



1. MENSAJE DEL PRESIDENTE DE ARAMARK LATINOAMÉRICA, ENRIQUE CAMARGO.....	2
2. ALCANCES DEL REPORTE	4
3. POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	8
4. PROPUESTA DE VALOR DE NUESTRA EMPRESA	10
5. GOBIERNO CORPORATIVO	14
6. DIMENSIÓN ECONÓMICA.....	18
7. NUESTROS TRABAJADORES.....	22
8. ARAMARK, COMPROMETIDOS CON LA COMUNIDAD.....	44
9. NUESTROS CLIENTES.....	48
10. NUESTROS PROVEEDORES.....	54
11. DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL	64
12. TABLAS VÍNCULOS	70



1

CARTA
DEL PRESIDENTE

ENRIQUE CAMARGO

Tengo el privilegio de presentar el quinto Reporte de Sostenibilidad de Aramark Sudamérica y el segundo consecutivo desde que me hice cargo de la presidencia de esta región. Durante el año fiscal 2015, uno de los principales ejes fue continuar con la expansión de nuestro modelo de gestión basado en la excelencia. Este fue diseñado como estrategia global por parte de nuestro CEO, Eric Foss, con el fin de cumplir nuestros compromisos sociales, económicos y medioambientales.

Nuestra misión fue llevarlo a la práctica tanto en el diseño de las estrategias como en las gestiones operacionales y cotidianas. De este modo, el proceso de generación de planes y metas para todos nuestros trabajadores se basó en este modelo y sus cuatro pilares estratégicos que lo fundamentan:

1. Definir la trayectoria para el crecimiento sustentable.
2. Impulsar la productividad para el crecimiento.
3. Cumplir los compromisos del desempeño.
4. Desarrollar una organización de alto desempeño.

Estos pilares permitieron hacer más eficiente la entrega de servicios de excelencia y calidad mundial.

En cuanto a la gestión de la diversidad, realizamos nuestro primer Consejo de la Diversidad, cuyo foco estuvo en el grupo “mujeres” y contempló la discusión y reflexión en las dimensiones fuerza de trabajo, inclusión laboral y mercado. Este consejo actúa como un comité ejecutivo y resolutorio, y está conformado por los altos cargos que componen nuestro directorio. Estos consejos seguirán abordando otros grupos de interés respecto de la diversidad, tales como la discapacidad, los jóvenes y el movimiento que lucha por los derechos homosexuales LGTB, entre otros.

El compromiso de Aramark con el desarrollo sostenible nos permitió sortear las complejidades de un escenario económico contraído y brindar la estabilidad comercial y financiera necesaria a nuestros stakeholders. Pusimos especial foco en fortalecer nuestras relaciones laborales, aportar al éxito de nuestros clientes/consumidores e impulsar el desarrollo de nuestras comunidades haciéndonos responsables del entorno en el que operamos, y así aumentar el valor para los accionistas.

Enrique Camargo
Presidente Aramark Latinoamérica



2

ALCANCES
DEL REPORTE

ALCANCES DEL REPORTE

LÍMITES Y ALCANCES

En este reporte exponemos la gestión de Aramark Sudamérica con sus operaciones en Chile y Argentina, considerando que los 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 la relación con nuestros trabajadores, clientes, proveedores y comunidades.

METODOLOGÍA Y MATERIALIDAD DE ELABORACIÓN

La metodología utilizada para el Reporte de Sostenibilidad se ajusta a las indicaciones de la Guía GRI 3.1 Global Reporting Initiative. La elaboración de este informe, así como el levantamiento de la información, es consecuencia de un trabajo mancomunado entre un equipo del área de Responsabilidad Empresarial y todas las áreas que componen nuestra compañía.

El siguiente cuadro muestra una síntesis de las actividades realizadas por Aramark para la elaboración del Reporte de Sostenibilidad:



La definición de cada una de las etapas que sustentan este reporte se realizó sobre la base de la metodología GRI 3.1, la cual considera las siguientes fases:

- Planificar
- Conectar
- Definir
- Supervisar
- Comunicar

¿POR QUÉ SON IMPORTANTES NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS?

En Aramark entendemos que la clave del negocio es la confianza y la transparencia, es por ello que tenemos el compromiso de tratar de manera responsable los temas que son importantes para nuestros clientes, trabajadores y proveedores, considerándolos grupos claves para conocer la percepción que tienen sobre nuestra gestión en relación a materias de sostenibilidad.

Aplicamos una encuesta de materialidad a trabajadores, clientes y proveedores para conocer cuáles eran los temas de interés más relevantes para ellos. Obtuvimos un total de 560 respuestas que nos permitieron establecer los lineamientos para informar de manera clara y específica las temáticas que sustentan este reporte, las cuales en orden prioritario son:

- Prácticas Laborales
- Gestión de Clientes y Servicios
- Desempeño Económico
- Gestión de Proveedores
- Gestión Comunitaria
- Gestión Ambiental
- Perfil y Gobierno Corporativo

“Nuestros stakeholders nos dan la pauta para diseñar nuestros planes y metas en todos nuestros ámbitos. Clientes y proveedores nos incentivan a mejorar día a día nuestra gestión hacia el negocio, y los trabajadores son eje fundamental de nuestro quehacer diario. Nuestra gente hace la diferencia, y son las ‘estrellas del servicio’”.

Enrique Camargo, Presidente Aramark Latinoamérica.



3

POLÍTICA
DE
RESPONSABILIDAD
SOCIAL

POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

En Aramark Sudamérica nos esforzamos por alcanzar nuestros objetivos en torno a la responsabilidad corporativa RSE y a la sostenibilidad, es por ello que en nuestra política hemos establecido los siguientes lineamientos:



Trabajamos estrechamente con nuestros colaboradores, clientes, proveedores y comunidades.



Ofrecemos una amplia gama de productos sostenibles y opciones de servicio.



Lideramos con el ejemplo en las áreas de negocio que controlamos.



Operamos con prácticas sustentables respetando nuestro medio ambiente.



Potenciamos a nuestros clientes a alcanzar los altos estándares de sustentabilidad en sus operaciones comerciales.



Investigamos y desarrollamos nuevas soluciones sustentables, innovadores y rentables.



4

PROPUESTA
DE VALOR DE
NUESTRA EMPRESA

PROPUESTA DE VALOR DE NUESTRA EMPRESA

Nuestra misión es destacarnos por entregar experiencias que enriquezcan y nutran la vida en cada lugar donde las personas se desarrollen, a través de la disposición de servicios innovadores e integrales de alimentación y gestión de instalaciones con altos estándares de calidad y seguridad. Con un fuerte compromiso por el servicio, los temas éticos y la responsabilidad social empresarial.

NUESTROS VALORES

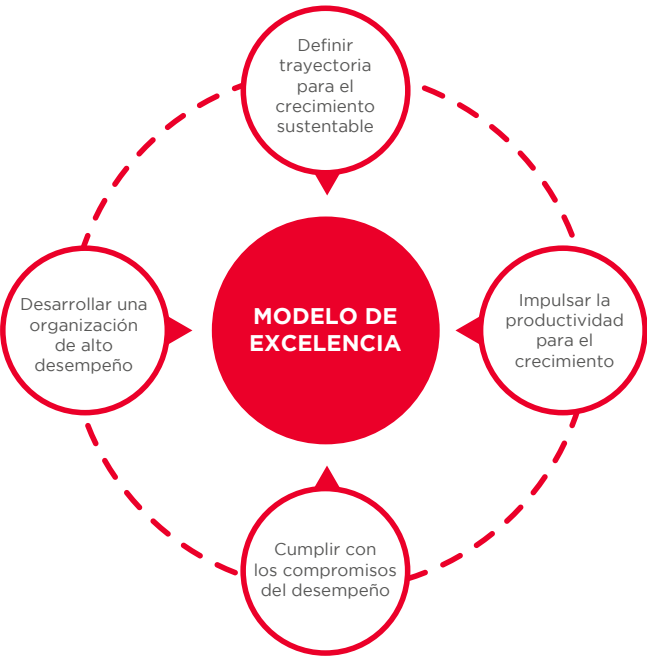
- Vender y servir con pasión
- Primera línea primero
- Fijar metas, actuar, ganar
- Integridad y respeto siempre

NUESTRO FOCO

- Construir nuestra dedicación al consumidor
- Construir el éxito para nuestros clientes
- Construir el compromiso para nuestros empleados
- Construir valor para nuestros accionistas
- Nuestro modelo de gestión
- Para garantizar la entrega de servicios, basada en la excelencia, hemos definido cuatro pilares estratégicos.

NUESTRO MODELO DE GESTIÓN

Para garantizar la entrega de servicios, basada en la excelencia, hemos definido cuatro pilares estratégicos.



El proceso de generación de metas y planes, basado en este modelo de excelencia, es liderado por ejecutivos de alto rendimiento, quienes aúnan su esfuerzo y compromiso junto a todos los niveles de la organización.

En Aramark Sudamérica contamos con equipos multidisciplinarios para la gestión de nuestras iniciativas estratégicas, las cuales consideran tres dimensiones: económica, social y medioambiental. Durante el Año Fiscal 2015 nos enfocamos en la estandarización y la eficiencia de los procesos, así como en el crecimiento y la productividad del negocio.

“El core de nuestra gestión es la entrega de servicios de excelencia. Contratamos a las mejores personas, trabajamos en su entrenamiento continuo y evaluación permanente, a través de metas anuales basadas en nuestro Modelo de Excelencia. Medimos el desempeño de nuestros trabajadores operacionales, profesionales y el Comité Ejecutivo, lo que nos permite gestionar el talento y las oportunidades de mejora”.

Iván Mergudich, Vicepresidente de Recursos Humanos y Asuntos Corporativos





5

GOBIERNO
CORPORATIVO

GOBIERNO CORPORATIVO

Nuestro gobierno corporativo está encabezado por un Consejo de Dirección Regional (Sudamérica) compuesto por nueve miembros, quienes se encargan de establecer políticas y objetivos a corto, mediano y largo plazo; así como también de implementar la estrategia del negocio, buscando maximizar la rentabilidad y representar los intereses de los accionistas mediante un modelo de desarrollo sostenible.

Enrique Camargo es el actual presidente de la compañía para Latinoamérica, es quien dirige el Consejo de Dirección y, a su vez, actúa como gerente general de Aramark Chile. En ambos cargos reporta directamente al presidente de mercados emergentes de Aramark Corp. en Estados Unidos.

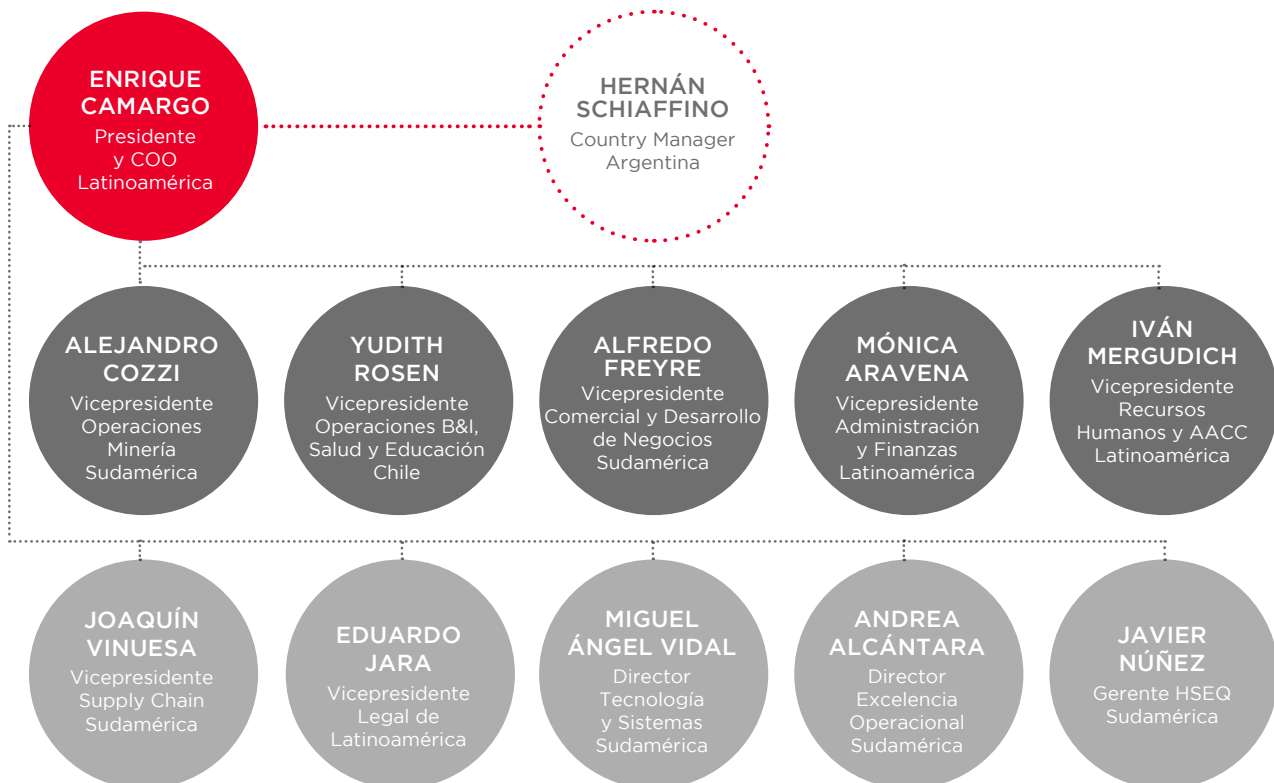


ORGANIGRAMA ARAMARK SUDAMÉRICA

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

Dentro de las características del RMT está la diversidad en su composición, tanto de género como de nacionalidad, pues tres de sus integrantes son mujeres y cinco de los diez representantes provienen de otros países latinoamericanos, principalmente de Argentina.

El organigrama presenta a los máximos ejecutivos de la compañía para Sudamérica Regional Management Team (RMT).





6

DIMENSIÓN
ECONÓMICA

DIMENSIÓN ECONÓMICA

El crecimiento económico de Aramark, así como su estabilidad comercial y financiera, tienen como eje otorgar sustentabilidad, para así fortalecer el compromiso de nuestros trabajadores, aportar en el éxito de nuestros clientes/consumidores, impulsar el desarrollo de nuestras comunidades e incrementar el valor para nuestros accionistas. En esta misma línea, para nosotros el desarrollo económico supone hacernos responsables del entorno en el que estamos operando.

CHILE

La economía chilena registró un crecimiento de 2,1% durante el 2015, cifra menor a la proyectada por el Banco Central en julio del mismo año, que establecía rangos de expansión entre 2,25% y 3,25%. Esta desaceleración se debe a la menor recaudación resultante de la débil demanda interna, un retroceso en el sector minero, la caída de los precios del cobre y a una disminución en el consumo privado, según datos del Banco Mundial.

En términos laborales, la tasa de desempleo durante el trimestre octubre-diciembre 2015 llegó a 5,8%. Asimismo, la tasa de ocupación alcanzó un 56,4% y la tasa de participación un 59,8%, ambas registrando variaciones positivas, según datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

En el plano medioambiental uno de los focos principales de Chile ha sido mejorar la calidad del aire de las distintas ciudades del país, poniendo énfasis en la implementación de la Estrategia de Planes de Descontaminación Atmosférica a través de la publicación de cuatro planes de descontaminación.

Por otra parte, Chile participó en la Conferencia de París sobre el Cambio Climático y se comprometió a reducir en un 30% sus emisiones de gases de efecto invernadero hacia 2030, impulsando las energías limpias. Dentro del mismo contexto, se ratificaron con Ecuador los logros alcanzados por el Acuerdo Binacional de Cooperación Ambiental y ambos países manifestaron su disposición para continuar trabajando en el desarrollo de políticas ambientales.

ARGENTINA

Durante el 2015 el Producto Interno Bruto (PIB) de Argentina alcanzó un 2,1%. El perfil de crecimiento económico fue de mayor a menor a partir del segundo trimestre, que llegó a 3,9%; bajó a 3,5% en el tercer trimestre y se estancó en el cuarto. Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (Indec), los sectores que registraron mayores alzas fueron los de agricultura y ganadería (6,4%), construcción (5%), y electricidad, gas y agua (3,9%). En cambio el sector de industrias manufactureras registró un retroceso del 1%.

La inflación en Argentina alcanzó un 26,9% anual, registrándose en diciembre la tasa de inflación más alta de los últimos dos años, con un 3,9%. Esto se explica por la devaluación del peso y el aumento del precio de algunos productos de primera necesidad, como la carne de vacuno y medicamentos.

Según cifras laborales entregadas por el Indec, el tercer trimestre de 2015 la tasa de desempleo llegó a 5,9%, la más baja desde octubre de 1987; mientras que la tasa de empleabilidad se situó en 42,2%, siendo la ciudad de Buenos Aires la que manifestó un mayor crecimiento a nivel regional con un 3,8%.

Con respecto a los avances en materia medioambiental, Argentina durante el 2015 presentó su plan contra el cambio climático, estableciendo como eje principal la disminución del 15% de las emisiones de gases de efecto invernadero para 2030, a través del desarrollo de políticas públicas de ahorro energético y protección del ambiente. Compromiso que fue ratificado en el Acuerdo de París sobre el Cambio Climático.

DISTRIBUYENDO NUESTRO VALOR

Lo soñamos, lo hacemos realidad, esa es la diferencia de Aramark. Tal como dice nuestro slogan, en Aramark nos caracterizamos por entregar soluciones creativas a nuestros clientes.

Durante más de 75 años en el mundo y por más de 30 años en Chile, hemos creado experiencias innovadoras en el servicio de alimentación y la gestión de instalaciones.

A diario nuestros trabajadores, unidos por el compromiso y la pasión por el servicio, se esfuerzan por nutrir la vida de cientos de personas.

Somos una de las empresas más admiradas a nivel mundial. Esto lo avala el hecho de que desde 1998 estamos presentes en el ranking de Fortune World's Most Admired Companies.



A nivel Sudamericano, entre Chile y Argentina somos más de 20.000 trabajadores.



Estamos presentes en Chile y Argentina, siendo una de las empresas del rubro de la alimentación y mantención de instalaciones más grandes e importantes de Sudamérica.



En Aramark ofrecemos servicios a diferentes áreas de negocio, como minería, salud, empresas, industrias, sitios remotos y educación.

Transformamos el negocio de nuestros clientes a través de la entrega de un excelente servicio de alimentación, gestión de instalaciones, cafetería, banquetería y eventos.



Diariamente atendemos a más de 100.000 usuarios en nuestra línea de negocios food y prestamos servicios de facilities en más de 10.000 millones de metros cuadrados.



7

NUESTROS
TRABAJADORES

NUESTROS TRABAJADORES

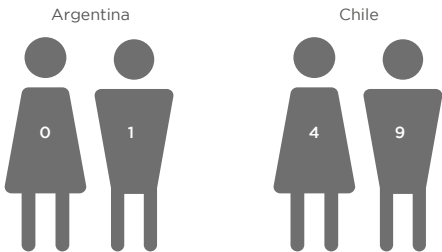
Para fortalecer de manera sustentable el compromiso de nuestros trabajadores, nos hemos centrado en desarrollar al máximo su potencial y en reconocer permanentemente el esfuerzo que a diario realizan.

Somos una empresa de “personas para las personas”, por lo que nuestros trabajadores son un pilar fundamental para el éxito de Aramark. Nuestro compromiso es contratar, capacitar y recompensar a la gente correcta, pues ellos son las estrellas del servicio, lo que se manifiesta en la excelencia con la que cada uno hace su labor.



DOTACIÓN Y PERFIL DE TRABAJADORES

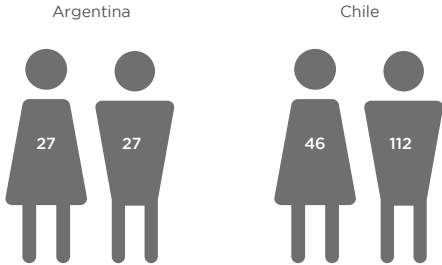
VICEPRESIDENTE Y DIRECTOR



ADMINISTRADOR Y/O GERENTE DE CONTRATO, SUPERVISOR, JEFE DE PROGRAMA, JEFE DE UNIDAD Y/O ÁREA, ASESOR DE CALIDAD, PREVENCIÓNISTA Y PROFESIONALES (ANALISTA SENIOR, JEFE DE PROYECTO, ETC.).

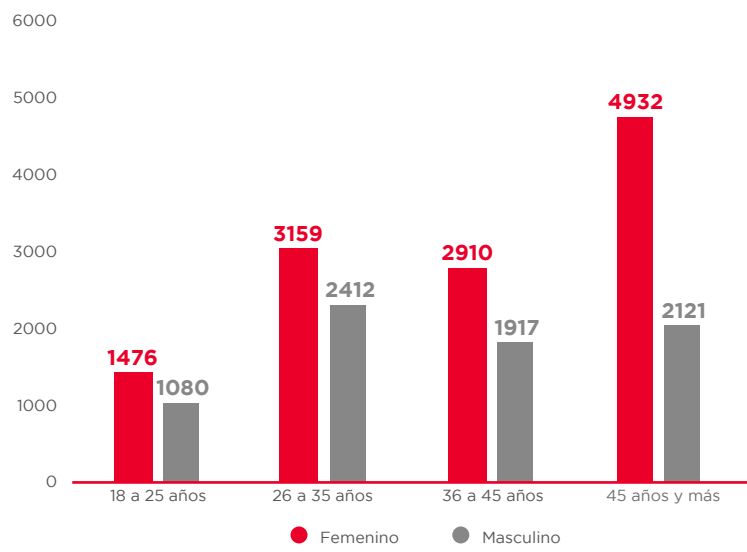


GERENTE, JEFE DE OPERACIONES Y/O JEFE DE DEPARTAMENTO.



En Aramark desarrollamos un modelo de gestión de capital humano que se enfoca en la productividad y motivación de las personas. Por esta razón, integramos a trabajadores de todas las edades, sin enfocarnos en un segmento etario específico.

TRABAJADORES

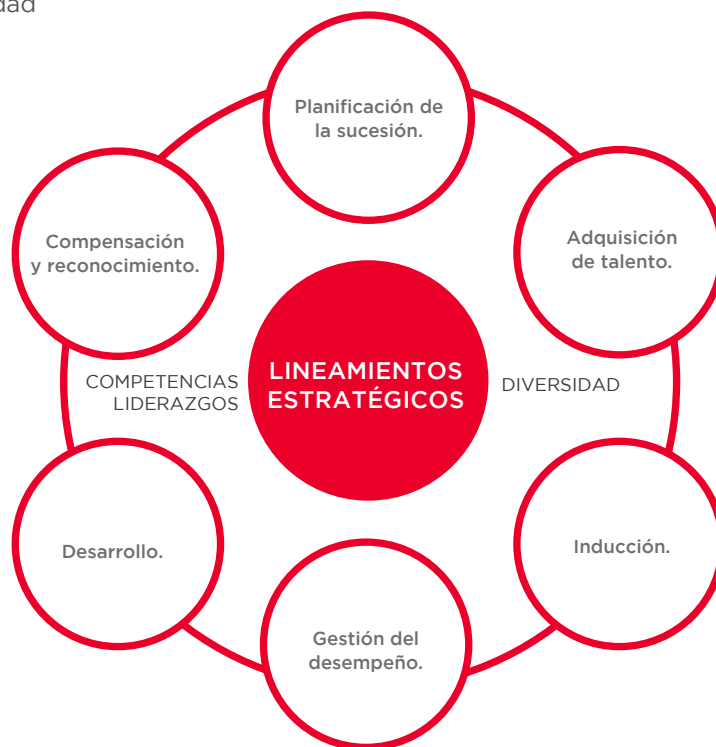


Del total de trabajadores en Año Fiscal 2015, correspondiente a 20.007 personas, el 91,5% pertenece a Chile y el 8,5% a Argentina.

Nuestra dotación está compuesta por un 62,3% de mujeres, quienes ejercen un rol fundamental en nuestra empresa.

MODELO INTEGRADO DE GESTIÓN DE PERSONAS

Aramark entrega experiencias a través de sus trabajadores, es por ello que nuestro modelo de gestión de personas se centra en el compromiso y la eficiencia de los empleados para garantizar continuidad operacional y excelencia en el servicio.



GESTIÓN DEL DESEMPEÑO

En Aramark estamos constantemente preocupados por entregar servicios de excelencia, por tal motivo es que anualmente realizamos dos tipos de evaluaciones de desempeño, las cuales nos permiten medir el nivel de nuestros trabajadores y establecer estrategias para potenciar su desarrollo.

SISTEMA DE APRECIACIÓN DEL DESEMPEÑO (SAD)

El objetivo de SAD es proporcionar información del desempeño de los trabajadores, a través de la evaluación de tareas, factores de ocupación y eficiencia de las funciones en el puesto de trabajo. Esta medición se realiza a todas las personas que tienen cargos operacionales y administrativos, y que dependen del administrador de contrato durante el periodo de evaluación.

A nivel sudamericano se aplicó la medición a 10.460 personas, las cuales estuvieron distribuidas de la siguiente forma:

DISTRIBUCIÓN POR SEXO

Sexo	N° Personas	%
F	6160	58,9%
M	4300	41,1%

DISTRIBUCIÓN POR EDAD

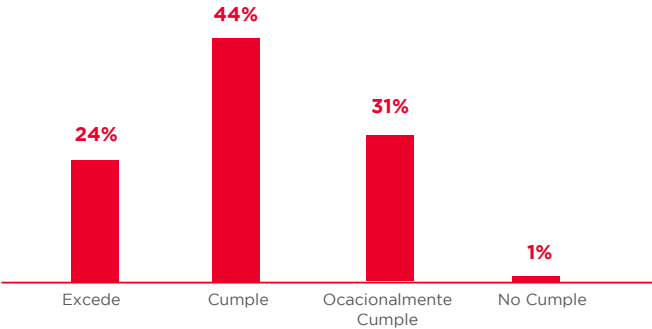
Sexo	N° Personas	%
18 a 26 años	1360	13,0%
27 a 35 años	2842	27,2%
36 a 45 años	2633	25,2%
46 a 55 años	2452	23,4%
56 años y más	1173	11,2%

Los criterios que se utilizan para evaluar SAD son:

- Factor de ocupación
 - Servicio al Cliente
 - Responsabilidad
 - Trabajo en equipo
 - Calidad y BPM
 - Liderazgo
 - Higiene
- Cuidado de equipos
 - Gestión de Recursos
 - Gestión de la producción
 - Prevención de Riesgos
 - Calidad del trabajo
 - Habilidades técnicas

Los resultados del SAD durante el Año Fiscal 2015 fueron los siguientes:

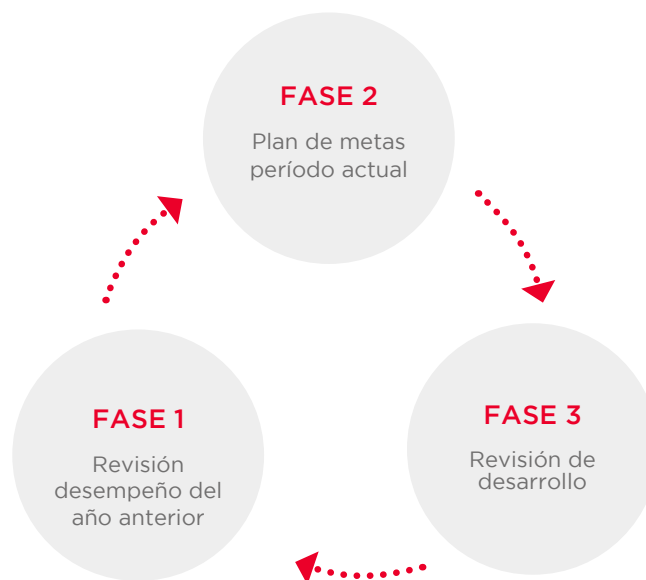
RESULTADOS SAD



PERFORMANCE MANAGEMENT PROCESS (PMP)

Es una evaluación que considera tres fases, a través de las cuales se busca medir el cumplimiento de metas anuales. Esta medición se aplica a cargos profesionales y del gobierno corporativo. Cabe destacar que en Aramark Sudamérica no evaluamos ni calificamos en las siguientes circunstancias:

- El trabajador tenga menos de seis meses de permanencia en la empresa.
- El trabajador haya permanecido con licencia médica por un tiempo igual o superior al 50% del periodo de evaluación.
- En caso de que el trabajador haya sido trasladado de unidad y lleve menos de dos meses no podrá ser evaluado por su nueva jefatura. En ese caso se consultará con su jefatura anterior.



REPRESENTACIÓN DE EVALUACIÓN PMP:

Durante el Año Fiscal 2015, a nivel sudamericano, se aumentó en un 23,8% la dotación de evaluados con respecto al año anterior. Esta alza refleja nuestra intención de estar constantemente preocupados por el desempeño de quienes trabajan en nuestra compañía y, al mismo tiempo, nos permite generar estrategias para apoyar y potenciar el desempeño de nuestros empleados.

	Total PMP Año Fiscal 2014	Total PMP Año Fiscal 2015
Evaluados	791	1038



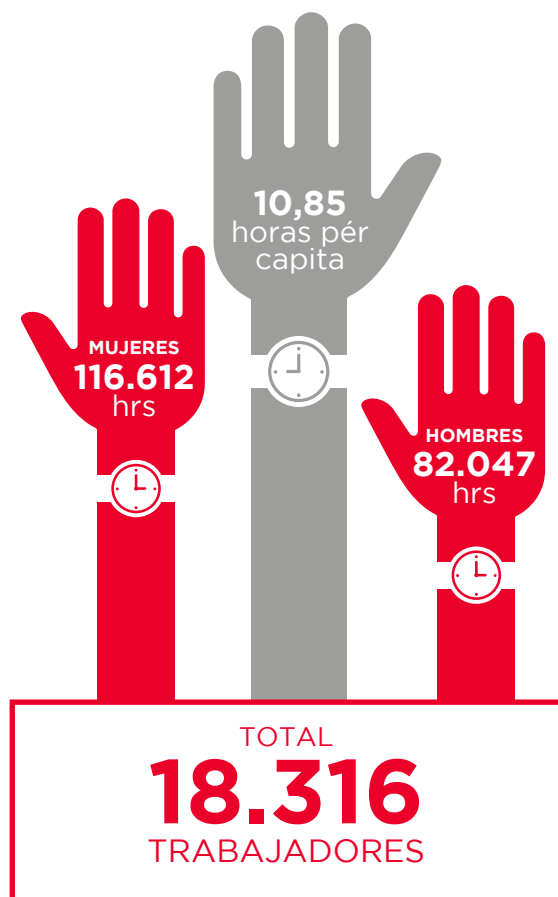
DESARROLLO INTERNO

En Aramark estamos comprometidos con nuestros trabajadores, es por ello que nos hemos preocupado de generar instancias de capacitación permanentes, las que no solo nos permiten mantener la calidad en los servicios que entregamos, sino que también de ofrecerles a nuestros empleados la posibilidad de desarrollarse y de mejorar sus oportunidades laborales a futuro.

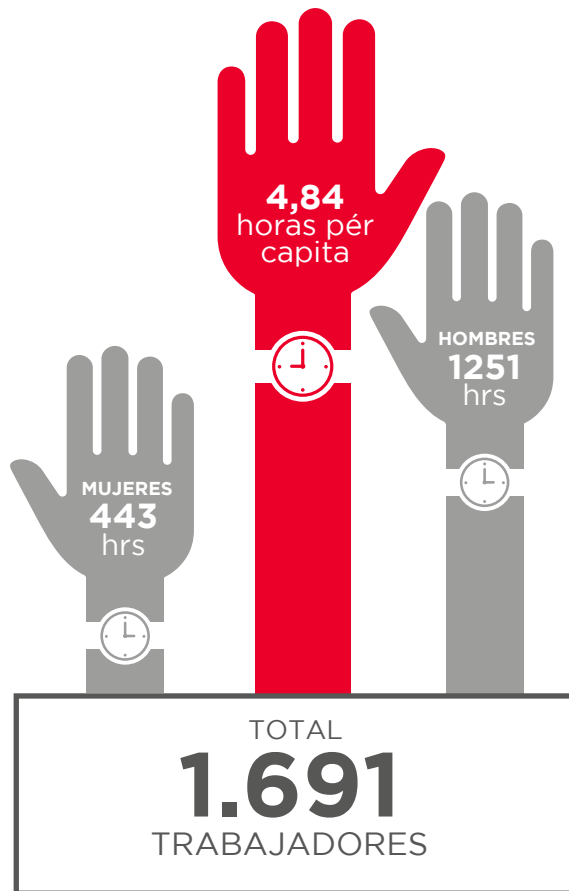
Los trabajadores son la cara visible de Aramark, por tal razón nuestras estrellas de servicio tienen de manera permanente acceso a oportunidades de desarrollo y capacitación.

“Nos interesa potenciar el desarrollo de nuestras personas. Hemos entrenado a 3.690 trabajadores gracias a un convenio de capacitación con Inacap en áreas de alimentación, servicios y gestión de instalaciones. Queremos que desarrollen su carrera y cuenten con nuevas herramientas para su futuro laboral.

Sebastián Castro, Jefe de Capacitación y Desarrollo.



En Chile durante el Año Fiscal 2015 las horas de capacitación per cápita aumentaron en un 19,33% respecto al año anterior.



En Argentina las horas de capacitación per cápita aumentaron en un 44% respecto al año anterior.

En Chile las capacitaciones son financiadas en un 56% con franquicia Sence y el 44% por Aramark; mientras que en Argentina las capacitaciones son costeadas en un 100% por nuestra compañía.

INCLUSIÓN Y GESTIÓN DE LA DIVERSIDAD

En Aramark valoramos la diversidad como elemento clave en el modelo de gestión de personas, es por ello que nuestra política de contratación es inclusiva, pues no discrimina por sexo, edad, raza, orientación sexual, color de piel, religión, país de procedencia, discapacidad u otros.

Queremos que las personas con diferentes antecedentes, experiencias y orientaciones vengan a Aramark y tengan éxito.

Nuestros programas de diversidad e inclusión se centran en tres áreas:

- **Fuerza de trabajo:** nuestra meta es contratar, retener y desarrollar personas con diferentes antecedentes, que reflejen a las comunidades donde prestamos servicios.
- **Lugar de trabajo:** buscamos crear una cultura que valore y aproveche nuestras diferencias y semejanzas, impulsando la innovación a través de la inclusión.
- **Mercado:** nos asociamos con diversos proveedores y organizaciones de la sociedad civil y comunitaria para brindar productos y servicios culturalmente relevantes.

A través de nuestro modelo de inclusión nos preocupamos por generar participación activa de diversos grupos de nuestra sociedad, especialmente de aquellos que por diferentes razones han sido socialmente excluidos y se les dificulta conseguir un trabajo, como son:

- Mujeres dueñas de casa
- Jóvenes con poca experiencia
- Trabajadores Senior (Aramark considera esta categoría desde los 50 años, pues a partir de esa edad es más complejo conseguir trabajo)
- Migrantes
- Personas con discapacidad

“Cuando entré a Aramark a mis 60 años, pasaba por una crisis por estar sin trabajo. Conseguirlo me ayudó a estabilizarme emocional y económicamente. Hoy, a mis 68 años me siento feliz. La experiencia con mi equipo ha sido excelente. Nunca he tenido problemas con mis compañeros o mi jefatura”.

Sara Flores Ilabaca, maestra de cocina Metro Puente Alto.

Para el proceso de reclutamiento de estos segmentos, Aramark tiene una alianza con las Oficinas Municipales de Intermediación Laboral (OMIL). Luego de la selección, realizamos capacitaciones para los nuevos trabajadores, quienes ingresan a nuestra empresa con los mismos beneficios, igualdad de oportunidades y condiciones que cualquier empleado.

En Aramark creemos firmemente en que todos tenemos las mismas oportunidades. Bajo esta lógica y a través del modelo de inclusión de la diversidad, hemos alentado una cultura que aprecie tanto las diferencias como las similitudes en todos los niveles de nuestra organización.



PERSONAS EN SITUACIÓN DE DISCAPACIDAD

El Programa de Inclusión Laboral de Personas en Situación de Discapacidad (PILD), vigente en Aramark Sudamérica desde el 2006, tiene como objetivo generar opciones reales de inserción laboral para personas en situación de discapacidad. Desde su puesta en marcha, esta iniciativa ha permitido que en total 119 personas se hayan integrado de manera exitosa en nuestra compañía.

A través de este programa, que ha sido reconocido como buena práctica por la SOFOFA y la OIT, hemos crecido junto a nuestros empleados a través de un proceso de mejoramiento continuo, orientado en la permanencia y el desarrollo de personas con discapacidad.

Durante el Año Fiscal 2015, el Servicio Nacional de Discapacidad (Senadis) le otorgó a Aramark la renovación del Sello Chile Inclusivo por dos años. Cabe destacar que fue la única iniciativa del mundo empresarial que obtuvo la renovación del reconocimiento.

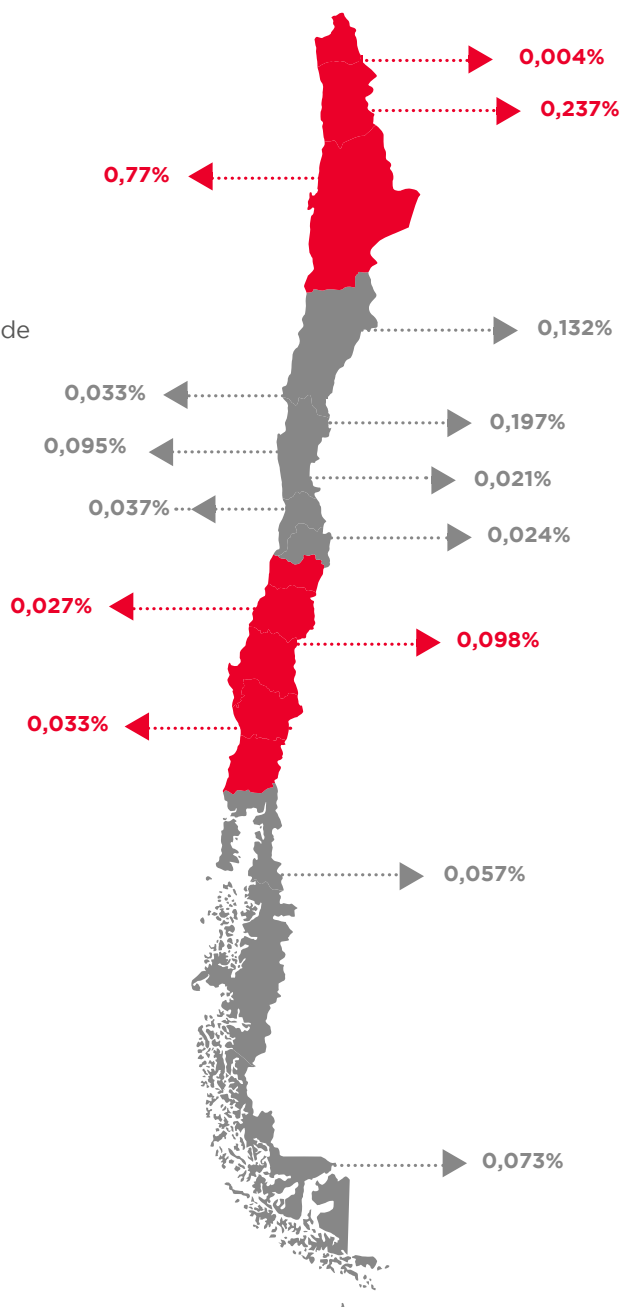
EVALUACIÓN DESEMPEÑO DE PILD

En el Año Fiscal 2015 se realizó la evaluación SAD a 43 de los 61 trabajadores en situación de discapacidad vigentes.



FUERZA LABORAL APORTADA ARAMARK CHILE

En Año Fiscal 2015 Aramark Chile aporta un 1,84% de trabajadores a nivel nacional.



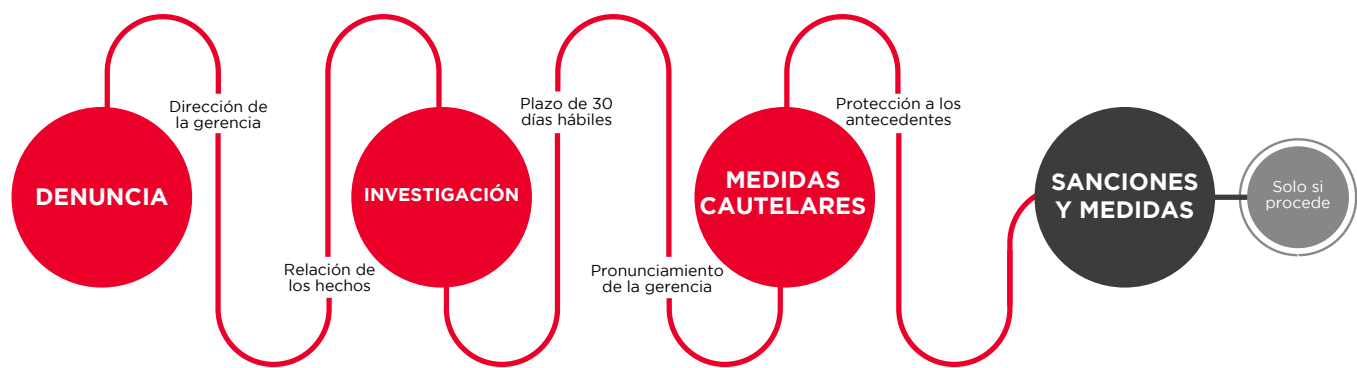
RELACIONES LABORALES

En Aramark Sudamérica las relaciones laborales son producto de la gestión permanente de todos los líderes de la compañía. Nuestros trabajadores son muy importantes, pues a través de ellos podemos cumplir nuestra misión de entregar experiencias que enriquezcan y nutran la vida de las personas, ofreciendo servicios a nuestros clientes y comunidades en todo el mundo.

Apreciamos el esfuerzo y la dedicación permanente de todos nuestros trabajadores, por lo mismo, en Aramark hacemos todo lo necesario para que se sientan incluidos, apoyados, valorados y motivados, independiente del puesto que ocupen.



En Aramark, a través del Código de Conducta de Negocio y el Reglamento Interno, velamos por resguardar los derechos de nuestros trabajadores y para ello contamos con un sistema de denuncia formal en temas de vulneración de derechos. Este procedimiento consiste en:



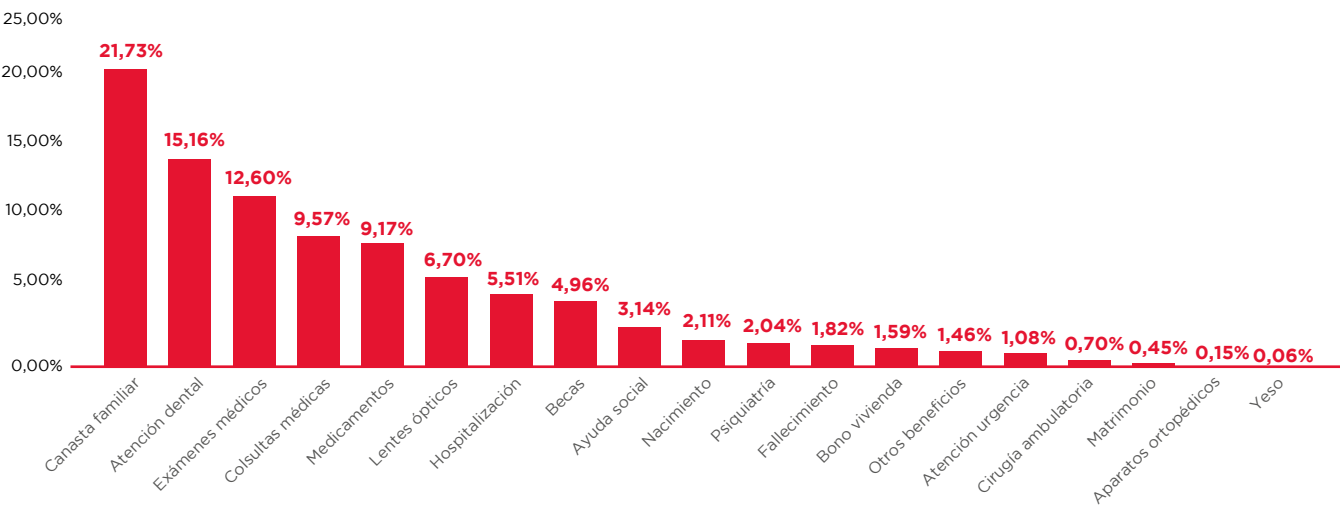
A nivel sudamericano, durante el Año Fiscal 2015 recibimos 268 denuncias, un 78,8% menos que el año anterior. Tanto en Chile como en Argentina la cantidad de denuncias no supera el 2% respecto a la cantidad de trabajadores.

N° de Denuncias		Tipo de denuncia	Motivo
Argentina	Chile		
0	108	Vulneración de derechos	Acoso laboral, acoso sexual y discriminación
31	129	Administrativa	Remuneraciones, protección de maternidad, cambios de instalación, conflictos, etc.

BENEFICIOS SOCIALES DE LOS TRABAJADORES

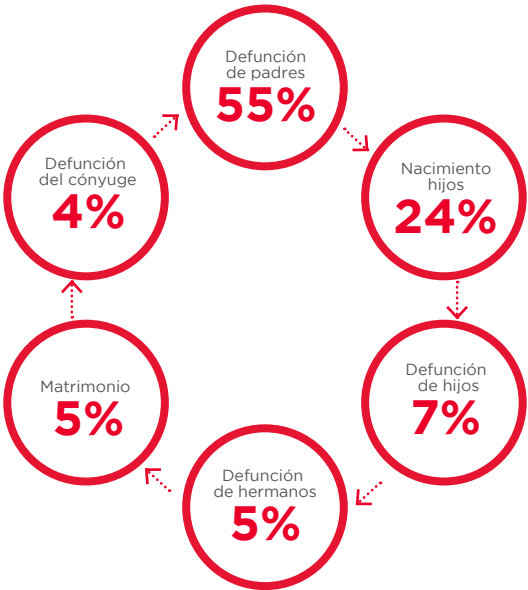
Como una forma de valorar el esfuerzo y la contribución de los trabajadores hacia el crecimiento de nuestra empresa, en Aramark contamos con una serie de beneficios que tienen por objetivo generar incentivos para que los equipos de trabajo sigan progresando y, a su vez, proveer las condiciones para que nuestros empleados compatibilicen su vida personal y laboral.

DISTRIBUCIÓN DE FONDOS BIENESTAR



Estos beneficios se cubren con fondos bipartitos, recaudados por bienestar. El trabajador que quiera pertenecer a este fondo de bienestar tiene que aportar, de manera voluntaria, el 1% de su sueldo y Aramark entrega el mismo porcentaje por cada empleado.

También existen los beneficios sindicales, los cuales en Chile se distribuyen de la siguiente manera:



En Argentina los beneficios que poseen los trabajadores dentro y fuera del convenio son:

Beneficios	Descripción	Trabajadores fuera de convenio	Trabajadores dentro de convenio
Comedor	Almuerzo en planta	✓	✓
Cobertura médica prepaga	Galeno con diferentes planes de acuerdo al cargo	✓	✓
Convenio de descuentos	BGH	✓	✓
Bono	Coordinadores, mandos medios y gerencia	✓	✓
Clases de inglés	De acuerdo a las necesidades del área	✓	✓
Seguros de vida	Trabajadores vigentes en la empresa	✓	✓
Descuentos en hoteles, campings, centros recreativos	Beneficios según sindicato	✗	✓
Préstamos	Sujeto a evaluación	✗	✓

SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL DE NUESTROS TRABAJADORES

La seguridad de nuestros trabajadores es una de nuestras grandes prioridades, es por eso que en Aramark contamos con políticas y estándares rigurosos y sistemáticos. A través de nuestros principios de seguridad en preparaciones, servicios y entornos (Aramark SAFE) velamos por mantener seguros a nuestros trabajadores.

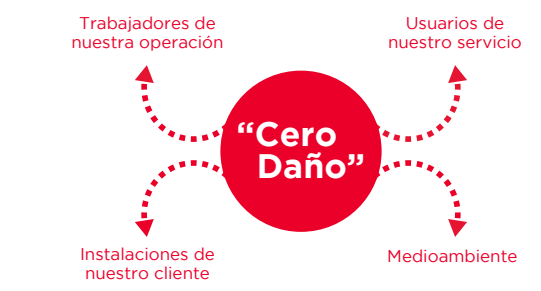
En Aramark cumplimos con disposiciones legales vigentes en materia de salud ocupacional, seguridad en el trabajo, inocuidad en la producción de alimentos y normativas medioambientales aplicables a nuestras operaciones. Nos preocupamos por capacitar a nuestros trabajadores para que asuman la responsabilidad de mantener un ambiente de servicio y trabajo seguro y saludable.

Nuestro compromiso por la seguridad nos propone como desafío revisar constantemente la prevención del riesgo laboral, así como promover prácticas sostenibles y asegurarnos de que todas las personas tengan el derecho y la obligación de prevenir o detener situaciones que puedan poner en riesgo la seguridad personal o la de otros.

Año a año trabajamos minuciosamente en desarrollar y promover una cultura operativa “Cero Daño”:



La cual se fundamenta en:

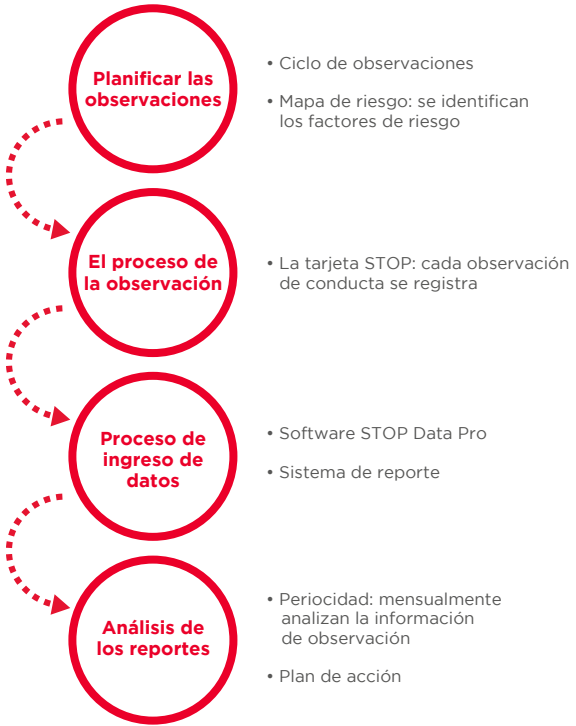


PROGRAMA STOP

Es un programa de seguridad para nuestros trabajadores, que a través de la observación permite evitar y disminuir accidentes laborales. Las características y beneficios STOP son:

- Programa no punitivo
- Se centran 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 asistida

CICLO DE OBSERVACIÓN STOP



Durante el Año Fiscal 2015 hemos cumplido con la meta de disminuir los índices de accidentabilidad con respecto al año anterior. La cantidad de accidentes (ACC) se redujo en un 20,3%, los días perdidos (D.P) fueron 17,11% menos que en el Año Fiscal 2014, la cantidad de accidentes por cada millón de horas trabajadas (I.F.) bajó un 13,91% y los números de días perdidos o de licencias por cada millón de horas trabajadas (I.G.) disminuyeron en un 10,45%.

Variaciones Año Fiscal 2015 respecto al Año Fiscal 2014:

Año Fiscal	ACC	D.P.	I.F.	I.G.
2014	537	7287	11,65	158,13
2015	428	6040	10,03	141,60

COMITÉ PARITARIO

Para mejorar la comunicación con nuestros trabajadores y realizar un trabajo más efectivo y coordinado, en Aramark nos preocupamos por incentivar la participación y conformación de los comités paritarios. Para ello hemos establecido cuatro acciones principales.



“Buscamos fomentar la seguridad para quienes trabajan o visitan el edificio corporativo. Contamos con comisiones de trabajo mensuales que realizan capacitaciones, inspecciones, observaciones y reconocimientos que incentivan y dan valor a nuestro propósito. Esto se ve reflejado en las estadísticas mensuales de seguridad”.

Jéssica Navarrete, representante de trabajadores CPHS Edificio Corporativo

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

COMUNICACIONES INTERNAS

La gestión comunicacional de Aramark Sudamérica tiene como objetivo mantener informados a todos los trabajadores de la compañía y para ello se centra en la difusión de información relevante, articulación de proyectos e iniciativas que requieran de un despliegue comunicacional.

En Aramark Sudamérica disponemos de los siguientes canales de comunicación:



Intranet, se actualiza constantemente



Comunicados vía correo electrónico



Boletines de noticia



Afiches y materiales impresos



Eventos corporativos, lanzamientos de proyectos, entre otros





8

ARAMARK,
COMPROMETIDOS
CON LA
COMUNIDAD

ARAMARK, COMPROMETIDOS CON LA COMUNIDAD

A nivel mundial, Aramark se esfuerza año a año por promover la integración comunitaria, ayudando a las personas a tener estilos de vida más saludables y a lograr el éxito en su lugar de trabajo.

Estamos presentes en comunidades de todo el mundo, en donde aportamos con las destrezas, habilidades, conocimientos, y la pasión única de nuestros trabajadores, con el fin de satisfacer necesidades como la salud, bienestar, acceso al empleo, entre otras.

Durante el año se llevan a cabo diferentes actividades en el mundo, en dónde a través de asociaciones estratégicas con organizaciones comunitarias apoyamos distintas necesidades locales.

VOLUNTARIADO ARAMARK

Un hito importante en la integración comunitaria es el “Día del Voluntariado Aramark”, en donde durante una jornada, los trabajadores de Aramark apoyan como voluntarios a una organización específica, que nos ayude a lograr nuestra meta de enriquecer y nutrir vidas de cientos y miles de personas –niños, jóvenes y adultos- alrededor de todo el mundo.

En 2015 se celebró la segunda versión global de este día, y en Sudamérica cumplimos satisfactoriamente todos nuestros objetivos. En Chile, la iconografía presentada a continuación resume los logros obtenidos.

RESULTADOS VOLUNTARIADO





“SÚBETE AL TREN DE LA VIDA”

Aramark, por cuarta vez consecutiva, desarrolla el programa “Alimenta Tu Vida” en la localidad de Baquedano, bautizado por la comunidad como “Súbete al tren de la vida”.

El objetivo de desarrollar este programa es ayudar a las familias a mejorar los comportamientos alimentarios, fomentar el estilo de vida saludable y así mejorar la calidad de vida de las comunidades.

El programa, que desde sus versiones anteriores ya ha beneficiado a más de 300 habitantes de Baquedano, se inició el 27 de mayo, con la participación de la Compañía Minera Lomas Bayas y la Ilustre Municipalidad de Sierra Gorda.

Al igual que en años anteriores, en 2015 el programa considera distintas actividades para toda la comunidad, como la ya conocida Caminata familiar, además de obras de teatro, talleres de cocina, biodanza y una gala de humor, entre otras actividades.

Principales resultados del programa desde el inicio de este en 2012 al finalizar el periodo 2015:



Disminución del porcentaje de sobrepeso y obesidad en la población de un 73% a un 38%.



Aumento de la participación en las actividades de un 15% sostenido año a año.



Porcentaje de satisfacción sobre un 95%.



Modificación de PLADECO (Plan de Desarrollo Comunal) en función de la vida saludable.



Inversión en infraestructura deportiva de \$110.000.000.



Cambios en la ordenanza municipal promoviendo alimentos frescos y saludables.



Subvención de un bus mensual para comprar alimentos saludables (compra inteligente).

“Gracias a la exitosa experiencia de años anteriores y el trabajo junto a actores locales, hemos ido replicando “Alimenta tu Vida” en otras localidades, estrechando vínculos con las comunidades. Sentimos el compromiso, como expertos en alimentación, de aportar a la educación para una vida más saludable”.

Sandra Miranda, Coordinadora Responsabilidad Social y Asuntos Corporativos



9

NUESTROS
CLIENTES

NUESTROS CLIENTES

Nuestros clientes y consumidores son parte fundamental del negocio, por lo que constantemente buscamos entregarles valor a través de la calidad y excelencia en el servicio que ponemos a su disposición, para así convertirlos en aliados estratégicos.

En nuestro afán por satisfacer las necesidades de nuestros clientes y cumplir con nuestra misión, es que establecemos contacto permanente con ellos para conocer sus inquietudes y generar estrategias que nos permitan entregarles el mejor servicio, promoviendo el consumo sostenible.

SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR

Mejorar la experiencia de los consumidores fue uno de nuestros desafíos para el reporte Año Fiscal 2015, centrado en el compromiso permanente de entregar un servicio de alta calidad a nuestros clientes.

Con el fin de conocer el nivel de satisfacción de los consumidores con respecto al servicio y la calidad que entregamos, es que cada año se realiza una encuesta que sirve para mejorar el servicio que entregamos, así como entender y anticiparse a las necesidades de quienes a diario nos prefieren.



La encuesta de satisfacción tiene dos formas de aplicación: una presencial, en la cual se toma como muestra a un grupo determinado de consumidores de los distintos casinos, y otra online, mediante un tótem ubicado en los casinos, a través del cual se generan

cinco preguntas aleatorias para evaluar el servicio. Este último método, más sencillo y rápido, le permite a un mismo usuario contestar la encuesta cada vez que lo desee.

Tanto para la encuesta presencial como para la online se utiliza la misma escala de evaluación, la cual va del 1 al 7, donde:



** 4 Significa que es indiferente

Los resultados de estas encuestas se entregan por línea de negocio, generando más de 300 registros para cada una de ellas, con el fin de que conozcan las opiniones de los usuarios.

Los ítems más relevantes dentro de la encuesta, tanto para Aramark como para nuestros clientes, son los siguientes:

1. Sabor del plato de fondo
2. Temperatura del plato de fondo
3. Capacidad del personal para resolver dudas (Atención a los usuarios)
4. Variedad en el plato de fondo
5. Sopas y cremas
6. Ensaladas
7. Postres

Estas respuestas son vitales para mejorar el servicio y, al mismo tiempo, mostrarle al cliente cuán satisfecho está su personal con el servicio que ellos adquieren con nosotros.

La meta que nos planteamos en Aramark frente a las preguntas del servicio entregado es:



Superar el 70% de aceptación (entre 5 y 7).



No superar 12% de rechazo (entre 1 y 3).

Con el fin de mejorar el servicio que les entregamos a nuestros comensales y clientes, es que dentro de las preguntas de la encuesta está la opción de que los usuarios recomienden platos de fondo que les gustaría incluir en el menú.

En el Año Fiscal 2015 se registraron 150.000 menciones de preparaciones, siendo la comida chilena la opción que más se repite. Dentro de la misma línea se hace mención a la ensalada como plato de fondo, información significativa que se puede deber a la existencia de más trabajadores de sexo femenino en la empresa o a que las personas se están preocupando por mantener una alimentación saludable.

ENCUESTA GLOBAL A CLIENTES

Esta encuesta es una herramienta global que se realiza anualmente entre octubre y noviembre en todo Aramark, la cual nos permite conocer el nivel de satisfacción de nuestros clientes. Son 900 personas aproximadamente las que participan a nivel nacional. Global survey entrega información representativa y fidedigna, ya que al ser una encuesta online el cliente puede contestar libremente, lo que le otorga al instrumento un grado mayor de objetividad.

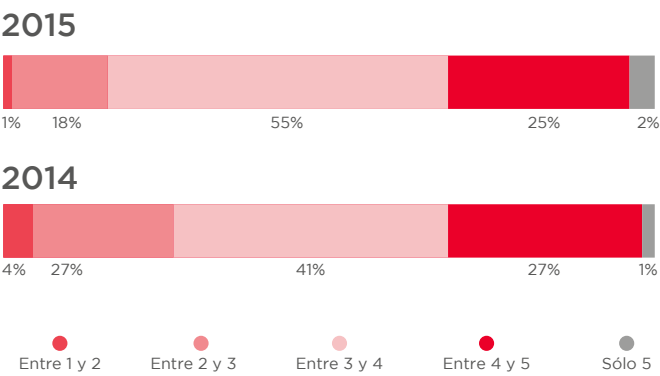
La meta de Aramark es alcanzar un 90% de participación

Año Fiscal 2015 92% de participación, ocupando el 2º lugar a nivel GLOBAL (Chile).

A nivel regional los resultados de dicha encuesta evalúan nuestra experiencia de servicio en una escala de 1 a 5, siendo 1 deficiente y 5 excelente:

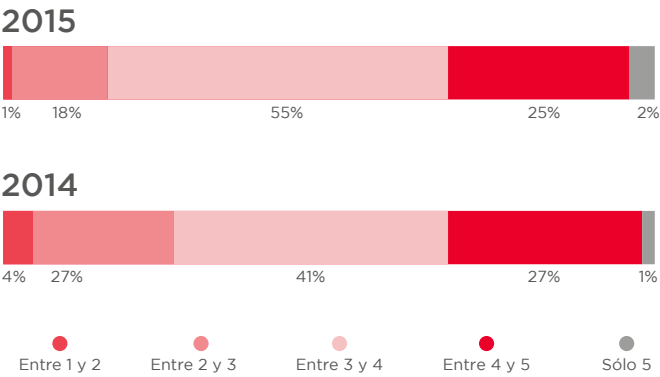
CHILE

En Chile aumentaron significativamente las notas entre 3 y 4, pasando de 41% a 55%; mientras que las notas entre 2 y 3 disminuyeron de 27% a 18%, lo que da cuenta que la experiencia del servicio mejoró desde el 2014.



ARGENTINA

En Argentina se registra un aumento del 3% en las notas entre 3 y 4, pasando de 47% el 2014 a 50% el 2015; mientras que las notas entre 2 y 3 disminuyeron de 13% a 10%.



SEGURIDAD Y SALUD DEL CLIENTE Y CONSUMIDOR

En Aramark nos comprometemos a cumplir con las disposiciones legales vigentes en materia de inocuidad en la producción de los alimentos. Nos aseguramos que nuestras compras se realicen a través de proveedores autorizados y que nuestras prácticas de almacenamiento, manipulación y preparación de alimentos contribuyan a la seguridad y calidad de nuestros servicios.

Constantemente alentamos a nuestros clientes, consumidores y otras partes interesadas a colaborar con el cumplimiento de los objetivos de seguridad, calidad, inocuidad y cuidado del medioambiente.

Para asegurar la calidad e inocuidad alimentaria aplicamos auditorías con una empresa externa a Aramark para ser lo más transparentes posibles y poder realizar cambios cuando sea necesario. Estas auditorías sirven para:

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

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

NOTA	DEFINICIÓN	ACCIONES A SEGUIR
91% - 100%	Cumple	El administrador debe mejorar las observaciones realizadas en los plazos definidos y enviar por correo el plan de acción con evidencias.
80% - 90%	En alerta	El administrador recibe el plan de acción elaborado por el asesor de calidad y/o auditor externo. Una vez aplicado, el administrador envía al asesor (con copia al jefe directo) los avances con las acciones correctivas de los cinco hallazgos más críticos junto con 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 la aprobación del gerente de operaciones de la LOB.



10

NUESTROS
PROVEEDORES

NUESTROS PROVEEDORES

Nuestros proveedores son aliados importantes, es por ello que establecemos una relación basada en la confianza y la transparencia. En ese mismo sentido para nosotros es fundamental que ellos estén alineados con nuestras políticas de RSE y sostenibilidad, ya que nos permiten replicar estas prácticas en la cadena de valor. Clasificamos a nuestros proveedores en dos grandes grupos: Food, quienes nos abastecen de alimentos y materias primas para la elaboración de alimentos; y Non food, quienes nos suministran productos no alimentarios.

PERFIL DE PROVEEDORES

En Aramark nos preocupamos constantemente por entregar calidad y un servicio de excelencia a nuestros clientes, es por eso que nuestros ejecutivos recorren y analizan diferentes mercados para abastecerse de los mejores productos.

Contamos con una estrategia de aprovisionamiento que considera la evaluación permanente de nuestros proveedores, con el objetivo de mejorar la gestión y establecer acciones correctivas en caso de ser necesario.

En Aramark contamos 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

Cabe destacar que este reglamento, además de regular todas las instancias y procesos con nuestros proveedores, nos permite entregar garantías a nuestros clientes y consumidores en relación a nuestros deberes y obligaciones; lo que fortalece nuestros vínculos basados en la transparencia, confianza y celeridad en los procesos.

EVALUACIÓN DE NUESTROS PROVEEDORES

Consideramos a nuestros proveedores aliados estratégicos, es por ello que en Aramark Sudamérica hemos establecido y regulado los procesos de evaluación, considerando los siguientes criterios:

- Evaluación técnica de proveedores
- Evaluación del nivel de servicios
- Cumplimiento en la entrega de precios

Estas evaluaciones se realizan a través de auditorías y de la solicitud de antecedentes que nos permitan acreditar que cumplen con el nivel de calidad que exigimos.

Los proveedores de Food y Non food son evaluados y categorizados según su criticidad, de acuerdo al Procedimiento para la Incorporación de Proveedores.

Clasificación	Rubro	BPM	HACCP	ISO 9001	OSHAS 18000	ISO 14000
A	Productos Críticos Alimenticios	Exigible	Exigible	Exigible	Deseable	Deseable
B	Productos Alimenticios no Críticos	Exigible	Deseable	Exigible	Deseable	Deseable
C	Productos Químicos	No Aplica	No Aplica	Deseable	Deseable	Deseable
D	Productos no Alimenticios y Generales	No Aplica	No Aplica	Deseable	Deseable	Deseable
E	Equipos de Protección Personal	No Aplica	No Aplica	Exigible	Deseable	Deseable
F	Laboratorios y Calibración de Equipos	No Aplica	No Aplica	Deseable	Deseable	Deseable
G	Servicios	No Aplica	No Aplica	Exigible	Exigible	Deseable
H	Servicios de Transporte	No Aplica	No Aplica	Exigible	Exigible	Deseable

POLÍTICA DE CONDUCTA Y COMPRA

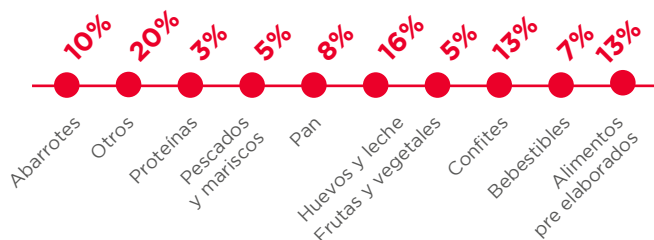
La calidad e inocuidad alimentaria de nuestros servicios son fundamentales para cumplir con nuestra misión. Por tal razón, nuestro departamento de compra aplica estrictos criterios de selección, los que se enfocan en conocer las lógicas de abastecimiento, la materia prima empleada y la calidad.

Dentro de nuestra política de conducta y compra es fundamental:

- Exigir altos estándares de productos
- Desarrollar alianzas con proveedores comprometidos
- Establecer alianzas a largo plazo

Nuestra política de compra, para el caso de Food, se ciñe a las especificaciones técnicas generales de los productos, las cuales deben adecuarse a los requisitos del Reglamento Sanitario de Alimentos vigente; mientras que para los productos Non food las especificaciones corresponderán a la normativa que aplique en cada caso.

PORCENTAJE DE COMPRAS POR CATEGORÍA DE PRODUCTOS



DESARROLLO DE PROVEEDORES Y COMPRAS LOCALES

El Programa de Desarrollo de Proveedores y Compras Locales (PDP) se sustenta bajo el Programa de Responsabilidad Social que Aramark ha implementado desde el 2004.

¿CÓMO OPERA EL PROGRAMA?

Es una Iniciativa que desarrolla una estrategia de compra entre agricultores locales, clientes de Aramark y el área de Supply Chain.

Propiciando:

- Materias primas de calidad para los casinos en los que Aramark opera.
- Incentivo a las pequeñas producciones agrícolas locales.

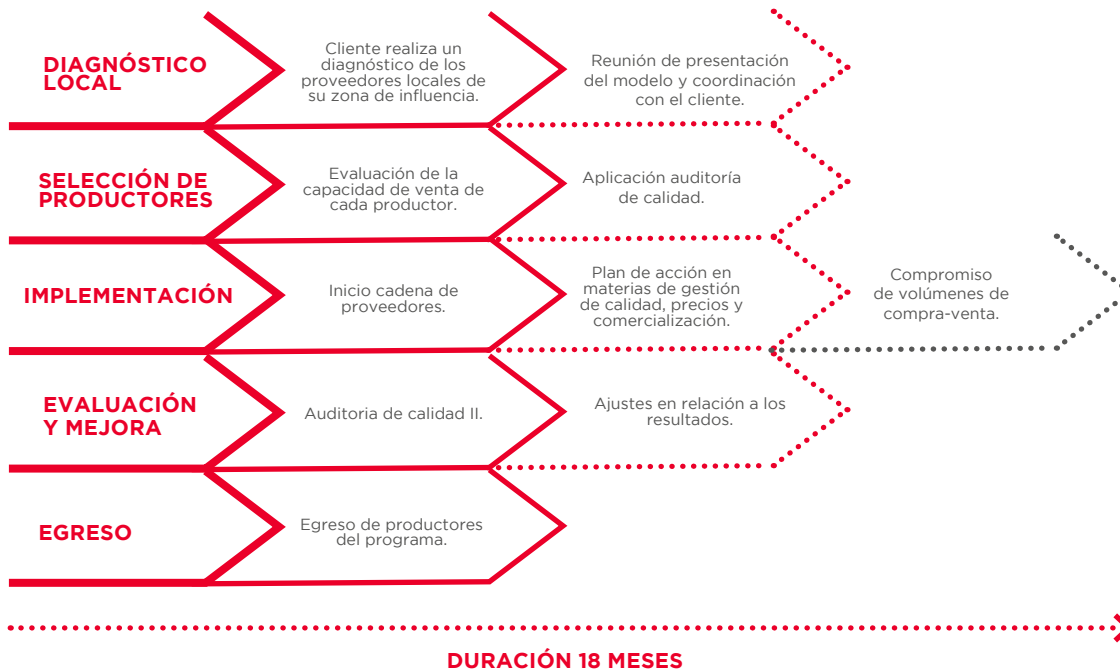
El objetivo principal del programa es aportar al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades, por medio de la generación de compromisos de compras de los principales productos hortofrutícolas de la zona. El programa se enfoca principalmente en:

- Habilitar a proveedores locales en Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), inocuidad alimentaria, comercialización organizacional y gestión de precios, basado en los criterios de comercio justo. Lo que permite lograr estándares requeridos por Aramark y sus clientes.
- Fortalecer el sistema de gestión de calidad en los proveedores locales, alcanzando el nivel de aprobación en Buenas Prácticas Agrícolas (BPA).
- Crear figuras comerciales asociativas entre los proveedores locales que permita la comercialización por volumen e impacte al tejido social de la comunidad.
- Aportar al crecimiento de la comunidad en la zona donde el programa se desarrolla.

Con estas acciones se reitera el compromiso de Aramark con las comunidades locales, incorporándolas en el modelo de abastecimiento que la compañía posee y otorgándole valor agregado a los productos disponibles para nuestros los clientes.

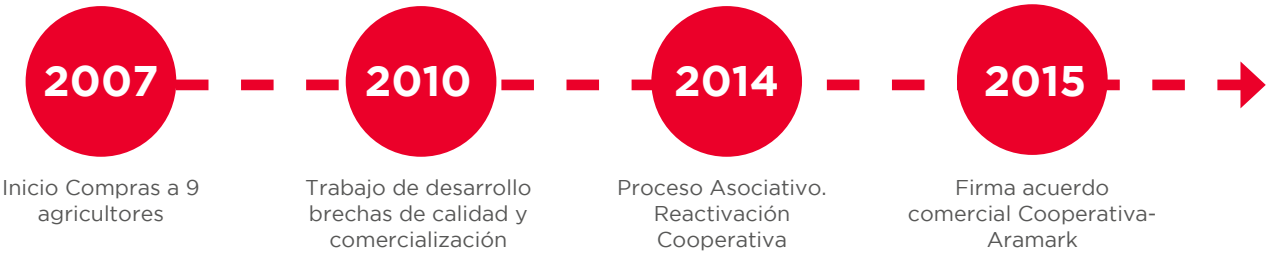
Este modelo busca establecer confianza, transparencia, colaboración y entregar las herramientas de autogestión para proveedores locales.

MODELO DE DESARROLLO DE PROVEEDORES Y COMPRAS LOCALES



ANTECEDENTES

Aramark, desde el año 2007 ejecuta en conjunto con la Compañía Minera Doña Inés Collahuasi (CMDIC), el programa de Compras locales y Desarrollo de Proveedores con los productores de Pica, proceso que se puede resumir de la siguiente manera:



En 2014 la Compañía Minera Doña Inés Collahuasi consumió el 89% de la producción de seis agricultores (81 toneladas de cítricos anuales).

El 26 de marzo de 2015 en la localidad de Pica se firmó el acuerdo comercial entre Cooperativa Agrícola de Pica (Agricop) y Aramark. Durante el Año Fiscal 2015 nuestra compañía realizó compras por más de 60 millones de pesos a esta cooperativa, la cual cuenta con 12 agricultores.

Cabe destacar que durante el Año Fiscal 2015 Aramark en Indap firmaron un acuerdo para fortalecer la agricultura en Aysén. A través de este convenio tres familias agricultoras de Coyhaique se convirtieron en los primeros proveedores locales de Aramark en la región, lo que permite diversificar la oferta de hortalizas para una zona caracterizada por las dificultades para el abastecimiento de productos, así como mejorar las oportunidades de crecimiento para los pequeños agricultores.

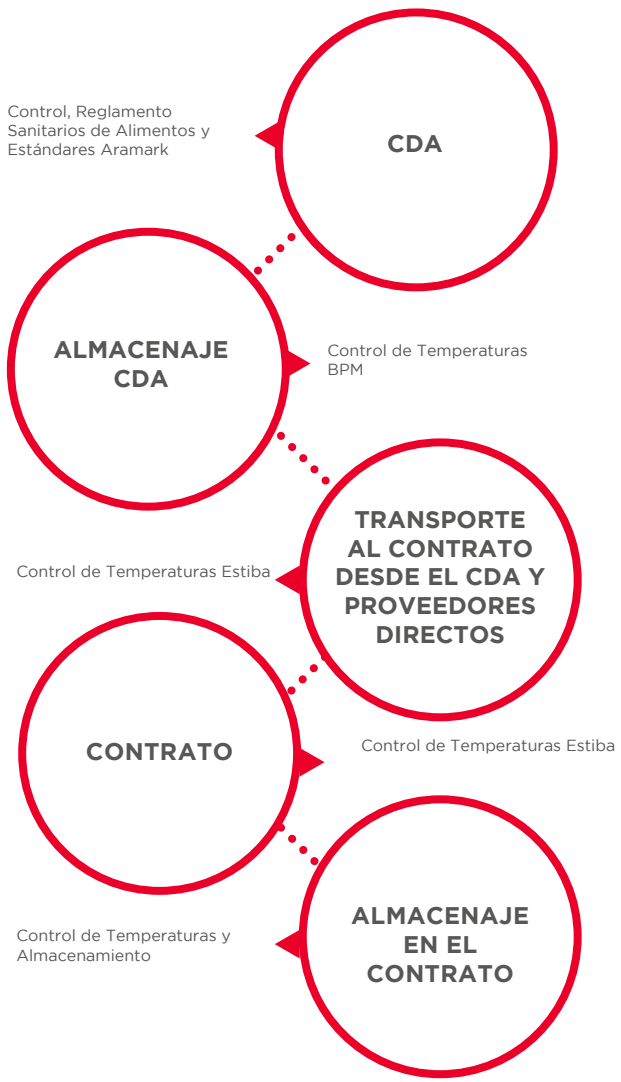
En Argentina contamos con el programa de desarrollo de proveedores y compras locales: “Uniando Redes” en dos localidades, Santa Cruz y San Juan, iniciativas que buscan promover el desarrollo de pequeños agricultores hortofrutícolas como proveedores de nuestras instalaciones y potenciar las materias primas locales.

El desarrollo de estos programas es fundamental para Aramark, pues a través de ellos queremos generar un efecto positivo entre la empresa y el entorno, integrando de manera armónica el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente. Esto nos permite generar un vínculo comunitario, contribuyendo con nuestro compromiso de proporcionar sustentabilidad en las localidades donde la compañía opera.

MODELO DE DISTRIBUCIÓN Y ALMACENAMIENTO

En Aramark Chile contamos con un Centro de Distribución Propio (CDA), el cual abastece a cada una de las instalaciones de los servicios de Facility o Food. En este centro cada producto es resguardado bajo estrictas medidas de seguridad. Esto permite asegurar la cadena de frío, la integridad y frescura de congelados y refrigerados, frutas, verduras y abarrotes.

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



SISTEMA DE GESTIÓN DE RECLAMOS A PROVEEDORES

Para asegurar la óptima calidad de los insumos en la operación, en Aramark disponemos de un sistema de gestión de reclamos, el cual nos permite identificar los productos que están por vencer o que no cumplen con los requisitos del reglamento sanitario.

Este sistema nos permite reforzar nuestro compromiso por entregar la mejor calidad y servicio a clientes y usuarios.

Los productos que se identifican son:

- Próximos a vencer
- Mal rotulados
- Con resultados microbiológicos fuera de estándar
- Alteraciones organolépticas evidentes (alteraciones en las características física, como textura, color, olor, entre otros)
- Envases dañados
- Devoluciones
- No conformidades reiteradas de productos envasados





11

DIMENSIÓN
MEDIOAMBIENTAL

PROVEEDORES AMIGABLES CON EL MEDIO AMBIENTE

En el Año Fiscal 2014 se creó el Índice de Proveedores Amigables con el Medioambiente, el cual nos permite evaluar a cada uno de nuestros proveedores en función de sus prácticas normadas, como el HACCP; prerequisites y acciones ambientales. Estas tres dimensiones son evaluadas por una empresa externa y nos permiten establecer clasificaciones de los proveedores según su criticidad.

De las tres dimensiones a evaluar, solo en el módulo medioambiental las respuestas son voluntarias y a través de la información que entrega cada proveedor generamos un índice, que nos permite elaborar un ranking y, al mismo tiempo, conocer las preocupaciones en torno a temáticas medioambientales de nuestros proveedores.

El índice contempla un levantamiento de registros en las auditorías de calidad a partir de los atributos ambientales de los proveedores. Estos se basan en criterios de la norma ISO 14001 y PNUMA (eficiencia y sustentabilidad), considerando aspectos con relevancia ambiental, como:

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

La primera medición se efectuó en el Año Fiscal 2014, la que nos permitió generar un ranking para identificar a nuestros proveedores en el índice que define las acciones medioambientales como gestiones esenciales del negocio.

Para el 2015 se actualiza el Índice y con esto, también el ranking de proveedores, donde se puede observar una continuidad de proveedores presentes en este ranking. Por otra parte destacamos a los proveedores que mejoraron su evaluación aumentando el índice sobre un 10%.

RANKING PROVEEDORES AMIGABLES CON EL MEDIO AMBIENTE 2015.

Proveedor	Índice final FY2015
AGROSUPER COMERCIALIZADORA DE ALIMENTOS LTDA.	95%
ARIZTIA COMERCIAL LTDA.	95%
COOP.AGRIC.Y LECHERA DE LA UNION LTDA	95%
EMBOTELLADORA ANDINA S.A.	95%
EMBOTELLADORA IQUIQUE S.A.	95%
EVERCRISP SNACK PRODUCTOS DE CHILE S.A.	95%
NESTLE CHILE S.A.	95%
EMBOTELLADORAS CHILENAS UNIDAS S.A.- ECUSA	95%
UNILEVER CHILE S.A.	94%
PESQUERA TRANS ANTARTIC LTDA	92%

PROVEEDORES CON VARIACIÓN POSITIVA ENTRE UN AÑO Y OTRO

Proveedor	Índice final 2014	Índice final 2015	Diferencia entre 2014 y 2015
AGROSUPER COMERCIALIZADORA DE ALIMENTOS LTDA.	85%	95%	10%
PROCESADORA DE CARNES DEL SUR LTDA - FRIVAL	64%	75%	11%
COMERCIALIZADORA Y ELABOARDORA ZE FARMS SPA (TIKA)	58%	69%	12%
EMPRESAS TUCAPEL S A	74%	86%	13%
GENOVA SERVICIOS GASTRONOMICOS S.A.	51%	68%	17%
MEAT Y FOOD S.A.	49%	69%	21%
SOCIEDAD DE INVERSIONES W.B.S.A.	41%	63%	22%
PESQUERA TRANS ANTARTIC LTDA	61%	92%	31%

MANEJO DE RESIDUOS

EFICIENCIA OPERACIONAL: WASTE REDUCTION

En Aramark Sudamérica, a través del programa Waste Reduction, buscamos un efectivo control y optimización de los alimentos con el objetivo de provocar el menor impacto ambiental posible. Es por ello que ejecutamos, por medio del área de eficiencia operacional (OpX), líneas de acción en torno a mejoras en gestión de mano de obra y materia prima.

En el marco del programa Waste Reduction, el cual es parte fundamental de nuestro modelo de gestión de excelencia, podemos incorporar mejoras de gestión con nuestros trabajadores, aumentar la productividad y eficiencia, así como conocer nuestros impactos ambientales, lo cual se traduce en la posibilidad de ofrecerles a nuestros clientes mayor valor.

Lo anterior nos propone como desafíos:

- Mejorar y profesionalizar nuestro proceso productivo.
 - Cohesionar los equipos de trabajo a través de metas comunes.
 - Mejorar el control y planificación de los alimentos.
 - Dar un servicio estandarizado de la mejor calidad basado en el marco de excelencia.
 - Orientarse a los resultados y 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, alineando la planificación de menú con todos los procesos realizados con posterioridad a la compra. Todo a través de un ajuste continuo, que permite adaptar la planificación a los cambios, demanda, precios y disponibilidad de productos, entre otros factores.

A través del proceso 5P pretendemos lograr:

- 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 sistemáticamente los desechos eliminados en nuestra compañía y, en conjunto con las 5P, conocer cuáles son las falencias y fortalezas del proceso, con el fin de aplicar medidas de mitigación para evitar la generación de residuos de alimentos.

Al finalizar el Año Fiscal 2014, el área de RSE, en su búsqueda por aportar mejoras de eficiencia operacional y de cuidado medioambiental, diseñó una metodología de “Caracterización de desechos y eco-equivalencia”, la que analiza los residuos generados en la operación para clasificarlos, analizarlos y proponer un modelo de manejo para su disposición final. Por otra parte, basándonos en lo que nos dice la metodología de Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol) para el inventario y cálculo de emisiones de gases de efecto invernadero, realizamos una estimación de las emisiones generadas en seis casinos pilotos de Aramark, considerando como alcance de medición el proceso productivo de nuestro negocio el cual se encuentra desde la entrada de insumos a la cocina y la salida de la preparación lista para ser entregada a los comensales. Este cálculo nos permite una primera aproximación de 51 kg de CO₂e emitido por cada kilogramo de comida preparada.

Con esta nueva metodología se quiere lograr complementar la información de Waste Reduction para identificar qué tipo de desecho estamos generando y determinar cuál es su costo, tanto financiero como ambiental.

“CAMPAÑA EL CAMBIO ES NUESTRO”

Esta campaña tiene como objetivo reciclar, de manera paulatina, dos tipos de residuos: papel y aceite.

PAPEL

En agosto de 2014 iniciamos en Aramark Chile, junto con la Fundación San José, la “Campaña de reciclaje de papel” en 167 operaciones de la Región Metropolitana. Con ello, dimos inicio a diversas actividades relacionadas a la gestión de recursos con el fin de aprovechar los residuos generados y proporcionar un valor a la comunidad a la que pertenecemos.

Cabe destacar que 58,85 kilos de papel y cartón representan un árbol, el cual produce el oxígeno que requieren cuatro personas para respirar. Para el Año Fiscal 2015 en Aramark logramos reciclar 9.216 kilos de papel, lo que equivale a 157 árboles.

Reciclaje	Año Fiscal 2014	Año Fiscal 2015
Kg papel	1.156	9.216

ACEITE

En marzo del 2015 nos sumamos a la campaña de reciclaje de aceite “El cambio es nuestro” en alianza con BIOILS, empresa que ofrece un servicio de retiro y disposición final de aceites vegetales usados en frituras.

A través de esta campaña hemos evitado arrojar el aceite utilizado al desagüe, manifestado nuestro claro compromiso con la sustentabilidad y el cuidado del medioambiente, ya que un litro de aceite usado contamina 1.000 litros de agua, y como no se desintegra naturalmente puede permanecer por años en ríos y mares.

En el Año Fiscal 2015 logramos reciclar de los casinos a lo largo de todo Chile, principalmente de la Región Metropolitana, un total de 9.671 litros de aceite lo que equivale a no contaminar 9.671.000 litros de agua.

GESTIÓN DE RECURSOS CONSUMO ENERGÉTICO

Ahorrar energía no es únicamente reducir nuestro nivel de consumo, también implica reflexionar en torno al uso racional y eficiente de los recursos, de manera de garantizar su disposición y realizar nuestras gestiones de manera sustentable. Es por ello que en Aramark nos hemos preocupado de medir nuestro gasto energético, con el fin de conocer cuál es el impacto ambiental de dicho consumo.

CONSUMO ELÉCTRICO

Para promover en nuestros trabajadores el uso adecuado de la electricidad, hemos instalado señaléticas que apuntan a:

- Mantener los equipos eléctricos en condiciones óptimas.
- Mantener la limpieza de los aparatos eléctricos.
- Apagar las luces que estén en desuso.
- Evitar la sobrecarga eléctrica.

El consumo eléctrico en Aramark Chile considera todas aquellas instalaciones o casinos que son administrados directamente por nosotros.

En Año Fiscal 2015, en Aramark Latinoamérica el consumo de electricidad implica un gasto de:

País	Electricidad (miles de kwh)
Chile	7442,8
Argentina	999,2
Total	8442,0

CONSUMO DE COMBUSTIBLE

En Aramark estamos constantemente preocupados por la utilización de combustible en nuestras operaciones, especialmente considerando que la mayoría es fósil y no renovable, por lo que su disposición en el planeta cada vez se agota más. Esto ha generado desafíos a nivel global, que apuntan a la búsqueda de nuevas fuentes de energías renovables, sostenibles y amigables con el medio ambiente.

En nuestras instalaciones son múltiples los dispositivos que utilizan gas, es por ello que buscamos orientar a nuestros trabajadores con el fin de reducir el gasto de combustible, poniendo énfasis 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.

A continuación se expone el total de consumo de combustible a nivel sudamericano, correspondiente al Año Fiscal 2015.

País	Gas (miles m ³)
Chile	998,9
Argentina	144,9
Total	1143,8

CONSUMO DE AGUA

En Aramark somos conscientes de que el agua es un tesoro de valor incalculable y que su uso eficiente es básico para el desarrollo sostenible. A partir de estas premisas hemos calculado a nivel sudamericano el consumo directo de agua, con el fin de generar futuras estrategias que nos permitan reducir nuestro consumo.

País	Agua (miles m ³)
Chile	410,1
Argentina	7,1
Total	417,1

EMISIONES DE CO₂E

Impulsamos medidas para reducir la cantidad de CO₂e que emitimos en operaciones. Para este periodo, al igual que el pasado año fiscal, medimos nuestras emisiones sobre la base del transporte, principal fuente de generación de gases de efecto invernadero. Para ello, consideramos los vuelos aéreos y todos los viajes que realiza el personal, los que fueron transformados a toneladas de gases CO₂e que son arrojados al ambiente.

Este diagnóstico, nos permite conocer cuáles actividades generan mayor impacto ambiental y, a la vez, nos aporta información para elaborar estrategias para mitigar dicha generación y disminuir el impacto. Mensualmente se determinaron los promedios de vuelos y viajes en taxi realizados en el año fiscal 2015:

- 677.976 kms en viajes de taxi equivalentes a 131 toneladas de CO₂e.
- 22.286.027 kms en viajes aéreos, equivalentes a 3.455 toneladas de CO₂e.

En 2015 empezamos a implementar la metodología de “Caracterización de desechos y eco-equivalencias”, la que permite determinar los desechos y también estimar la cantidad de gases de efecto invernadero (GEI) generados en el proceso productivo de nuestros casinos.



12

TABLAS
DE VÍNCULOS

TABLA VÍNCULOS

ORIENTACIONES DE GRI 3.1 Y

NORMA ISO 26000

R : Reportado
PR : Parcialmente Reportado
NR : No Reportado

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO		NIVEL DE REPORTABILIDAD	PÁGINA
Principio de inclusividad de las partes interesadas		R	6
Protocolo de cobertura		R	2, 3, 8, 9
Perfil organizacional		R	15 -17
Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés.		R	6 , 14 - 17
Verificación		R	4 - 7
CATEGORÍA SOCIAL (INCLUYE DERECHOS HUMANOS, TRABAJO, RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO Y SOCIEDAD).			
INVERSIÓN Y PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN			
HR1	Porcentaje y número total de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas que incorporen preocupaciones en materia de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	PR	10 - 17
HR2	Porcentaje de los proveedores, contratistas y otros socios comerciales significativos que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	NR	-
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.	R	30 - 31, 36
NO DISCRIMINACIÓN			
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	R	35 - 36
LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA			
HR5	Operaciones y proveedores significativos identificados en los que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda ser violado o pueda correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	R	35 - 36

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO		NIVEL DE REPORTABILIDAD	PÁGINA
TRABAJO INFANTIL			
HR6	Operaciones y proveedores significativos identificados que conllevan un riesgo significativo de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición efectiva de la explotación infantil.	NR	-
TRABAJO FORZADO Y NO CONSENTIDO			
HR7	Operaciones y proveedores significativos identificados como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado u obligatorio, y las medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio.	NR	-
PRÁCTICAS DE SEGURIDAD			
HR8	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	R	26 - 31
DERECHOS INDÍGENAS			
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	R	35 - 36
EVALUACIÓN			
HR10	Porcentaje y número total de operaciones que han sido objeto de revisiones o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.	R	35 - 36
MEDIDAS CORRECTIVAS			
HR11	Número de quejas relacionadas con los derechos humanos que han sido presentadas, tratadas y resueltas mediante mecanismos conciliatorios formales.	R	35 - 36
COMUNIDADES LOCALES			
SO1	Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	R	44 - 47
SO9	Operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.	NR	-
SO10	Medidas de prevención y mitigación implantadas en operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.	NR	-
CORRUPCIÓN			
SO2	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	NR	-
SO3	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	PR	36
SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	R	35 - 36
POLÍTICAS PÚBLICAS			
SO5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	NR	-
SO6	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	NR	-
COMPORTAMINETO DE COMPETENCIA DESLEAL			
SO7	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	NR	-

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES – INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO		NIVEL DE REPORTABILIDAD	PÁGINA
CUMPLIMIENTO NORMATIVO			
SO8	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	PR	35 - 36
EMPLEO			
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato, por región y por sexo.	R	22 - 24
LA2	Número total de empleados y tasa de nuevas contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	R	22 - 25
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.	R	37 - 38
LA15	Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.	NR	-
RELACIONES EMPRESA / TRABAJO			
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	R	35
LA5	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	PR	42 - 43
SALUD Y SEGURIDAD LABORAL			
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.	PR	39 - 41
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo, por región y por sexo.	R	40 - 41
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.	R	37 - 39
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	R	39-41
FORMACIÓN Y EVALUACIÓN			
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por sexo y por categoría de empleado.	R	30 - 31
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.	R	30 – 33
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional desglosado por sexo.	R	27 - 29, 33
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES			
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por categoría de empleado, sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	R	17, 24, 31 - 33
LA14	Relación entre el salario base y la remuneración de mujeres y hombres, desglosado por categoría de empleado, por ubicaciones significativas de actividad.	NR	-

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO		NIVEL DE REPORTABILIDAD	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.	PR	56 - 61
PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	PR	61 - 62
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 sujetos a tales requerimientos informativos.	PR	56 - 61
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.	NR	-
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	R	50 - 52
COMUNICACIONES DE MARKETING			
PR6	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	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, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	NR	-
PRIVACIDAD DEL CONSUMIDOR			
PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	NR	-
CUMPLIMIENTO NORMATIVO			
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.	NR	-
CATEGORÍA ECONÓMICA			
DESEMPEÑO ECONÓMICO			
EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	PR	21
EC2	Consecuencias Financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	R	18 - 20

INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS ORIENTACIONES - INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN (DMA) O INDICADORES DE DESEMPEÑO		NIVEL DE REPORTABILIDAD	PÁGINA
PRESENCIA EN EL MERCADO			
EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	NR	-
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	R	58 - 61
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	R	58 - 61
IMPACTO ECONÓMICO INDIRECTO			
EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	NR	-
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	NR	-
CATEGORÍA MEDIOAMBIENTAL			
MATERIALES			
EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	R	58
EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	NR	-
ENERGÍA			
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	R	68 - 69
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por la biodiversidad.	PR	68 - 69
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la 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	66 - 69
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	R	64 - 68
AGUA			
EN8	Captación total de agua por fuentes.	R	68 - 69
EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	R	68 - 69
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		NIVEL DE REPORTABILIDAD	PÁGINA
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.	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.	NR	-
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	NR	-
EN15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie	NR	-
EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS			
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	R	69
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	R	69
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	NR	-
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	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.	R	66 - 69
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	-
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.	NR	-
PRODUCTOS Y SERVICIOS			
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	PR	66 - 68
EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	NR	-
CUMPLIMIENTO NORMATIVO			
EN28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	NR	-
TRANSPORTE			
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	NR	-
GENERAL			
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	NR	-