos los trabajadores de Aramark tienen el beneficio del uniforme completo.



11.10. SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL DE NUESTROS TRABAJADORES

Para Aramark Sudamérica, mantener la seguridad de nuestros trabajadores es un desafío diario y prioritario. Con esta misión, el área de HSEQ (Health, Safety, Environment & Quality) ha impulsado la promoción de una cultura basada en “Cero Daño”, dentro del Plan Safe Aramark.

Esta cultura de “Cero Daño” se operativiza a través de su programa de Seguridad, Salud, Medioambiente & Calidad HSEQ.

Para la gestión de los programas HSEQ, disponemos de un modelo que consigna el liderazgo de la operación de cada contrato en la ejecución de los planes y programas.

El área corporativa provee el soporte que asegura la visibilidad de las mejores prácticas de la industria, entregando a la operación herramientas estandarizadas para su aplicación en terreno.

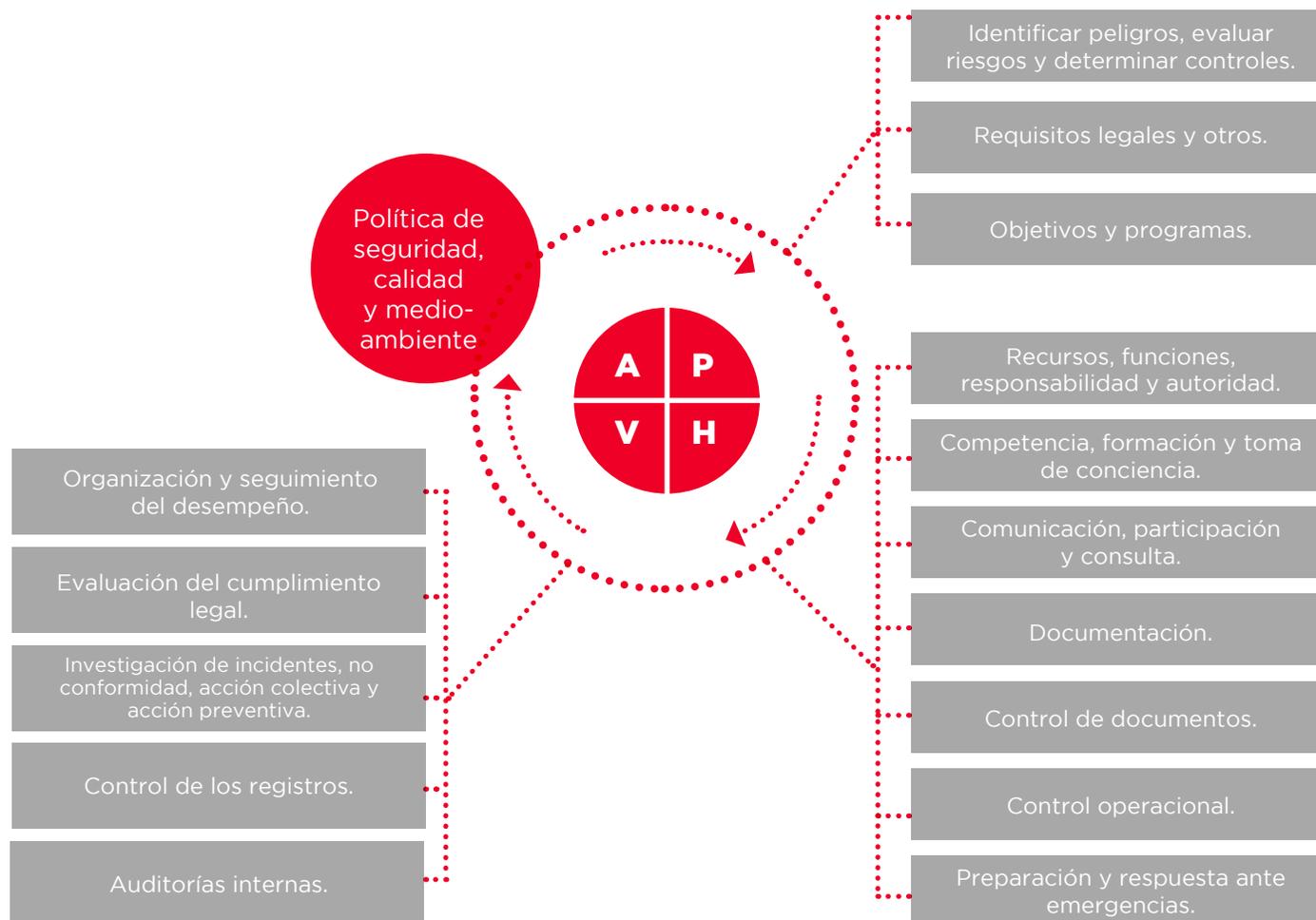


Trabajamos minuciosamente para desarrollar y promover una cultura operativa de "Cero Daño", la cual se fundamenta en:

- "Cero Daño" a los trabajadores de nuestra operación.
- "Cero Daño" a los usuarios de nuestros servicios.
- "Cero Daño" a las instalaciones de nuestro cliente.
- "Cero Daño" al medioambiente.

MODELO DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE RIESGO

El modelo de gestión de seguridad y salud ocupacional está basado en la norma OHSAS 18001 (establece los requisitos mínimos de las mejores prácticas de gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo).





11.10.1. PROGRAMA STOP

Es un programa de seguridad para nuestro trabajo, el cual controla, mediante la observación preventiva, los riesgos de incidentes laborales. Las características y beneficios de STOP son:

- Es un programa no punitivo.
- Se centra en las personas mientras realizan su trabajo.
- Aplica un procedimiento de observación coherente y cercana.
- Mejora los canales de comunicación y cooperación y promueve un trabajo seguro.
- Reduce las lesiones e incidentes al plantear una visión de seguridad participativa y activa.

CICLO DE OBSERVACIÓN STOP

1. Planificar las observaciones

a. Ciclo de observaciones: se define el número de observaciones por período que deberá realizar cada trabajador en los distintos niveles de la organización, partiendo por la presidencia de la compañía.

b. Mapa de riesgo: antes de realizar la observación, se debe conocer el mapa de riesgo específico de la operación a visitar.



2. El proceso de la observación

a. La tarjeta STOP: cada observación de conducta se registra de acuerdo a las categorías del mapa de riesgo, las que se dividen en: reacción de las personas, equipos de protección personal, seguridad laboral, seguridad alimentaria, posiciones y posturas, seguridad ambiental, procedimientos y estándares.

3. Proceso de ingreso de datos

a. Software STOP Data Pro: el observador debe registrar en el sistema sus observaciones realizadas.

b. Sistema de reporte: el software genera gráficas comparativas y monitorea el cumplimiento individual de los ciclos de observación.

4. Análisis de los reportes

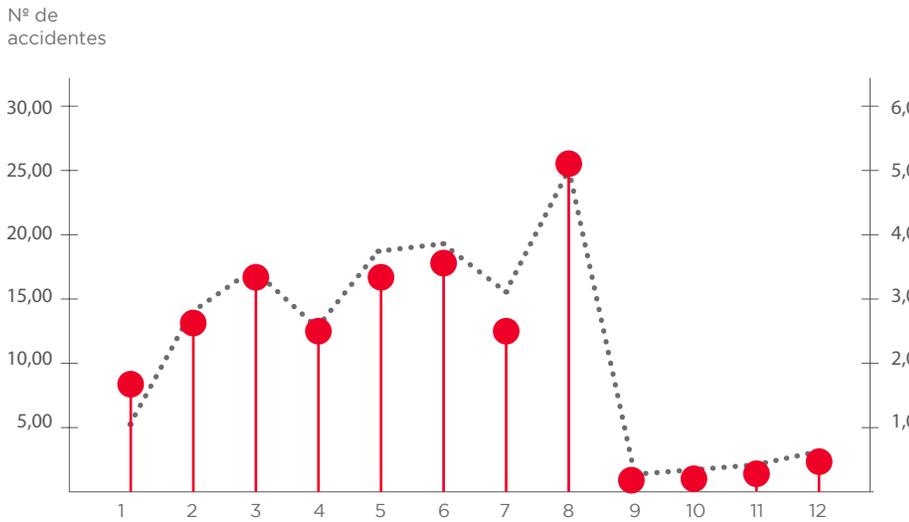
a. Periodicidad: mensualmente, el gerente del contrato se reúne con sus reportes directos y el comité paritario para analizar la información de observación.

b. Plan de acción: a partir del análisis, se construye un plan de acción por categoría que tiene una fecha de ejecución, un líder responsable y un indicador de éxito.

En Chile, esto se trabaja con la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS), con quien mantenemos una relación de colaboración estrecha.

Los resultados de accidentabilidad en Aramark Sudamérica son:

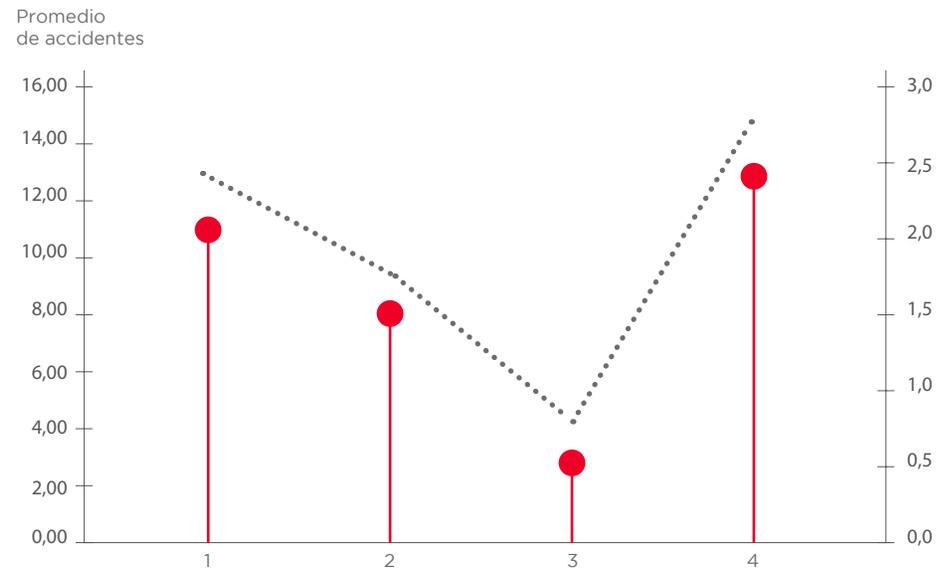
ÍNDICE DE SEGURIDAD FY 2014 LÍNEAS DE NEGOCIO (NÚMERO DE ACCIDENTES)



● IF IF = cantidad de accidentes por cada millón de horas trabajadas.
● AFR AFR = cantidad de accidentes por cada 200.000 horas trabajadas.

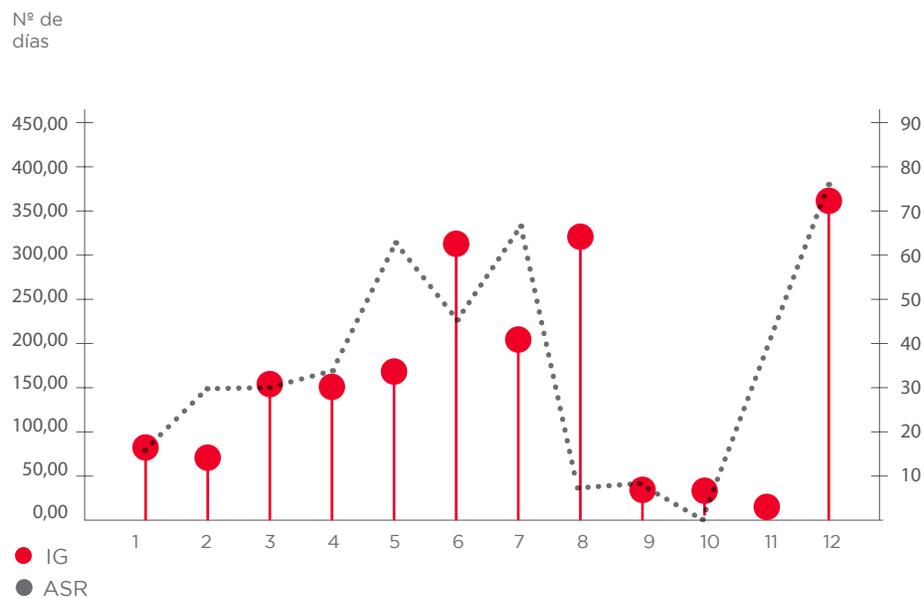
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
CDA	PLANTA ALPES	FACILITY BUSINESS	FACILITY EDUCATION	FACILITY HEALTH	FOOD SERV. BUSINESS	FOOD SERV. EDUCATION	FOOD SERV. HEALTH	FACILITY MINING	FOOD MINING	INDUSTRIAL CLEANING	BUILDING
8,20	14,51	17,18	12,97	17,95	18,28	14,87	25,37	0,66	1,09	1,55	2,99
1,6	2,9	3,4	2,6	3,6	3,7	3,0	5,1	0,13	0,22	0,31	0,6

ÍNDICE DE SEGURIDAD FY 2014 PAÍSES



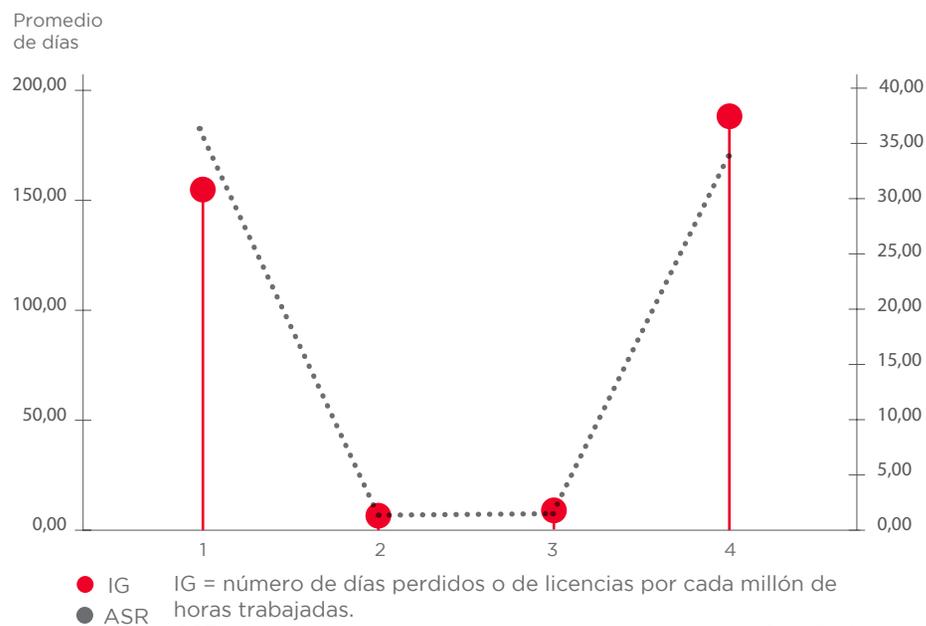
	TOTAL CHILE	TOTAL COLOMBIA	TOTAL PERÚ	TOTAL ARGENTINA
● IF	11,80	8,351	3,55	13,35
● AFR	2,37	1,67	0,71	2,67

ÍNDICE DE SEGURIDAD FY 2014 LÍNEAS DE NEGOCIO (DÍAS PERDIDOS)



CDA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
92,96	87,08	154,65	151,96	176,84	307,49	210,0	322,80	42,16	45,78	3,11	383,52	
18,6	17,4	30,9	30,4	35,4	61,5	42,0	64,6	8,4	9,2	0,6	76,7	

ÍNDICE DE SEGURIDAD FY 2014 PAÍSES (DÍAS PERDIDOS)



TOTAL CHILE	TOTAL COLOMBIA	TOTAL PERÚ	TOTAL ARGENTINA
157,98	9,001	10,70	172,00
36,30	1,80	2,14	34,40



11.11. COMITÉS PARITARIOS

Es nuestra preocupación y prioridad incentivar la conformación y participación de los comités paritarios, para mejorar la comunicación con nuestros trabajadores y realizar un trabajo más efectivo y coordinado.

Tenemos cuatro principales acciones:

- Campaña de difusión de Comité Paritario de Higiene y Seguridad (CPHS) en colaboración con la ACHS.
- Diagnóstico de CPHS constituidos y funcionando.
- Generar programa de trabajo.
- Establecer CPHS ampliado por área, con participantes electos democráticamente por los trabajadores.

El compromiso de HSEQ Aramark es una tarea de todos e impone un desafío a nuestros líderes de prevención de riesgo y a cada uno de los empleados, para contribuir diariamente a la disminución de los factores de peligro que inciden en la seguridad ocupacional.

11.12. COMUNICACIONES INTERNAS

La gestión de la comunicación interna en Aramark Sudamérica se centra principalmente en difundir información relevante, así como en apoyar la articulación de proyectos e iniciativas que requieran de un despliegue comunicacional. Disponemos de los siguientes canales de comunicación:

Intranet, se actualiza en forma diaria y funciona como una plataforma que permite consolidar:

- Información comunicada por otros canales.
- Documentación relevante para los diferentes procesos de trabajo bajo una única biblioteca permanentemente actualizada.
- Agenda de contactos de la empresa.
- Accesos a plataformas externas o secundarias para gestión de procesos, tales como: formulación presupuestaria, tableros operacionales y sharepoint.

Boletines de noticias:

- Newsletter corporativo mensual que incorpora contenidos sobre las líneas de negocio, tales como aperturas o nuevos contratos. Incluye novedades de Aramark internacional y noticias de interés general sobre iniciativas de la compañía vinculadas a dimensiones específicas de gestión, que pueden ser de calidad, medioambiente y vínculo comunitario, entre otras.
- Newsletter “Escuchamos tu Voz”. Mensualmente, informa sobre temas de desarrollo organizacional y fomento del compromiso, tales como programas de capacitación, medición del desempeño, iniciativas de reconocimiento e inclusión laboral.

Comunicados vía correo electrónico que informan los siguientes temas:

- Nuevas políticas o procesos de gestión interna.
- Incorporaciones al equipo o cambios organizacionales.
- Campañas de comunicación articuladas alrededor de una iniciativa. Por ejemplo: concursos, donaciones y programas de reconocimiento.
- Celebración de hitos relevantes de acuerdo al calendario local.

Afiches y materiales impresos: gráficas que se publican en las distintas instalaciones de Aramark a lo largo del país para acompañar proyectos o campañas específicas.

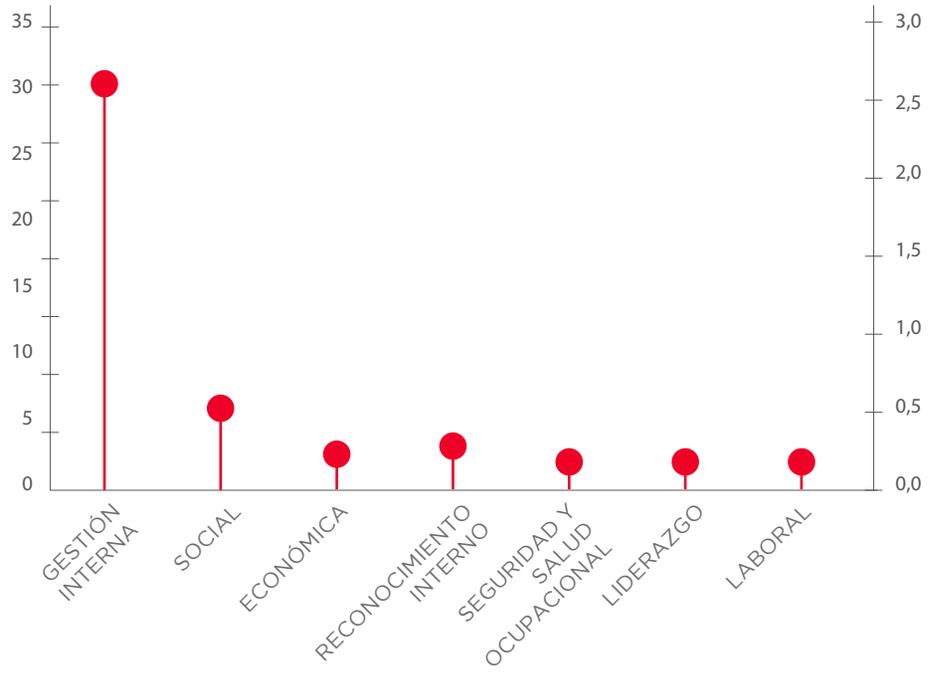
Eventos corporativos: organizados específicamente en función de las necesidades de la compañía para el lanzamiento de proyectos, cobertura de acontecimientos organizacionales y otras materias.

Con el objetivo de alinear la comunicación a nivel regional, los mensajes y contenidos gestionados desde Chile son compartidos con los países de Latinoamérica. Esto permite trabajar sobre un calendario común y en coordinación con las estructuras locales.

A su vez, existe una alta integración bidireccional con las comunicaciones corporativas que se gestionan desde la casa matriz en Estados Unidos, adaptando y replicando mensajes que bajan desde el corporativo, como los relacionados con cambios organizacionales o estructurales de gran escala. También, se comparten las noticias más relevantes de la región para su difusión a nivel internacional en los canales globales, por ejemplo, incluyendo novedades locales en la intranet o el newsletter global.



TIPO DE INFORMACIÓN DIFUNDIDA





aramark

aramark



12.



**NUESTROS
PROVEEDORES**



126

12. NUESTROS PROVEEDORES

Nuestra vinculación con los proveedores está basada en la confianza y transparencia, a través de relaciones bidireccionales. Nuestros proveedores son aliados importantes y deben estar alineados con las políticas de RSE y sostenibilidad que mantenemos.

“Una organización puede influir sobre otras organizaciones, a través de sus decisiones sobre adquisiciones y compras. Mediante su liderazgo y tutoría a lo largo de la cadena de valor, puede promover la adopción y el apoyo de los principios y las prácticas de responsabilidad social” (ISO 26000, 2010).

Confiamos en que nuestras prácticas en materia de sostenibilidad son una fuente para replicar en nuestra cadena de valor. Esto nos lleva a poner especial atención en nuestra relación con los proveedores.

De esta forma, Aramark cuenta con un reglamento de proveedores, el cual vela por:

- Proceso de compra.
- Licitación y contratación directa.
- Precios, facturación y pago por la 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 industria.
- Confidencialidad.

12.1. PERFIL DE NUESTROS PROVEEDORES

Cada año, ejecutivos de Aramark Sudamérica recorren diversos mercados del mundo buscando los mejores productos, al mejor precio y con el respaldo de fabricantes de confianza. Todo ello para entregar a nuestros clientes servicios de calidad y estándar mundial.

Además del precio, nuestra estrategia de aprovisionamiento considera una evaluación de proveedores que persigue conseguir mejoras en la gestión con ellos, a través de la aplicación de acciones correctivas derivadas de la misma.

Estas evaluaciones se basan en tres criterios:

- Evaluación técnica del proveedor.
- Evaluación del nivel de servicio.
- Cumplimiento en la entrega de precios.

Adicionalmente, para el FY 2014 se incorporó el criterio de evaluación de la gestión ambiental, a partir de la información proporcionada por la evaluación técnica del proveedor.

“Estas evaluaciones cuentan con la guía establecida por el Sernac en el Reglamento Sanitario de los Alimentos D.S. N° 977, 2000”.

12.2. EVALUACIÓN TÉCNICA

Para nuestra compañía es vital cumplir con los estándares Aramark Sudamérica, por lo cual se requiere establecer y regular los pasos necesarios para la evaluación de los proveedores del área food. Ello, a través de auditorías y solicitud de antecedentes que acrediten que cumplen con el nivel de calidad exigido por nuestra empresa.

Todos estos proveedores son evaluados al menos cada dos años y clasificados en categorías según su criticidad.

CATEGORÍA	BPM	HACCP	ISO 9001	OSHAS 18000	AUDITORÍA ARAMARK	PROGRAMA MEDIOAMBIENTE ARAMARK
A	Exigible	Exigible	Deseable	Deseable	No aplica	Deseable
B	Exigible	Deseable	Deseable	Deseable	Exigible	Deseable
C	Deseable	No aplica	No aplica	No aplica	Exigible	No aplica

BPM = Buenas Prácticas de Manufactura.

HACCP = Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (APPCC o HACCP, por sus siglas en inglés).

12.3. POLÍTICA DE CONDUCTA Y COMPRA

Creemos que la calidad e inocuidad alimentaria de nuestros servicios son el eje fundamental para cumplir nuestra misión de entregar experiencias que nutran y enriquezcan la vida de las personas.

Nuestros proveedores son clasificados en dos grandes grupos: Food y Non Food. Para cada uno de ellos, las alianzas comerciales son diferenciadas y siempre orientadas a conseguir el mejor producto del mercado al mejor valor para el cliente.

El departamento de compras aplica criterios de selección estrictos y orientados a conocer lógicas de abastecimiento, la materia prima empleada y su calidad. Para asegurar dicho estándar, es necesario también contar con un abastecimiento oportuno, estable y regular.

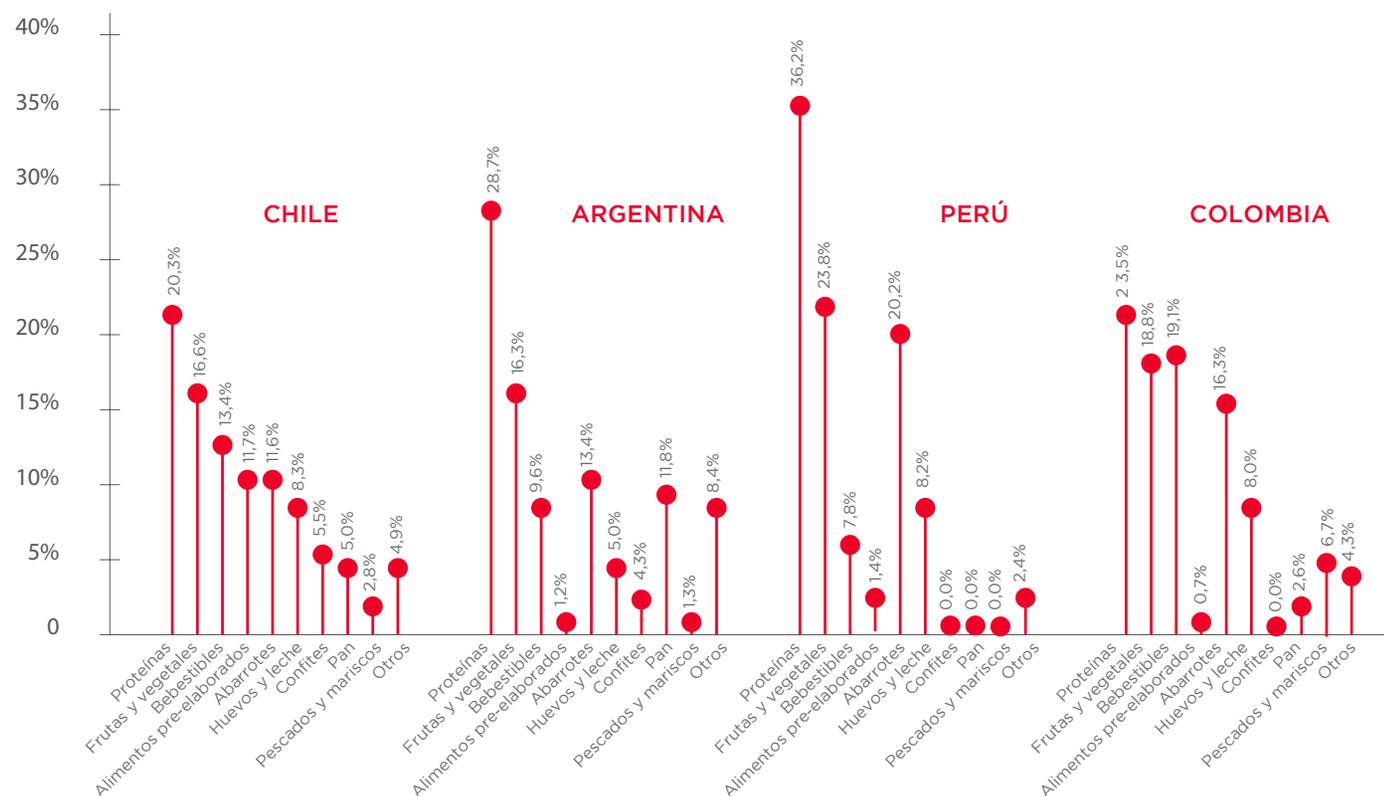
Por otra parte, existe el reglamento de proveedores, que regula todas las instancias y procesos con ellos, desde la licitación, contratación, precio y facturación, hasta la devolución de productos, prohibiciones, seguros y pactos de confidencialidad.

Este reglamento, además, entrega garantías a nuestros clientes y consumidores en el cumplimiento de nuestros deberes y obligaciones con ellos, fortaleciendo nuestros vínculos basados en la transparencia.

Por otro lado, trabajamos una estrategia de adquisiciones Aramark que nos permite alinear acuerdos de largo plazo con los mejores proveedores y líderes en sus mercados. Con ellos, queremos asegurar la calidad, abastecimiento y precios, dado que son preferentemente actores regionales.

La composición de compra en Aramark se distribuye en la siguiente categoría de productos:

% DE COMPRAS FOOD POR CATEGORÍA DE PRODUCTO



En el marco de nuestro compromiso con las acciones que resguarden el medioambiente, en Chile se realizó un diagnóstico que nos permitió conocer cuáles son los proveedores más amigables en este aspecto, buscando valor agregado en los productos, diferenciación de los mismos y alianzas estratégicas que nos brinden mejoras en el largo plazo y faciliten trabajos mancomunados que favorezcan nuestra conducta responsable.

Para ello, elaboramos el Índice de Proveedores Amigables con el Medioambiente, el que se detalla en el capítulo sobre esta materia.



12.4. DESARROLLO DE PROVEEDORES Y COMPRAS LOCALES

En Aramark Sudamérica, implementamos hace seis años el Programa Desarrollo de Proveedores y Compras Locales. Este tuvo como objetivo aportar al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades, por medio de la generación de compromisos de compras de los principales productos hortofrutícolas de la zona. Puntualmente, nos enfocamos a:

- Dotar por medio de la capacitación a proveedores hortofrutícolas locales en técnicas de manejo e inocuidad alimentaria y comercialización, para así lograr los estándares requeridos por Aramark y sus clientes.
- Introducir a proveedores hortofrutícolas locales en la oferta de valor de Aramark, aprovechando la disponibilidad de productos de cada zona y el capital humano existente en ella.

Con estas acciones, reiteramos nuestro compromiso con las comunidades locales e incorporamos en nuestro modelo de abastecimiento a pequeños proveedores hortofrutícolas que otorgan valor agregado a los productos disponibles para nuestros clientes.

Este modelo busca establecer confianza, transparencia y colaboración, y entregar las herramientas de autogestión para proveedores locales.

MODELO DE DESARROLLO DE PROVEEDORES Y COMPRAS LOCALES



En Aramark Chile, hemos implementado este programa durante el FY 2014 en Pica, alcanzando a comprar 107.3 toneladas de alimentos hortofrutícolas, tales como naranjas, limones y tangelos.

A su vez, en Aramark Perú hemos llevado a cabo este programa con dos clientes. Uno de ellos en la localidad de Challhuahuacho - Apurímac, donde desarrollamos pequeños negocios en los rubros de lavandería y hotelería. Aquí se capacitaron 581 personas, incluidos emprendedores y trabajadores de 20 lavanderías y 70 hospedajes, a quienes se les entregó certificados y constancias de participación. Esto les permitió formalizar sus negocios y convertirse en proveedores locales.

Además, en Apurímac compramos el 74% de los productos hortofrutícolas en las comunidades locales.

Al mismo tiempo, se identificó una cartera de proveedores locales en la ciudad de Cajamarca, quienes -a través del abastecimiento de diferentes productos y servicios a Aramark Perú- fomentaron su desarrollo, mientras que nosotros pudimos crear una cadena de valor que se hizo extensiva en el entorno social. A modo de ejemplo, solo en 2013 las compras anuales a proveedores de Cajamarca superaron el monto de 3.000.000,00 nuevos soles, alcanzando un 8% de las compras locales.

En total, en nuestra filial Perú, el 29,64% de las compras realizadas en el FY 2014 corresponde a proveedores locales.

En el caso de Colombia, en tanto, contamos con un 2,26% de compras a nivel local, esperando aumentar dicha cifra para el año que viene. Queremos fortalecer nuestro vínculo en las comunidades y promover el desarrollo de ellas por medio de herramientas de gestión y compra de materia prima con valor agregado en las comunidades de influencia.

En Argentina, contamos con el programa en Santa Cruz y San Juan donde compramos un 7,35% y 4,53%, respectivamente.

ZONA DE INFLUENCIA	ACTIVIDAD
Jachal e Iglesia (San Juan)	Programa de desarrollo de proveedores y emprendedores locales: "Uniando Redes" (seguimiento bromatológico, habitación de salud pública, visitas a territorio mensuales).
	Plan de compra local para servicios de alimentación.
Perito Moreno (Sta. Cruz)	Programa de desarrollo de proveedores y emprendedores locales: "Uniando Redes".
	Visita a terreno en búsqueda de potenciales proveedores.





12.5. MODELO DE DISTRIBUCIÓN Y ALMACENAMIENTO

En Aramark Chile contamos con un Centro de Distribución y Almacenamiento propio (CDA), el cual abastece a cada una de las instalaciones de los servicios de Facility o Food. Para 2015, se realizará una migración hacia una empresa externa.

En este centro, cada producto -según su tipo- es resguardado por medidas de seguridad. Esto permite asegurar la cadena de frío, la integridad y frescura de congelados y refrigerados, frutas, verduras y abarroses.

El CDA cuenta con una amplia flota de camiones refrigerantes que realizan el reparto a todas las instalaciones donde operamos, dando cumplimiento a la normativa vigente.

MODELO DE DISTRIBUCIÓN DEL CDA



En Perú, Argentina y Colombia contamos con operadores logísticos que distribuyen nuestras solicitudes y con proveedores que abastecen directamente las operaciones.



12.6. SISTEMA DE GESTIÓN DE RECLAMOS A PROVEEDORES

En Aramark Chile, disponemos de un sistema de gestión de reclamos, por medio del cual buscamos asegurar la óptima calidad de los insumos utilizados en nuestra operación.

Este sistema permite identificar los productos sub estándar, que son aquellos que están por vencer o que no cumplen con los requisitos del reglamento sanitario. Ejemplos de este tipo de productos:

- Próximos a vencer.
- Mal rotulados.
- Con resultados microbiológicos fuera de estándar.
- Alteraciones organolépticas evidentes.
- Envases dañados.
- Devoluciones.
- No conformidades reiteradas de productos envasados.

En el FY 2014, hubo un promedio mensual de 71 eventos de investigación por productos sub estándar.



13.



**NUESTROS
CLIENTES**



13. NUESTROS CLIENTES

Nuestra principal motivación es servir con pasión y ofrecer altos estándares de calidad a nuestros clientes. Queremos entregarles experiencias que nutran y enriquezcan sus vidas, generándoles la confianza de que están con un líder experto en alimentación y gestión de instalaciones.

La transparencia en los negocios, el crecimiento sostenible y las políticas de RSE son elementos claves para la mayoría de nuestros clientes y, por eso, nos comprometemos a superarnos sostenidamente en cada uno de los ítems que reportamos en este informe.

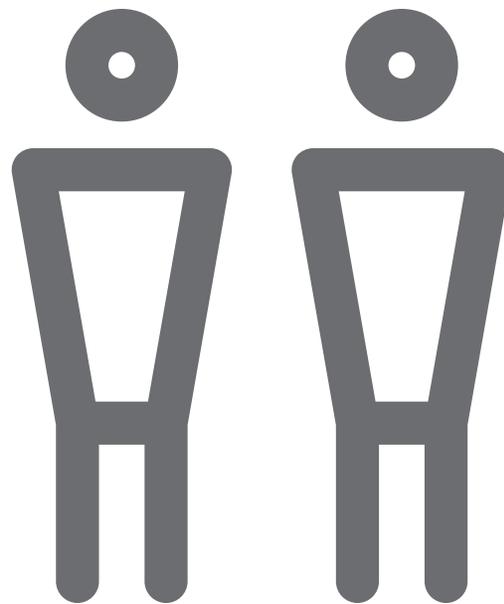
A su vez, nuestra Política de Conducta de Negocios nos ayuda a establecer acuerdos con la máxima integridad y evitar conductas impropias de nuestra compañía. Esta política es parte de nuestra gestión y debe ser cumplida por todos los empleados de Aramark, en cualquiera de los 22 países donde operamos (ver en capítulo gobierno corporativo).

13.1. SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR

Mejorar la experiencia del consumidor fue uno de nuestros desafíos para el reporte de FY 2013. Este reto estaba centrado en nuestro compromiso con los clientes para dar un servicio de alta calidad.

Por ello, hacemos una evaluación de satisfacción del cliente en los cuatro países, a través de una encuesta virtual enviada a los correos corporativos de los interlocutores y contactos.

NÚMERO DE ENCUESTADOS

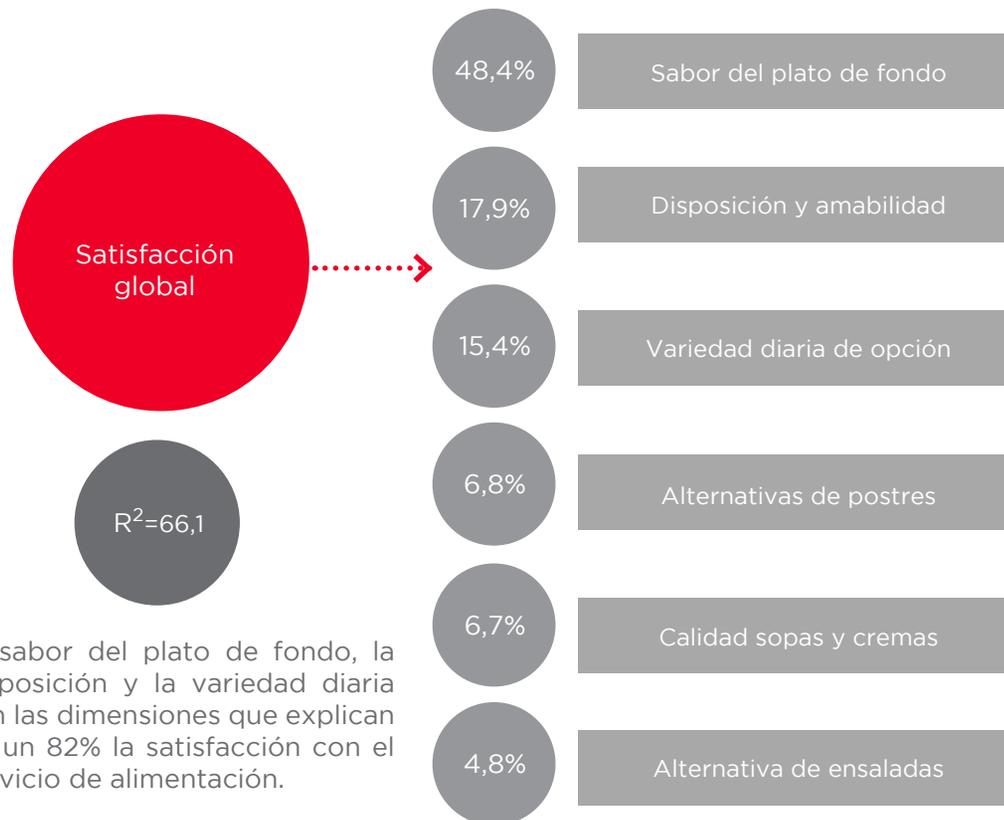


AÑO 2013
41.486

AÑO 2014
87.968



DIMENSIONES DE LA SATISFACCIÓN EN EL SERVICIO DE ALIMENTACIÓN



El sabor del plato de fondo, la disposición y la variedad diaria son las dimensiones que explican en un 82% la satisfacción con el servicio de alimentación.

Esta información la analizamos e incorporamos para mejorar nuestros servicios y seguir entregando estas experiencias que enriquecen y nutren la vida. Es así como hemos considerado una serie de factores como los más influyentes para nuestros comensales a la hora de evaluar nuestro servicio.

13.2. ENCUESTA GLOBAL A CLIENTES

Esta es una herramienta global de medición que utilizamos en todo Aramark para evaluar cada año el nivel de satisfacción de nuestros clientes en forma online. Entrega resultados objetivos y con alto grado de representatividad, tal como lo señala el gerente comercial Aramark Chile: “Nuestro global survey tiene un nivel de representatividad altísimo, superior al 90%. Los clientes contestan la encuesta, lo que refleja muy bien lo que representa nuestro nivel de servicio para ellos. Por otro lado, te entrega información fresca y fidedigna, al estar el cliente solo frente a su computador, lo que le da un nivel de objetividad mayor”.

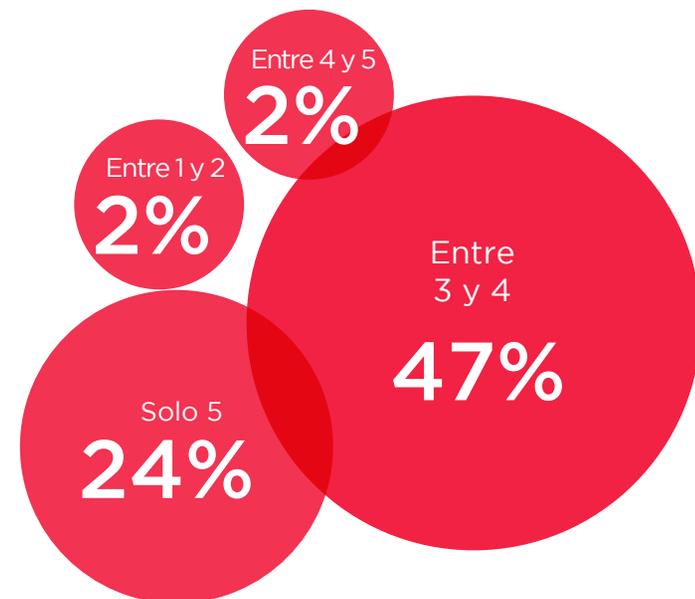
Las tasas de respuesta se han elevado sostenidamente:

- FY 2014 → 92% de participación.
- FY 2013 → 82% de participación.
- FY 2012 → 79% de participación.

A nivel regional, dicha encuesta evalúa nuestra experiencia de servicio en una escala de 1 a 5, siendo 1 deficiente y 5 excelente.

La evaluación en la región durante el FY 2014 se expresa de la siguiente manera:

EVALUACIÓN REGIONAL N=15



13.3. SEGURIDAD Y SALUD DEL CLIENTE Y CONSUMIDOR

Para asegurar la calidad e inocuidad alimentaria aplicamos auditorías en buenas prácticas de manufacturas, de manera de:

- Identificar las principales fuentes de contaminación en los procesos de manufactura de los servicios de alimentación y cómo los manipuladores pueden incidir en la contaminación de los alimentos. Se busca garantizar un producto final libre de agentes dañinos, según la normativa establecida.
- Aprender prácticas sistemáticas de higiene y manipulación en los servicios de alimentación.

Estas auditorías las aplica una empresa externa a Aramark, evaluando los siguientes criterios:

ASPECTOS EVALUADOS	PONDERACIÓN
Requisitos legales	3%
Procedimientos op. de sanitización	25%
Procedimientos op. del proceso	25%
Manejo ambiental	7%
Trazadores	30%
Luminometría	10%

Las evaluaciones de las auditorías en buenas prácticas de manufactura se establecen según el siguiente criterio:

INTERPRETACIÓN DE RESULTADO DE AUDITORÍA BPM

Escala de evaluación para auditoría BPM:

- 100% Cumple totalmente con el ítem evaluado.
- 75% Cumple con observaciones.
- 50% Parcialmente cumple con observaciones.
- 25% No cumple más del 70%.
- 0% No cumple con el ítem evaluado.

NOTA	DEFINICIÓN	ACCIONES A SEGUIR
91%-100%	Cumple	El administrador debe mejorar las observaciones realizadas en los plazos definidos y debe enviar el plan de acción con evidencias, por correo.
80%-90%	En alerta	El administrador recibe el plan de acción elaborado por el asesor de calidad y/o auditor externo. Una vez puesto en marcha, el administrador envía al asesor (con copia al jefe directo) los avances de las acciones correctivas de los cinco hallazgos más críticos, más el plan de acción total. Esto se debe realizar en un plazo no mayor a cinco días hábiles tras la recepción de la auditoría BPM.
0%-79%	Crítico	El auditor externo o asesor de calidad debe: comunicar el resultado al gerente de operaciones vía telefónica y correo electrónico, elaborar el plan de acción y las fechas (responsables y recursos deben ser completados por el gerente de operaciones o quien él designe) y, finalmente, contar con el visto bueno revisado por el gerente de operaciones de la LOB.

En nuestros clientes de minería en Chile, en la Primera, Segunda y Tercera Región, contamos con un 88,6% de aprobación en promedio durante el FY 2014, contabilizando a 17 operaciones. En tanto, en BISE tenemos un 49% de aprobación, siendo este un desafío primordial para avanzar en el próximo período.

En estas regiones del norte de Chile, hemos aplicado 29 cursos de capacitación en buenas prácticas de manufactura y otros referentes a la seguridad, alcanzando 386 horas de capacitaciones.

Durante el FY 2015, incluiremos a los restantes países en que opera Aramark Sudamérica.

papel blanco
o con tinta
negra



cartones



diarios, revistas
otros papeles



tetra



PET/PET



14.



DIMENSIÓN
MEDIOAMBIENTAL



14. DIMENSIÓN MEDIOAMIENTAL

14.1. CAMBIO CLIMÁTICO

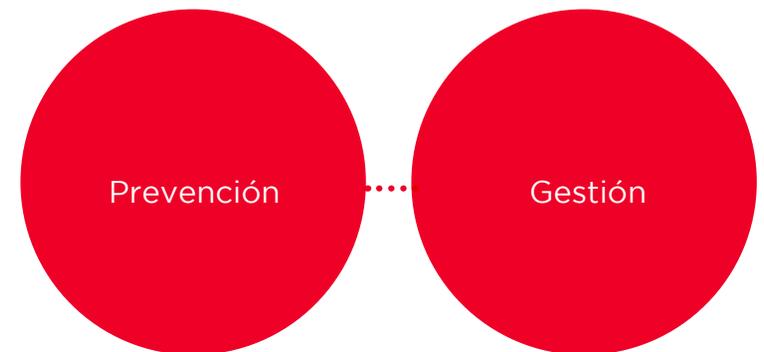
El Pacto Global de Naciones Unidas ha llevado a cabo desde 2012 una serie de declaraciones en torno a la preocupación mundial por el cambio climático, la gestión eficiente de recursos y la huella de carbono.

El Protocolo de Kyoto establece compromisos entre los estados para disminuir las emisiones de gases de efecto invernadero entre los países industrializados.

Sin embargo, los esfuerzos han sido pocos para la magnitud de los daños que se han causado. Por ello, las empresas han incorporado en su gestión medidas en torno a dicha temática, con el fin de aportar y disminuir los efectos negativos en materia medioambiental.

En Aramark Sudamérica, entendemos que la eficiencia energética se gestiona a partir de todo lo que hacemos: gastos en combustible, transporte, producción, equipos electrónicos o cualquier otro.

Por ello, nos impusimos el desafío de iniciar planes y programas que apunten a mejorar el uso racional de la energía y los recursos y eficientar su utilización. Durante el FY 2014, se creó un plan ambiental que pretende avanzar a 2018 en diversas materias de gestión.





GESTIÓN DE IMPACTO MEDIOAMBIENTAL

En Aramark Sudamérica, incorporamos la responsabilidad ambiental como parte de nuestro quehacer diario y, por ello, hemos buscado desde 2013 incluir mejoras en nuestros procesos, de manera de diseñar procedimientos de mitigación de nuestros impactos ambientales.

14.2. COMPROMISO MEDIOAMBIENTAL

En 2014, formamos una comisión de medioambiente a nivel regional, liderada por el presidente de la compañía, la cual sesiona bimensualmente con la participación de estas áreas:

- Presidencia.
- Vicepresidencia Comercial.
- HSEQ.
- Vicepresidencia de Asuntos Corporativos.
- Responsabilidad Social.
- Marketing.

Nuestras operaciones están en territorio de nuestros clientes, por ello no dependen 100% de nosotros los suministros eléctricos o de agua. Sin embargo, como mencionamos en el reporte del FY 2013, hemos diseñado un estudio sobre consumo de agua en algunas de nuestras operaciones como parte de nuestras políticas sobre materias medioambientales, acompañado de otras nuevas medidas que mencionaremos más adelante.

Además, hemos diseñado para nuestros colaboradores en Chile, un plan de educación ambiental que contempla campañas de reciclaje y sensibilización para la eficiencia energética y consumo de agua. Con ello, buscamos impulsar nuestro compromiso medioambiental con la concientización y sensibilización de nuestros trabajadores.

Todos estos compromisos son parte del Programa Huella Verde que busca contribuir a reducir el impacto de nuestra gestión, propiciando el cuidado y la conciencia por el entorno y el desarrollo sostenible.

Este programa tiene cuatro ejes centrales de trabajo:

- Proveedores amigables.
- Manejo de residuos.
- Gestión de recursos.
- Educación ambiental.

14.3. PROVEEDORES AMIGABLES

En este período reportado, hemos diseñado el Índice de Proveedores Amigables con el Medioambiente, con el cual se evalúan prácticas normadas como HACCP, prerequisites y prácticas ambientales para cada uno de nuestros proveedores. Estas dimensiones son evaluadas cada dos años por una empresa externa y permiten medir la criticidad de un proveedor, como se explicó en el capítulo de proveedores.

Adicionalmente, se generaron indicadores ambientales en estas auditorías, los cuales nos permiten crear el índice mencionado.

Uno de los aspectos a evaluar es el módulo ambiental, el cual busca conocer cuáles son las prácticas ambientales de los proveedores, y cuya respuesta es voluntaria para cada una de las auditorías.

Con estas tres dimensiones, HACCP, prerequisites y módulo ambiental, se realiza dicho índice para crear un ranking de los proveedores y conocer sus preocupaciones en torno a las temáticas medioambientales.

Durante el FY 2014, en Aramark Chile realizamos esta medición, identificando a nuestros proveedores top en el índice que define a las acciones medioambientales como gestiones esenciales. Para el FY 2015, esta medición será aplicada en el resto de los países en que operamos en la región.

El índice contempla un levantamiento de registros en las auditorías de calidad sobre los atributos ambientales de los proveedores. Estos se basaron en los criterios de la ISO 14001 y PNUMA (eficiencia y sustentabilidad) a través de la identificación de puntos con relevancia ambiental, como:

- Características de materias primas y productos.
- Procesos y condiciones internas.
- Residuos y desechos.

Este índice que consideró el FY 2014 solo se realizó en Chile. En el caso de Argentina, Perú y Colombia el desafío será avanzar para el FY 2016.

PROVEEDORES	ÍNDICE
Dosa	0,95
Ariztía	0,95
Embotelladora Iquique S.A. (Planta Mamiña)	0,95
Embotelladora Andina S.A.	0,95
Agua Río Cristal	0,95
Nestlé Chile S.A.	0,95
Coca-Cola Embonor S.A.	0,94
Evercrisp Snack Productos de Chile S.A.	0,94
DHL	0,93
Acuinova Chile S.A.	0,92

Con el objetivo de replicar los planes exitosos, nos reuniremos con los mejor evaluados para así compartir sus experiencias y lograr unir esfuerzos con nuestros proveedores.

14.4. MANEJO DE RESIDUOS

14.4.1. EFICIENCIA OPERACIONAL: WASTE REDUCTION

A través del programa Waste Reduction, en Aramark Sudamérica buscamos un efectivo control y optimización de los alimentos, para provocar el menor impacto ambiental posible.

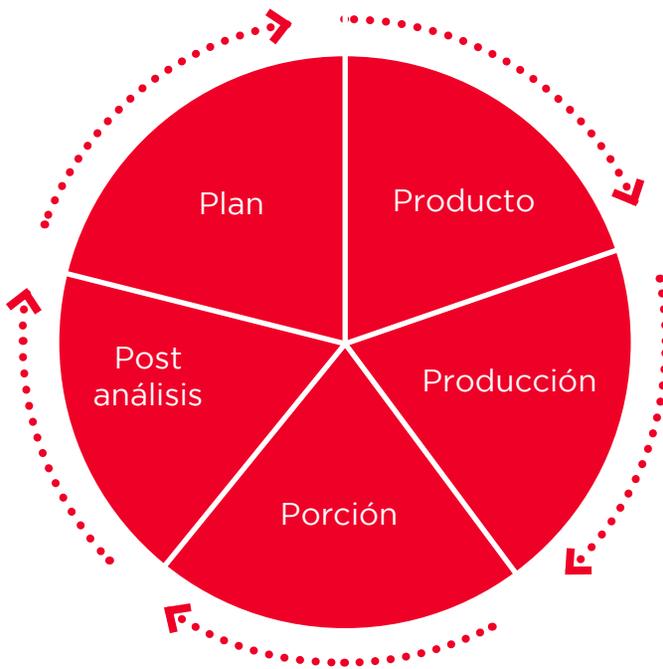
Para ello, estamos ejecutando a nivel de Sudamérica, y por medio del área de eficiencia operacional (Opx), líneas de acción en torno a las mejoras en gestión de mano de obra y materia prima. “Las prioridades estratégicas del área apuntan a obtener mejoras sustentables, año tras año, en el proceso de nuestra estructura de costos de materia prima y mano de obra”, explica la directora de Opx Aramark Sudamérica.

Con estas iniciativas podemos dar sustento a una mejor oferta de valor para nuestros clientes, incorporar mejoras de gestión con nuestros trabajadores, aumentar la productividad y la eficiencia y conocer nuestros impactos ambientales bajo el marco del programa Waste Reduction, que es parte esencial de nuestro modelo de gestión de excelencia.

Asimismo, queremos:

- Mejorar y profesionalizar nuestro proceso productivo.
- Cohesionar los equipos de trabajo por medio de metas comunes.
- Mejorar el control y planificación de los alimentos.
- Dar un servicio estandarizado, de la mejor calidad y basado en el marco de excelencia.
- Orientarse a los resultados y también a los procesos.

Opx lidera el proceso de reducción de desechos asociados a los servicios de alimentación con el plan de 5P, el cual se basa en la estandarización de producción de dicho servicio.



Este programa alinea la planificación de menú con todos los procesos posteriormente realizados a la compra, por medio de un ajuste continuo que permite la adaptabilidad de dicha planificación a los cambios, la demanda, los precios, la disponibilidad de productos u otros factores.

“En términos de impacto medioambiental o para mejorar el proceso de producción de alimentos, nos interesa entender qué falla al interior de las 5P para aplicar las mejoras necesarias, siempre con una mirada en la mejora continua”, destaca la directora de Opx Aramark Sudamérica.

El éxito del proceso 5P pretende alcanzar:

- Certeza para nuestros clientes y consumidores.
- Dar herramientas de mejora para nuestros trabajadores.
- Reducir imprevistos y mejorar el nivel de ejecución.

Waste Reduction nos permite observar de manera sistemática los desechos eliminados en nuestra compañía y, en conjunto con las 5P, conocer cuáles son las falencias y fortalezas del proceso, de manera de aplicar medidas de mitigación para evitar generar residuos de alimentos.

Para el año fiscal 2015, la Dirección de Excelencia Operacional para Sudamérica tendrá las mediciones de los desechos eliminados y contabilizados según el programa Waste Reduction.

En este mismo sentido, el área de RSE, en su búsqueda por aportar mejoras de eficiencia operacional y cuidado del medioambiente, al finalizar el FY 2014 diseñó una metodología de trabajo de “Caracterización de desechos y eco-equivalencia”, que analiza los residuos generados en la operación para caracterizarlos, analizarlos y proponer un modelo de manejo para su disposición final.

Con ello, logramos complementar la información de Waste Reduction para identificar qué tipos de desechos estamos generando y cuál es su costo, no solo financiero, sino también ambiental.

Además, con estos datos podremos calcular cuál es nuestro impacto de gases de efecto invernadero (GEI) emitidos en el proceso productivo de nuestros casinos. Su implementación será realizada en el FY 2015 en los contratos seleccionados.

También, se busca caracterizar los residuos en torno a dos grandes temáticas:

a) Orgánicos: se propone la caracterización de los residuos orgánicos registrados en producción del casino, es decir, desde la cocina hasta la línea de producción. Este informe de caracterización permite al cliente tomar decisiones sobre posibilidades de agregar valor al residuo.

b) Inorgánicos: se propone la caracterización de los residuos inorgánicos registrados en la producción del casino, es decir, desde la bodega hasta la línea de producción. Este informe de caracterización permite al cliente tomar decisiones sobre posibilidades de agregar valor al residuo.

“Campaña el cambio es nuestro”

Esta campaña consta de cuatro pilares principales: papel, agua, aceite y desechos electrónicos, los que iremos paulatinamente reciclando.

Papel

En agosto de 2014, en Aramark Chile -en conjunto con la Fundación San José- iniciamos la “Campaña de reciclaje de papel” en 167 operaciones de la Región Metropolitana.

Con ello, dimos inicio a una serie de actividades en torno a la gestión de recursos, con el objetivo de aprovechar los residuos generados y proporcionar un valor a la comunidad a la que pertenecemos.

La Fundación San José para la Adopción es una institución privada de derecho canónico, sin fines de lucro y acreditada por el Servicio Nacional de Menores (Sename), que se hace responsable de los tres protagonistas que se ven involucrados en el proceso: mujeres en conflicto con su embarazo, niños y padres adoptivos. Para llevar a cabo su labor, la fundación ha impulsado una serie de iniciativas de apalancamiento de recursos y una de ellas es la “Campaña de reciclaje de papel” de la que Aramark es parte.

Los principales recursos generados que hemos reciclado son:

- Papel de resma blanco (escritos, coloreados, con distintos tonos de tinta, arrugados, lisos, fotocopiados y/o impresos).
- Papel con membrete.
- Papel de fax.
- Formularios, facturas, boletas y todo papel similar.
- Papel autocopiativo.
- Sobres.

En el período reportado, Aramark recicló 1.156 kilos de papel en tan solo dos meses, que forman parte del reporte. Ello equivale a ocho árboles rescatados.

Para el FY 2015, se espera aumentar significativamente dicha cifra e impulsar una campaña de sensibilización en todas nuestras operaciones, y replicar este modelo de trabajo en otras regiones del país donde estamos presentes.

En este mismo sentido, hemos entregado una serie de elementos orientadores a cada una de las instalaciones para apoyar visualmente la campaña e incentivar el reciclaje dentro de las operaciones.

En Aramark Perú, también buscamos desarrollar al interior de nuestras oficinas una cultura comprometida con la protección del medioambiente, a través de la concientización y promoción activa de estrategias para el manejo racional del papel.

Para ello, apoyamos la campaña “Recíclame, cumple tu papel” que beneficia a Aldeas Infantiles SOS, permitiendo ayudar a la atención de los niños huérfanos mediante la entrega de becas integrales de tratamiento y manutención a la organización.

Además, para las actividades logísticas de embalaje y almacenamiento de documentación, tanto en sitios remotos como en la oficina central de Perú, adquirimos productos de segundo uso, los que corresponden al 0,72% de la compra total.

En Argentina, en tanto, hemos reciclado 1.435 kilos de papel durante el período reportado, salvando diez árboles. Además, aportamos con 152 kilos de tapitas de botellas al Hospital Garrahan.

Próximos pasos: reciclaje de aceite y de residuos electrónicos

Para el nuevo año fiscal 2015, en Aramark Sudamérica estamos comprometidos a ampliar nuestro aporte en la gestión de recursos con el inicio de la “Campaña de reciclaje de aceite”. Buscaremos un socio que nos permita dar trazabilidad al recurso y evitar impactar en el medioambiente, dando un valor agregado a este residuo a través de su reutilización.

Asimismo, queremos aportar al uso y gestión de residuos con la reutilización de aquellos electrónicos. Operaremos en Chile con un aliado estratégico que nos permita fortalecer este pilar y disminuir los impactos ambientales que provocamos de manera diaria.

14.5. GESTIÓN DE RECURSOS

Nuestro compromiso está orientado a hacernos cargo de nuestros impactos y, para ello, estamos avanzando en medirlos. Hemos buscado colaboradores que puedan facilitarnos la gestión de los mismos y dar trazabilidad a nuestros desechos, por lo que esperamos recoger indicadores de gestión para todos los países de la región para el FY 2017.

14.5.1. CONSUMO ENERGÉTICO

Ahorrar energía no es reducir nuestro nivel de satisfacción respecto de nuestras necesidades, sino reflexionar en torno al uso racional y eficiente de los recursos, de manera de garantizar su disposición y realizar nuestras gestiones de manera sustentable.

En Aramark, hemos procurado medir nuestros gastos energéticos a modo de conocer cuál es el impacto ambiental de este consumo.

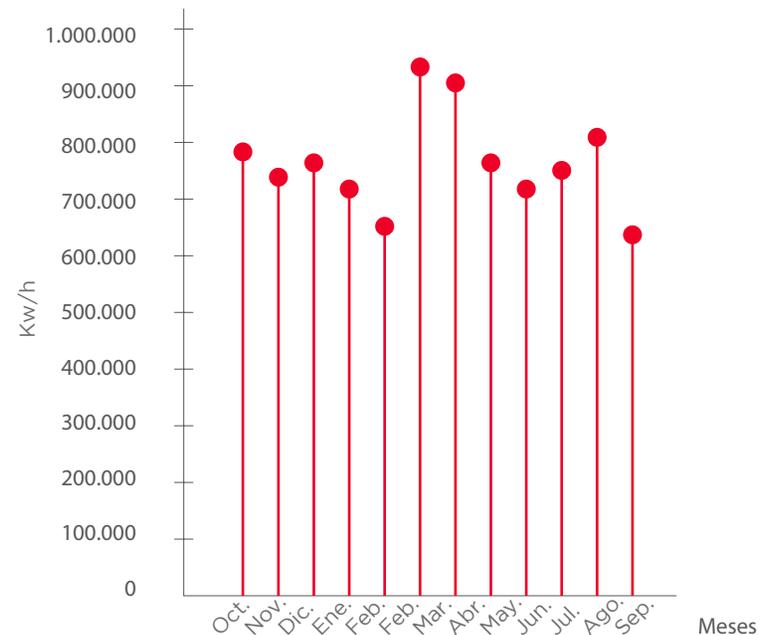
A. ELECTRICIDAD

Para nuestros trabajadores, existen señaléticas en torno a la preocupación por el uso de la electricidad. Estas apuntan a:

- Mantener el equipo eléctrico en condiciones óptimas.
- Mantener la limpieza de los aparatos eléctricos.
- Apagar las luces que no se ocupen.
- Evitar la sobrecarga eléctrica.

El consumo eléctrico en Aramark Chile considera todas aquellas instalaciones o casinos que son administrados directamente por nosotros. Si comparamos el reporte del año anterior y el actual, se registraron 96.125 Kw/h menos consumidos por nuestra empresa.

CONSUMO ELÉCTRICO EN KW/H ARAMARK CHILE



Hemos transformado el consumo de energía eléctrica a emisiones de CO₂e, teniendo en promedio durante los dos años considerados 353 toneladas por mes. El CO₂e (equivalente) no solo incluye dióxido de carbono, sino todos los gases que producen efecto invernadero y, por ende, son causantes del calentamiento global que está cambiando el clima del planeta.

B. COMBUSTIBLE

Otro aspecto que debemos considerar es la utilización de combustibles para nuestras gestiones. Ello, teniendo en cuenta que la mayoría de ellos son fósiles, no renovables, y que su disposición en el planeta cada vez se agota más.

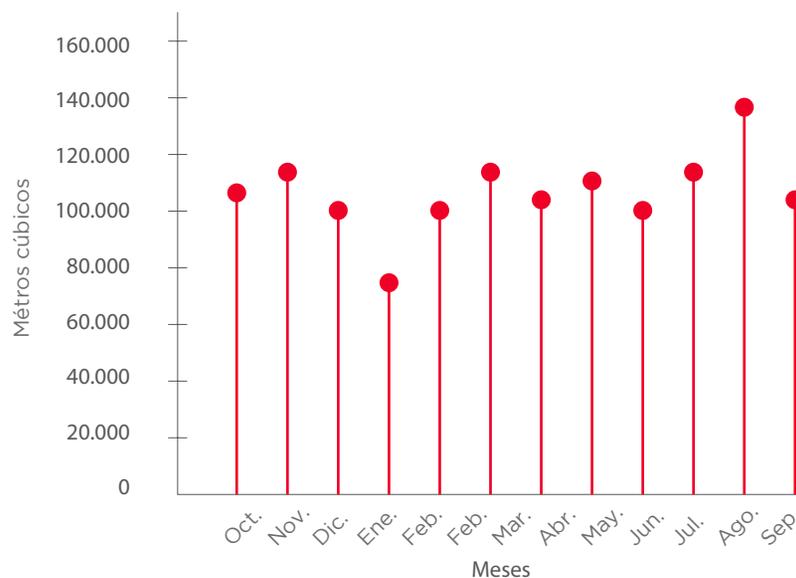
Así, los desafíos globales apuntan a buscar nuevas fuentes de energía que sean renovables, sostenibles y eviten afectar de manera negativa a los sistemas de vida de la Tierra.

En nuestras operaciones, son múltiples los dispositivos que utilizan gas y, por ello, buscamos orientar a nuestros empleados para mitigar el malgasto del mismo, con especial foco en:

- Mantener los aparatos en buen estado para evitar fugas.
- Utilizar recipientes adecuados y que permitan aprovechar al máximo el calor y la cocción.
- Mantener limpios los electrodomésticos utilizados.
- Evitar abrir los hornos mientras se cocina.

En el reporte anterior, nos comprometimos a medir nuestro gasto de combustible y las emisiones de CO₂e que se generan en nuestras gestiones. Aramark Chile cumplió dicho compromiso y durante el año fiscal 2014 gastamos:

CONSUMO DE GAS EN METRO CÚBICO ARAMARK CHILE



El suministro de combustible es muy importante para la realización de nuestros servicios en todas nuestras operaciones. En Aramark Perú, hemos cuantificado un porcentaje de nuestro gasto en un 80% diésel y 20% gas. En tanto, para el FY 2015 esperamos calcular las emisiones que se desprenden de este gasto.

En el resultado, observamos que el 0,55% de la compra de gas se realiza para el consumo en las operaciones en Lima y el 99,45% restante es adquirido para las operaciones remotas. Mientras que el 100% de la compra que se realiza en diésel es utilizado en nuestras operaciones remotas.

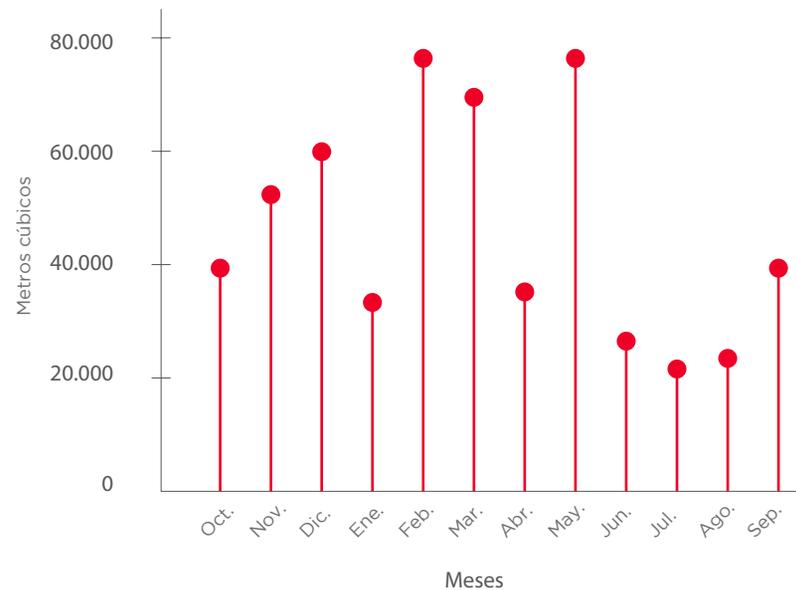




C. CONSUMO DE AGUA

Focalizados en nuestra preocupación por las temáticas medioambientales en torno al uso de agua, además de la campaña ya mencionada anteriormente, hemos medido nuestro consumo directo desde el año pasado, logrando disminuir 343.391 m³ de consumo en Chile.

CONSUMO DE AGUA EN METROS CÚBICOS ARAMARK CHILE



14.5.2. COMPROMISO CON LA REDUCCIÓN DEL CO2e

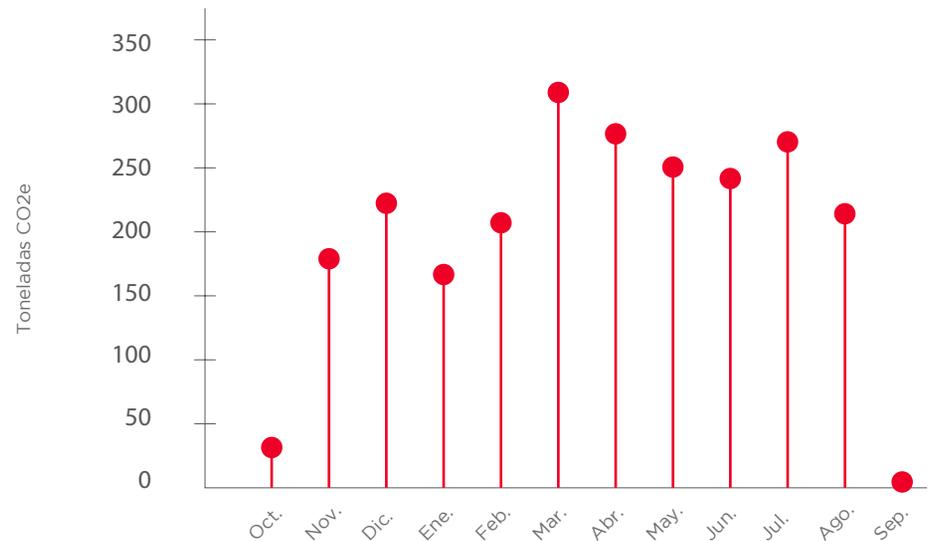
Buscamos impulsar medidas en torno a la reducción del CO2e que se emite en nuestras operaciones. Para ello, necesitamos saber ¿cuánto producimos?, ¿qué tan contaminantes somos?

Para este período, nos propusimos el desafío de medir nuestras emisiones de la principal fuente de generación de gases de efecto invernadero: el transporte.

Los vuelos aéreos y todos los viajes que realiza nuestro personal fueron transformados a toneladas de gases CO2e que son arrojados al ambiente.

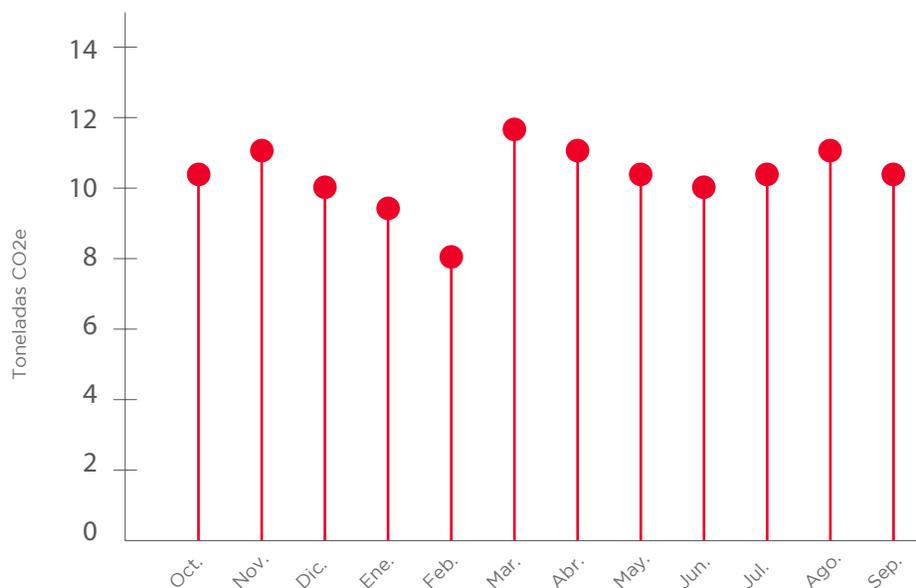
Este diagnóstico nos permite conocer cuáles son nuestras actividades que generan impacto ambiental y buscar, para un futuro próximo, estrategias que permitan mitigar dicha generación y disminuir este impacto.

TOTAL TONELADAS CO2e POR VUELOS AÉREOS



En Chile, realizamos esta medición durante el año fiscal 2014, obteniendo los siguientes resultados:

TOTAL TONELADAS CO2e POR VIAJE TAXI



Para el FY 2015, queremos seguir estas mediciones y ampliarlas al resto de Sudamérica, para tener un panorama completo e integral de nuestros impactos en GEI.

En Aramark Perú, contabilizamos la cantidad de aerosoles que hemos adquirido, considerando que en promedio cada uno de ellos tiene 375 ml.

El consumo de estos productos en nuestras operaciones es mínimo, contabilizados en 605 unidades en total. Esta compra equivale a un 0,11% del total adquirido en suministros de limpieza.



14.6. EDUCACIÓN AMBIENTAL

Como ya hemos mencionado, el programa Huella Verde pretende abarcar a los múltiples actores de nuestra cadena de valor y, para ello, los trabajadores tienen un rol fundamental en el cuidado de los recursos, el correcto manejo y disposición de ellos.

Para orientar a nuestros trabajadores, en 2014 iniciamos una campaña de sensibilización de cuidado del agua, que ya hemos mencionado anteriormente.

Sin embargo, para el reporte del año fiscal 2015 aplicaremos una "Capacitación en educación ambiental", que será implementada en todas las plantillas de nuestros trabajadores de la Región Metropolitana y se extenderá a todo el país para el FY 2016.

Con estas iniciativas, esperamos influir en nuestros colaboradores de primera línea y entregarles herramientas de gestión que sirvan no solo para su vida en los casinos, sino además en su vida diaria.

14.6.1. CONTRIBUYENDO CON NUESTROS CLIENTES

En los capítulos anteriores, hemos mencionado las iniciativas y acciones que realizamos en materia de cuidado del medioambiente con nuestros trabajadores. Sin embargo, no podemos dejar fuera la labor diaria que desarrollamos en conjunto con nuestros clientes.

El área de HSEQ está preocupada de nuestros impactos ambientales y con esto Aramark Sudamérica reafirma su permanente compromiso con los efectos que nuestras actividades pudieran provocar.

En este sentido, los clientes son nuestros principales aliados y cumplen un rol esencial, permitiéndonos aplicar múltiples iniciativas orientadas a la mitigación y reducción de impactos ambientales, que lidera HSEQ en cada instalación del sector de minería.



15.



**COMPROMISOS
SOCIALES Y
COMUNITARIOS**

15. COMPROMISOS SOCIALES Y COMUNITARIOS

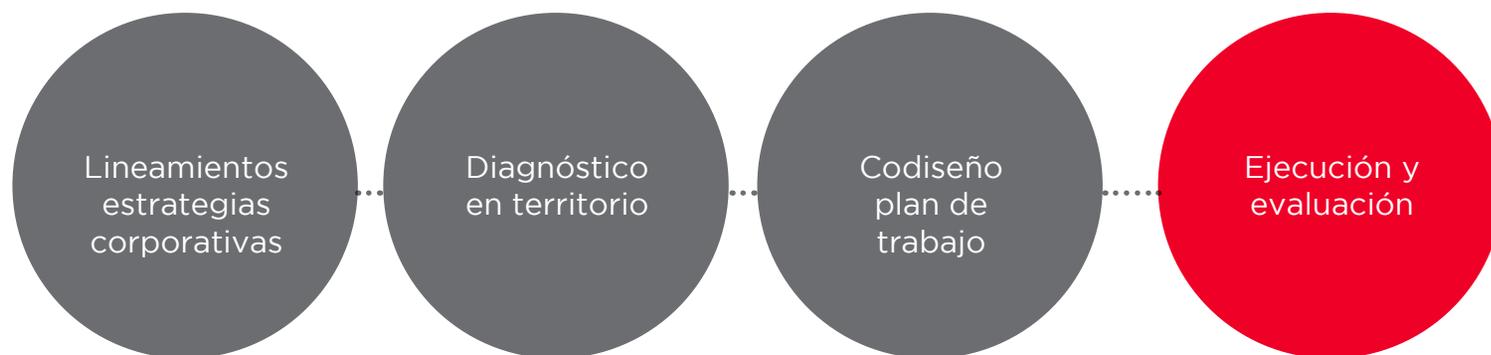
Estamos comprometidos con el entorno y tenemos especial foco en generar valor compartido con las comunidades locales. Para eso contamos, en cada uno de los países donde operamos, con un área que responda a la estrategia y los pilares de negocio que entrega la Vicepresidencia de Recursos Humanos y Asuntos Corporativos de Sudamérica. A través de ellos, buscamos ejecutar una serie de programas de vínculo comunitario que son valorados y trabajados mancomunadamente con las comunidades donde nos insertamos.

Para nuestra compañía es relevante que sus acciones comunitarias establezcan sinergia con los programas y acciones de nuestros clientes, promoviendo la asociatividad y las alianzas estratégicas públicas y privadas, a modo de mejorar continuamente los programas y conseguir el desarrollo sostenible de nuestra cadena de valor y de las comunidades. Esta declaración de transparencia y buenas prácticas, permite establecer diálogo y confianza para avanzar en un constante ganar-ganar.

La gestión de vínculo comunitario responde al manual de procedimientos comunitarios de Aramark, el cual incorpora herramientas de seguimiento y evaluación que permiten reportar cada paso del modelo de intervención y el plan de mejoramiento escalonado.

Bajo este enfoque, el ejercicio de los programas comunitarios se esquematiza de la siguiente manera:

MODELO DE GESTIÓN DE VÍNCULO COMUNITARIO



Nuestros programas de vínculo comunitario se encuentran insertos en nuestro modelo de negocio y se han desarrollado en las zonas de influencia de los contratos en Colombia, Perú, Argentina y Chile. Estos son:

15.1. EDUCACIÓN Y RESCATE CULTURAL

15.1.1. RESCATANDO NUESTRAS RAÍCES

En el marco de este programa, hemos realizado una producción gastronómica y fotográfica del salmón, a modo de incentivar y destacar nuestros productos nacionales con platos inspirados en este producto del mar. Ello nos ha llevado a innovar en su preparación, destacando su versatilidad y relevando su consumo.

15.1.2 CAPACITACIÓN LOCAL

En el caso del programa de capacitación local, nuestros equipos, coordinados por el área comunitaria, lo gestionaron directamente con los clientes de cada país. Las acciones realizadas en el período beneficiaron a más de 800 usuarios y se resumen en el siguiente cuadro:

PAÍS	LOCALIDAD	CURSO	N° PARTICIPANTES
Perú	Challhuahuacho	Gestión en hotelería	416
	(Apurímac)	Gestión en lavandería	165
Colombia	Tauramena Casanare	Buenas prácticas de manufactura	16
	Arauca	Entrenamiento en camarería	19
Chile	Colchane	Procesos de inocuidad	18
	Sierra Gorda	Calidad e inocuidad	37
		Lavado y planchado	9
		Técnicas de cocina saludable	34
	Baquedano	Técnicas de cocina	28
Argentina	Perito Moreno	Manos a la masa	14
		Chocolatería artesanal	29
		Chocolatería artesanal	23

15.1.3 ALIMENTACIÓN SALUDABLE: PROMOCIÓN DE BUENOS HÁBITOS ALIMENTARIOS

Dentro de la matriz de sostenibilidad, en Aramark promovemos la socialización de hábitos de vida saludable. En esta materia, Argentina ha llevado a cabo el Programa Guía para la Salud, el cual experimentó una serie de cambios durante el período reportado, lo que llevó a una disminución del impacto esperado.

Aun así, se ejecutaron dos charlas de nutrición abiertas a la comunidad en la ciudad de Las Heras. Cada una de ellas de 100 horas de duración y con una asistencia total de 62 participantes. También, se efectuaron tres jornadas de cocina, denominadas “Menos sal más vida”, con la participación de 60 personas.

En Chile, se implementó por tercer año consecutivo el Programa Súbete al Tren de la Vida en la localidad de Baquedano, Segunda Región de Antofagasta. Su actividad programática permitió a la comunidad, compuesta por más de 400 habitantes, participar en:

MES	NUTRICIÓN Y COCINA	ACTIVIDAD FÍSICA	AUTOCAUIDADO	ACTIVIDAD MASIVA
1	Arma y planifica tu menú	Zumba	Las barreras las tengo yo	Lanzamiento
2	Etiquetado nutricional	Zumba	Hambre física y hambre emocional	Caminatón
3	Grasas y azúcares	Zumba	Yo puedo y me hago cargo	Feria saludable

Para ambos programas, se está trabajando en crear indicadores de gestión que permitan medir el impacto social y la eficacia de la inversión en las comunidades locales durante el FY 2014.



15.1.4. DÍA DEL VOLUNTARIADO GLOBAL ARAMARK EN SUDAMÉRICA

El 19 de marzo de 2014 se realizó el primer Día del Voluntariado Global en Aramark, en el que los 22 países donde estamos presentes construyeron, de manera simultánea, un vínculo con sus comunidades locales. Esto, por medio de una metodología propuesta por la vicepresidencia de construyendo comunidades con sede en Filadelfia, de acuerdo a la cual se eligieron líderes de proyecto que administraron un set de herramientas para implementar el proyecto más idóneo para cada latitud.

En Sudamérica, la persona que lideró el trabajo fue la coordinadora de RSE, quien generó diferentes proyectos por países, con el objetivo de promover buenos hábitos alimentarios, a través de la entrega de experiencias que enriquezcan y nutran la vida. En esta tabla, se da cuenta de la cobertura:

PAÍS	CIUDAD	ONG ELEGIDA	TIPO DE BENEFICIARIO	Nº DE VOLUNTARIOS
Argentina	Buenos Aires	Fundación DISCAR	Niños y jóvenes con situación de discapacidad	30
Chile	Iquique	1 hogar Coanil	Niños y jóvenes con situación de discapacidad	309
	Antofagasta	1 hogar Coanil		
	Santiago	4 centros Coanil		
	Concepción	1 hogar Coanil		
	Ancud	1 hogar Coanil		
Perú	Lima	Hogar Aldea SOS	Niños de escasos recursos y mal estado nutricional	45
	Challhuahuacho	Internado infantil		
Colombia		No realiza	No aplica	No aplica

Para los tres países que se sumaron a esta iniciativa, los impactos en el grupo de trabajadores fueron positivos, especialmente en la tasa de respuesta a las encuestas de análisis de la actividad y satisfacción, que en Chile llegó al 53,8% de los voluntarios.

Las preguntas se presentaron bajo el enunciado: “Como resultado de mi participación en el Día del Voluntariado Global del, yo...”, y se formularon de la siguiente manera:

PREGUNTAS	CHILE		PERÚ		TOTAL
					
1. Tengo una mejor impresión de Aramark.	4,5	4,6	4,1	4,3	4,4
2. Me siento más orgulloso de decir que trabajo en Aramark.	4,4	4,7	4,5	4,3	4,5
3. Logré un vínculo con mis compañeros de trabajo.	4,5	4,6	4,5	4,3	4,5
4. Tengo una apreciación más profunda de las necesidades de mi comunidad y cómo puedo ayudar.	4,6	4,7	3,9	4,3	4,4
5. Tengo más probabilidades de participar como voluntario en otro proyecto.	4,8	4,8	4,6	4	4,6
6. Siento un fuerte sentido de logro.	4,5	4,8	4,3	4	4,4
7. Definitivamente podría recomendar a otros que participen en “Construyendo Comunidad Aramark” u otra actividad de voluntariado.	4,8	4,8	4,6	4,7	4,7
8. Puedo regresar a mi trabajo con un sentido más amplio del propósito.	4,6	4,8	4,3	4,3	4,5
9. Sentí que hice la diferencia en la comunidad.	4,3	4,5	3,9	3,7	4,1
10. Aprendí algo que no sabía sobre Aramark.	4,3	4,6	4	4	4,2
11. Estoy más consciente de los esfuerzos de Aramark por apoyar a la comunidad.	4,5	4,6	4,3	4,7	4,5
12. Me siento bien con nuestro foco de este año de “Inspirando a los niños a una vida saludable”.	4,8	4,8	4,5	4,7	4,7

PREGUNTAS	CHILE		PERÚ		TOTAL
					
1. Experiencia general.	4,7	4,8	4,4	4,7	4,7
2. Coordinación de las actividades.	3,9	4,0	4,0	3,7	3,9
3. Líder de proyecto Aramark.	4,3	4,3	4,3	4,7	4,4
4. Tiempos de descanso.	3,9	4,3	4,0	4,0	4,1
5. Programa apertura/cierre.	4,2	4,2	4,0	4,0	4,1
6. Habilidad para completar proyectos.	4,3	4,4	4,1	4,3	4,3
7. Efectividad de la comunicación.	4,3	4,4	4,0	4,3	4,3
8. Comprensión de la misión de la comunidad.	4,4	4,6	4,4	4,3	4,4

Para 2015, el Voluntariado Global fue fijado para el 17 de septiembre, por lo que esperamos dar cuenta de esta actividad en el reporte del próximo período.

Sin duda, existen muchos desafíos que asumir por delante, pero -al mismo tiempo- tenemos el compromiso de seguir trabajando en nuestro objetivo de ser una compañía líder en materias de sostenibilidad, teniendo como principal herramienta nuestra gestión, a través de mejoras e innovaciones en las diferentes áreas que permitan fortalecer el trabajo en conjunto de manera global, regional y local.

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO		MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPOR- TABILIDAD	PÁGINA
Principio de inclusividad de las partes interesadas		Participación activa de la comunidad.	6.8.3	R	172 - 181
Protocolo de cobertura		Promover la responsabilidad social en la cadena de valor.	6.6.6	R	27 - 127 - 139
1.1	Estrategia y análisis.	Gobernanza de la organización.	6.2	R	7 - 9
1.2					
2.3	Perfil organizacional.			R	33 a la 35
4.1 - 4.17	Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés.			R	14 - 17
3.13	Verificación			Verificación.	7.5.3

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO	MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPOR- TABILIDAD	PÁGINA	
CATEGORÍA SOCIAL (INCLUYE DERECHOS HUMANOS, TRABAJO, RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO Y SOCIEDAD).					
ASPECTO INVERSIÓN Y PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN					
HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de recursos humanos.	<ul style="list-style-type: none"> • Derechos humanos. • Debida diligencia. • Evitar la complicidad. • Promover la responsabilidad social en la cadena de valor. 	<p style="text-align: center;">6.3 6.3.3 6.3.5 6.6.6</p>	<p style="text-align: center;">PR</p>	<p style="text-align: center;">105 - 106</p>

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO	MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPOR- TABILIDAD	PÁGINA
CATEGORÍA SOCIAL (INCLUYE DERECHOS HUMANOS, TRABAJO, RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO Y SOCIEDAD).				
ASPECTO INVERSIÓN Y PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN				
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia.	<ul style="list-style-type: none"> • Derechos humanos. • Debida diligencia. • Evitar la complicidad. • Trabajo y relaciones laborales. • Promover la responsabilidad social en la cadena de valor. 	NR	

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO	MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPOR- TABILIDAD	PÁGINA	
CATEGORÍA SOCIAL (INCLUYE DERECHOS HUMANOS, TRABAJO, RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO Y SOCIEDAD).					
ASPECTO INVERSIÓN Y PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN					
HR3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	<ul style="list-style-type: none"> • Derechos humanos. • Evitar la complicidad. 	6.3 6.3.5	R	67

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO	MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPOR- TABILIDAD	PÁGINA	
CATEGORÍA SOCIAL (INCLUYE DERECHOS HUMANOS, TRABAJO, RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO Y SOCIEDAD).					
ASPECTO NO-DISCRIMINACIÓN					
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	<ul style="list-style-type: none"> • Derechos humanos. • Resolución de problemas. • Discriminación y grupos vulnerables. • Principios y derechos fundamentales en el trabajo. • Relaciones laborales. 	<p style="text-align: center;">6.3 6.3.6 6.3.7 6.3.10 6.4.3</p>	<p style="text-align: center;">R</p>	<p style="text-align: center;">104 - 106</p>

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO	MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPOR- TABILIDAD	PÁGINA	
CATEGORÍA SOCIAL (INCLUYE DERECHOS HUMANOS, TRABAJO, RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO Y SOCIEDAD).					
ASPECTO LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA					
HR5	Actividades de la compañía en las que el derecho a la libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	<ul style="list-style-type: none"> • Derechos humanos. • Debida diligencia. • Situaciones de riesgo para los derechos humanos. • Evitar la complicidad. • Derechos civiles y políticos. • Principios y derechos fundamentales en el trabajo. • Trabajo y relaciones laborales. • Diálogo social. 	<p style="text-align: center;">6.3 6.3.3 6.3.4 6.3.5 6.3.8 6.3.10 6.4.3 6.4.5</p>	<p style="text-align: center;">R</p>	<p style="text-align: center;">104 - 106</p>

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO	MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPORTABILIDAD	PÁGINA	
CATEGORÍA SOCIAL (INCLUYE DERECHOS HUMANOS, TRABAJO, RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO Y SOCIEDAD).					
ASPECTO TRABAJO INFANTIL					
HR6	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	<ul style="list-style-type: none"> • Derechos humanos. • Debida diligencia. • Situaciones de riesgo para los derechos humanos. • Evitar la complicidad. • Discriminación y grupos vulnerables. • Principios y derechos fundamentales en el trabajo. • Promoción de la responsabilidad social en la cadena de valor. 	<p style="text-align: center;">6.3 6.3.3 6.3.4 6.3.5 6.3.7 6.3.10 6.6.6</p>	v	

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO	MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPOR- TABILIDAD	PÁGINA	
CATEGORÍA SOCIAL (INCLUYE DERECHOS HUMANOS, TRABAJO, RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO Y SOCIEDAD).					
TRABAJO FORZADO Y NO CONSENTIDO					
HR7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	<ul style="list-style-type: none"> • Derechos humanos. • Debida diligencia. • Situaciones de riesgo para los derechos humanos. • Evitar la complicidad. • Discriminación y grupos vulnerables. • Derechos civiles y políticos. • Principios y derechos fundamentales en el trabajo. • Promoción de la responsabilidad social en la cadena de valor. 	<p style="text-align: center;">6.3 6.3.3 6.3.4 6.3.5 6.3.7 6.3.10 6.6.6</p>	<p style="text-align: center;">V</p>	<p style="text-align: center;">104 - 106</p>

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO	MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPOR- TABILIDAD	PÁGINA
CATEGORÍA SOCIAL (INCLUYE DERECHOS HUMANOS, TRABAJO, RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO Y SOCIEDAD).				
TRABAJO FORZADO Y NO CONSENTIDO				
HR8	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	<ul style="list-style-type: none"> • Derechos humanos. • Evitar la complicidad. • Trabajos y relaciones laborales. • Promover la responsabilidad social en la cadena de valor. 	R	93 - 105

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO	MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPOR-TABILIDAD	PÁGINA	
CATEGORÍA SOCIAL (INCLUYE DERECHOS HUMANOS, TRABAJO, RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO Y SOCIEDAD).					
DERECHOS INDÍGENAS					
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	<ul style="list-style-type: none"> • Derechos humanos • Resolución de reclamaciones. • Discriminación y grupos vulnerables. • Derechos civiles y políticos. • Respeto por los derechos de propiedad. 	<p style="text-align: center;">6.3 6.3.6 6.3.7 6.3.8 6.6.7</p>	<p style="text-align: center;">R</p>	<p style="text-align: center;">104 - 106</p>

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO	MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPORTABILIDAD	PÁGINA
CATEGORÍA SOCIAL (INCLUYE DERECHOS HUMANOS, TRABAJO, RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO Y SOCIEDAD).				
EVALUACIÓN				
HR10	Porcentaje y número total de operaciones que han sido sujeto de revisión de derechos humanos y/o evaluación de impacto.	<ul style="list-style-type: none"> • Derechos humanos. • Debida diligencia. • Situaciones de riesgo para los derechos humanos. • Evitar la complicidad. 	R	104 - 106

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO	MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPOR- TABILIDAD	PÁGINA	
CATEGORÍA SOCIAL (INCLUYE DERECHOS HUMANOS, TRABAJO, RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO Y SOCIEDAD).					
REMEDIACIÓN					
HR11	Número de reclamaciones relacionadas con el campo de los derechos humanos, abordadas y resueltas a través de un mecanismo formal de reclamaciones.	<ul style="list-style-type: none"> • Derechos humanos. • Resolución de reclamaciones. 	6.3 6.3.6	R	104 - 106

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO		MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPOR-TABILIDAD	PÁGINA
CATEGORÍA SOCIAL (INCLUYE DERECHOS HUMANOS, TRABAJO, RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO Y SOCIEDAD).					
REMEDIACIÓN					
S01	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Derechos económicos, sociales y culturales. • Participación activa y desarrollo de la comunidad. • Participación activa de la comunidad. • Inversión social. 	<p>6.3.9</p> <p>6.8</p> <p>6.8.3</p> <p>6.8.9</p>	R	47

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO	MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPOR- TABILIDAD	PÁGINA	
CATEGORÍA SOCIAL (INCLUYE DERECHOS HUMANOS, TRABAJO, RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO Y SOCIEDAD).					
REMEDIACIÓN					
S01	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Derechos económicos, sociales y culturales. • Participación activa y desarrollo de la comunidad. • Participación activa de la comunidad. • Inversión social. 	<p style="text-align: center;">6.3.9 6.8 6.8.3 6.8.9</p>	<p style="text-align: center;">R</p>	<p style="text-align: center;">47</p>

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO	MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPORTABILIDAD	PÁGINA
CATEGORÍA SOCIAL (INCLUYE DERECHOS HUMANOS, TRABAJO, RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO Y SOCIEDAD).				
REMEDIACIÓN				
S09	Operaciones con un impacto negativo real o potencial en las comunidades locales.	<ul style="list-style-type: none"> • Derechos económicos, sociales y culturales. • Prevención de la contaminación. • Protección del medioambiente, la biodiversidad y restauración de hábitats naturales. • Participación activa y desarrollo de la comunidad. 	<p style="text-align: center;">6.3.9 6.5.3 6.5.6 6.8</p>	
S010	Prevención y mitigación de medidas implementadas en operaciones con un impacto negativo real o potencial en las comunidades locales.			

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO		MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPOR- TABILIDAD	PÁGINA
CATEGORÍA SOCIAL (INCLUYE DERECHOS HUMANOS, TRABAJO, RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO Y SOCIEDAD).					
CORRUPCIÓN					
S02	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	Prácticas justas de operación anticorrupción.	6.6 6.6.3	R	61 - 67
S03	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización.			R	67
S04	Medidas tomadas en respuestas a incidentes de corrupción.			R	61 - 67

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO		MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPORTABILIDAD	PÁGINA
CATEGORÍA SOCIAL (INCLUYE DERECHOS HUMANOS, TRABAJO, RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO Y SOCIEDAD).					
POLÍTICAS PÚBLICAS					
S05	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de “lobbying”.	<ul style="list-style-type: none"> • Prácticas justas de operación. • Participación política responsable. 	6.6 6.6.4	R	61 - 67
S06	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	<ul style="list-style-type: none"> • Participación activa de la comunidad. 	6.8.3	NA	

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO	MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPOR- TABILIDAD	PÁGINA	
CATEGORÍA SOCIAL (INCLUYE DERECHOS HUMANOS, TRABAJO, RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO Y SOCIEDAD).					
POLÍTICAS PÚBLICAS					
S07	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopólicas y contra libre competencia y sus resultados.	<ul style="list-style-type: none"> • Prácticas justas de operación. • Competencia justa. • Respeto a los derechos de propiedad. 	<p style="text-align: center;">6.6 6.6.5 6.6.7</p>	R	61 - 67

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO	MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPORTABILIDAD	PÁGINA
CATEGORÍA SOCIAL (INCLUYE DERECHOS HUMANOS, TRABAJO, RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO Y SOCIEDAD).				
CUMPLIMIENTO				
S08	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias por incumplimiento de leyes y regulaciones.	<ul style="list-style-type: none"> • Prácticas justas de operación. • Anticorrupción. • Competencia justa. • Respeto a los derechos de propiedad. 	R	61 - 67

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO		MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPORTABILIDAD	PÁGINA
CATEGORÍA SOCIAL (INCLUYE DERECHOS HUMANOS, TRABAJO, RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO Y SOCIEDAD).					
EMPLEO					
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	<ul style="list-style-type: none"> Prácticas laborales. Trabajo y relaciones laborales. 	6.4 6.4.3	R	82
LA2	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupos de edad, sexo y región.	<ul style="list-style-type: none"> Prácticas laborales. Trabajo y relaciones laborales. 	6.4 6.4.3	R	84
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosados por actividad principal.	<ul style="list-style-type: none"> Prácticas laborales. Trabajo y relaciones laborales. Condiciones de trabajo y protección social. 	6.4 6.4.3 6.4.4	R	107 - 112
LA15	Retorno al trabajo y tasas de retención después del permiso parental, por género.	<ul style="list-style-type: none"> Prácticas laborales. Condiciones de trabajo y protección social. 	6.4 6.4.4	NR	

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO	MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPOR- TABILIDAD	PÁGINA	
CATEGORÍA SOCIAL (INCLUYE DERECHOS HUMANOS, TRABAJO, RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO Y SOCIEDAD).					
RELACIONES TRABAJADORES/ADMINISTRACIÓN					
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	<ul style="list-style-type: none"> • Prácticas laborales. • Trabajo y relaciones laborales. • Condiciones de trabajo y protección social. • Diálogo social. • Principios y derechos fundamentales en el trabajo. 	<p style="text-align: center;">6.4 6.4.3 6.4.4 6.4.5 6.3.10</p>	<p style="text-align: center;">R</p>	<p style="text-align: center;">104</p>
LA5	Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	<ul style="list-style-type: none"> • Prácticas laborales. • Trabajo y relaciones laborales. • Condiciones de trabajo y protección social. • Diálogo social. 	<p style="text-align: center;">6.4 6.4.3 6.4.4 6.4.5</p>	<p style="text-align: center;">R</p>	<p style="text-align: center;">121 - 122</p>

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO		MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPOR- TABILIDAD	PÁGINA
CATEGORÍA SOCIAL (INCLUYE DERECHOS HUMANOS, TRABAJO, RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO Y SOCIEDAD).					
SALUD Y SEGURIDAD					
LA6	Porcentaje 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.	<ul style="list-style-type: none"> • Prácticas laborales. • Salud y seguridad en el trabajo. 	6.4 6.4.6	R	120
LA7	Tasas de ausentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	<ul style="list-style-type: none"> • Prácticas laborales. • Salud y seguridad en el trabajo. 	6.4 6.4.6	R	118 - 119
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.	<ul style="list-style-type: none"> • Prácticas laborales. • Salud y seguridad en el trabajo. • Participación activa y desarrollo de la comunidad. • Participación activa de la comunidad. • Educación y cultura. • Salud. 	6.4 6.4.6 6.8 6.8.3 6.8.4 6.8.8	R	113 - 117

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO	MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPORTABILIDAD	PÁGINA	
CATEGORÍA SOCIAL (INCLUYE DERECHOS HUMANOS, TRABAJO, RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO Y SOCIEDAD).					
SALUD Y SEGURIDAD					
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	<ul style="list-style-type: none"> • Prácticas laborales. • Salud y seguridad en el trabajo. 	6.4 6.4.6	R	104 - 120

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO		MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPORTABILIDAD	PÁGINA
CATEGORÍA SOCIAL (INCLUYE DERECHOS HUMANOS, TRABAJO, RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO Y SOCIEDAD).					
ENTRENAMIENTO Y EDUCACIÓN					
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	<ul style="list-style-type: none"> • Prácticas laborales. • Desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo. 	6.4 6.4.7	R	93
LA11	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.	<ul style="list-style-type: none"> • Prácticas laborales. • Desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo. • Creación de empleo y desarrollo de habilidades. 	6.4 6.4.7 6.8.5	R	92 - 93
LA12	Porcentaje de empleados que recibe evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	<ul style="list-style-type: none"> • Prácticas laborales. • Desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo. 	6.4 6.4.7	R	87 - 90

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO	MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPORTABILIDAD	PÁGINA	
CATEGORÍA SOCIAL (INCLUYE DERECHOS HUMANOS, TRABAJO, RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO Y SOCIEDAD).					
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES					
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosada por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Discriminación y grupos vulnerables. • Principios y derechos fundamentales en el trabajo. • Prácticas laborales. • Trabajo y relaciones laborales. 	<p style="text-align: center;">6.3.7 6.3.10 6.4 6.4.3</p>	R	52 - 57
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	<ul style="list-style-type: none"> • Discriminación y grupos vulnerables. • Principios y derechos fundamentales en el trabajo. • Prácticas laborales. • Trabajo y relaciones laborales. • Condiciones de trabajo y protección social. 	<p style="text-align: center;">6.3.7 6.3.10 6.4 6.4.3 6.4.4</p>	NR	

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO		MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPOR- TABILIDAD	PÁGINA
CATEGORÍA SOCIAL (INCLUYE DERECHOS HUMANOS, TRABAJO, RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO Y SOCIEDAD).					
SALUD Y SEGURIDAD DEL CONSUMIDOR					
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	0	6.7 6.7.3 6.7.4	PR	128 - 129
PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultados de dichos incidentes.		6.7.5 6.7.6 6.7.9	PR	146 - 147

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO	MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPORTABILIDAD	PÁGINA	
CATEGORÍA SOCIAL (INCLUYE DERECHOS HUMANOS, TRABAJO, RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO Y SOCIEDAD).					
ROTULACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS					
PR3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujeto a tales requerimientos informativos.	<ul style="list-style-type: none"> • Asuntos de consumidores. • Prácticas justas de marketing, información objetiva e imparcial y prácticas justas de contratación. 		PR	126 - 129
PR4	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y a etiquetado de los productos y servicios, distribuido en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	<ul style="list-style-type: none"> • Protección de la salud y la seguridad de los consumidores. • Consumo sostenible. • Servicios de atención al cliente, apoyo y resolución de quejas y controversias. • Educación y toma de conciencia. 	6.7 6.7.3 6.7.4 6.7.5 6.7.6 6.7.9	NR	

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO	MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPOR-TABILIDAD	PÁGINA	
CATEGORÍA SOCIAL (INCLUYE DERECHOS HUMANOS, TRABAJO, RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO Y SOCIEDAD).					
ROTULACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS					
PR5	Prácticas relacionadas con la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	<ul style="list-style-type: none"> • Asuntos de los consumidores, protección de la salud y la seguridad de los consumidores. • Consumo sostenible. • Servicios de atención al cliente, apoyo y resolución de quejas y controversias. • Acceso a los servicios esenciales. • Educación y toma de conciencia. 	<p style="text-align: center;">6.7 6.7.4 6.7.5 6.7.6 6.7.8 6.7.9</p>	<p style="text-align: center;">R</p>	<p style="text-align: center;">143 - 145</p>

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO		MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPORTABILIDAD	PÁGINA
CATEGORÍA SOCIAL (INCLUYE DERECHOS HUMANOS, TRABAJO, RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO Y SOCIEDAD).					
COMUNICACIONES DE MARKETING					
PR6	Programa de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	<ul style="list-style-type: none"> • Asuntos de los consumidores. • Prácticas justas de marketing, información objetiva e imparcial y prácticas justas de contratación. 	6.7	NR	
PR7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuido en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios de atención al cliente, apoyo y resolución de quejas y controversias. • Educación y toma de conciencia 	6.7.3 6.7.6 6.7.9	NR	

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO	MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPOR- TABILIDAD	PÁGINA	
CATEGORÍA SOCIAL (INCLUYE DERECHOS HUMANOS, TRABAJO, RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO Y SOCIEDAD).					
PRIVACIDAD DEL CONSUMIDOR					
PR8	Prácticas relacionadas con la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	<ul style="list-style-type: none"> • Asuntos de los consumidores • Protección y privacidad de los datos de los consumidores 	6.7 6.7.7	PR	60 - 66

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO	MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPORTABILIDAD	PÁGINA	
CATEGORÍA SOCIAL (INCLUYE DERECHOS HUMANOS, TRABAJO, RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO Y SOCIEDAD).					
CUMPLIMIENTO					
PR9	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	<ul style="list-style-type: none"> • Asuntos de los consumidores. • Servicios de atención al cliente, apoyo y resolución de quejas y controversias. 	6.7 6.7.6	NR	

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO		MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPOR-TABILIDAD	PÁGINA
CATEGORÍA ECONÓMICA					
DESEMPEÑO ECONÓMICO					
EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explicación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	<ul style="list-style-type: none"> • Participación activa y desarrollo de la comunidad. • Participación activa de la comunidad. • Generación de riqueza e ingresos inversión social. 	6.8 6.8.3 6.8.7 6.8.9	R	77
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	<ul style="list-style-type: none"> • Mitigación y adaptación al cambio climático. 	6.5.5	R	70 - 76

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO	MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPORTABILIDAD	PÁGINA	
CATEGORÍA ECONÓMICA					
PRESENCIA EN EL MERCADO					
EC5	Rango de las relaciones entre salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	<ul style="list-style-type: none"> • Discriminación y grupos vulnerables. • Condiciones de trabajo y protección social. • Participación activa y desarrollo de la comunidad. 	6.3.7 6.4.4 6.8.	NR	
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	<ul style="list-style-type: none"> • Promover la responsabilidad social en la cadena de valor, participación activa y desarrollo de la comunidad. • Creación de empleo y desarrollo de competencias, generación de riqueza e ingresos. 	6.6.6 6.8 6.8.5 6.8.7	R	132 - 134

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO	MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPOR-TABILIDAD	PÁGINA	
CATEGORÍA ECONÓMICA					
PRESENCIA EN EL MERCADO					
EC7	Procedimiento para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	<ul style="list-style-type: none"> • Participación activa y desarrollo de la comunidad. • Creación de empleo y desarrollo de habilidades. • Generación de riqueza e ingresos. 	6.8 6.8.5 6.8.7	R	44 - 103

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO	MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPOR- TABILIDAD	PÁGINA
CATEGORÍA ECONÓMICA				
IMPACTO ECONÓMICO INDIRECTO				
EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructura y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono o en especie.	<ul style="list-style-type: none"> • Derechos económicos, sociales y culturales. • Participación activa y desarrollo de la comunidad. • Participación activa de la comunidad. • Educación y cultura. • Creación de empleo y desarrollo de habilidades. • Desarrollo y acceso a la tecnología. • Generación de riqueza e ingresos. 	NR	

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO	MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPOR- TABILIDAD	PÁGINA	
CATEGORÍA ECONÓMICA					
IMPACTO ECONÓMICO INDIRECTO					
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	<ul style="list-style-type: none"> • Derechos económicos, sociales y culturales. • Promover la responsabilidad social en la cadena de valor. • Respeto a los derechos de propiedad. • Acceso a servicios esenciales. • Participación activa y desarrollo de la comunidad. • Creación de empleo y desarrollo de habilidades. • Desarrollo y acceso a la tecnología. • Generación de riqueza e ingresos. • Inversión social. 	<p style="text-align: center;">6.3.9 6.6.6 6.6.7 6.7.8 6.8 6.8.5 6.8.6 6.8.7 6.8.9</p>	NR	

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO		MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPORTABILIDAD	PÁGINA
CATEGORÍA MEDIOAMBIENTAL					
IMPACTO ECONÓMICO INDIRECTO					
EN1	Materiales utilizados, por peso y volumen.	<ul style="list-style-type: none"> • El medioambiente. • Uso sostenible de recursos. 	6.5 6.5.4	R	131
EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.			NR	
EN3	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.			R	161 - 163

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO		MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPOR-TABILIDAD	PÁGINA
CATEGORÍA MEDIOAMBIENTAL					
ENERGÍA					
EN4	Consumo indirecto de energía proveniente de fuentes primarias.	<ul style="list-style-type: none"> • El medioambiente. • Uso sostenible de recursos. 	6.5 6.5.4	PR	161 - 163
EN5	Energía ahorrada por conservación y mejoras de eficiencia.			NR	
EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.			R	156 - 160
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.			R	166 - 167

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO		MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPORTABILIDAD	PÁGINA
CATEGORÍA MEDIOAMBIENTAL					
AGUA					
EN8	Captación total de agua por fuente.	<ul style="list-style-type: none"> • El medioambiente. • Uso sostenible de recursos. 	6.5 6.5.4	R	165
EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.			R	164 - 165
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.			NR	

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO	MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPOR- TABILIDAD	PÁGINA	
CATEGORÍA MEDIOAMBIENTAL					
BIODIVERSIDAD					
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados, de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	<ul style="list-style-type: none"> • El medioambiente. • Protección del mediomambiente y la biodiversidad y restauración de hábitats naturales. 	6.5 6.5.6	NR	
EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad, en zonas ajenas a las áreas protegidas.			NR	
EN13	Hábitats protegidos o restaurados.			NA	

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO		MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPORTABILIDAD	PÁGINA
CATEGORÍA MEDIOAMBIENTAL					
BIODIVERSIDAD					
EN15	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	<ul style="list-style-type: none"> • El medioambiente. • Protección del medioambiente y la biodiversidad y restauración de hábitats naturales. 	6.5 6.5.6 6.8.3	NA	
EN14	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales, y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones, según el grado de amenaza de la especie.		6.5 6.5.6		

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO		MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPOR- TABILIDAD	PÁGINA
CATEGORÍA MEDIOAMBIENTAL					
EMISIONES, AGUAS RESIDUALES Y DESECHOS					
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, por peso.	<ul style="list-style-type: none"> • El medioambiente. • Prevención y contaminación. 	6.5 6.5.3	NR	
EN20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.			NR	
EN21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.			NR	
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.		PR	156 - 160	
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.		NR		
EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII, y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.		NR		

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO	MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPOR- TABILIDAD	PÁGINA
CATEGORÍA MEDIOAMBIENTAL				
EMISIONES, AGUAS RESIDUALES Y DESECHOS				
EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	<ul style="list-style-type: none"> • El medioambiente. • Uso sostenido de recursos. • Protección del medioambiente y la biodiversidad. • Restauración de hábitats naturales. 	NR	

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO	MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPOR-TABILIDAD	PÁGINA	
CATEGORÍA MEDIOAMBIENTAL					
PRODUCTOS Y SERVICIOS					
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto.	<ul style="list-style-type: none"> • El medioambiente. • Uso sostenido de recursos. • Promover la responsabilidad social en la cadena de valor. • Consumo sostenible. 	<p style="text-align: center;">6.5 6.5.4 6.6.6 6.7.5</p>	<p style="text-align: center;">PR</p>	<p style="text-align: center;">146 - 169</p>
EN27	Porcentaje de productos vertidos y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categoría de productos.	<ul style="list-style-type: none"> • El medioambiente. • Prevención de la contaminación. • Uso sostenible de los recursos. • Consumo sostenible. 	<p style="text-align: center;">6.5 6.5.3 6.5.4 6.7.5</p>	<p style="text-align: center;">NR</p>	

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO	MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPORTABILIDAD	PÁGINA
CATEGORÍA MEDIOAMBIENTAL				
CUMPLIMIENTO				
EN28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	• El medioambiente.	6.5	NR

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO		MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPOR-TABILIDAD	PÁGINA
CATEGORÍA MEDIOAMBIENTAL					
TRANSPORTE					
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como en el transporte de personal.	<ul style="list-style-type: none"> • El medioambiente. • Uso sostenible de los recursos. • Promoción de responsabilidad social en la cadena de valor. 	<p>6.5</p> <p>6.5.4</p> <p>6.6.6</p>	NR	146 - 169

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO	MATERIAS FUNDAMENTALES Y TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ISO 26000	CAPÍTULOS EN ISO 26000	NIVEL DE REPORTABILIDAD	PÁGINA
CATEGORÍA MEDIOAMBIENTAL				
EN TOTAL				
EN30	Desglose por tipo total de gastos e inversiones ambientales.	• El medioambiente.	6.5	NR

**REPORTE DE
SOSTENIBILIDAD**
SUDAMÉRICA
2014

