





ÍNDICE

| | |
|--|----|
| CARTA DEL PRESIDENTE | 4 |
| ALCANCES DEL REPORTE | 8 |
| NUESTRA ORGANIZACIÓN | 14 |
| PRINCIPIOS DE RSE | 18 |
| PROPUESTA DE VALOR | 22 |
| ÉTICA CORPORATIVA | 26 |
| GOBIERNO CORPORATIVO | 30 |
| DIMENSIÓN ECONÓMICA | 34 |
| NUESTROS TRABAJADORES | 38 |
| COMPROMETIDOS CON LA COMUNIDAD | 70 |
| NUESTROS CLIENTES Y CONSUMIDORES | 78 |
| NUESTROS PROVEEDORES | 86 |
| MEDIOAMBIENTE | 94 |



CARTA DEL PRESIDENTE

CARTA DEL PRESIDENTE

Nos mueve que las personas puedan enriquecer sus vidas, alcanzar sus sueños y progresar. Que el agricultor local pueda crecer y generar ventas con nuestros acuerdos. Que los 17 mil colaboradores de nuestras empresas tengan desarrollo profesional y hagan carrera en ellas. Que las personas con discapacidad estén integradas y sean trabajadores activos dentro de nuestros equipos. Esto y mucho más es parte de lo que inspira nuestra misión de mejorar la calidad de vida de las personas y avanzar unidos en el desarrollo sostenible.

Todos estamos llamados a ser empresas más responsables a través de proyectos amigables con el medioambiente y que potencien la materia prima de las localidades aisladas para aportar a su crecimiento y desarrollo. Esto nos incentiva a seguir buscando más iniciativas donde seamos “co-creadores” de proyectos mancomunados, en los que los trabajadores, los clientes, las empresas y las comunidades se unan para un objetivo común en beneficio de la mayoría.

Uno de los privilegios que tengo es poder comprobar en terreno el impacto positivo que podemos generar como empresa sostenible. Uno de mis mejores recuerdos de 2016 fue el Día del

Voluntariado que celebramos a nivel mundial en Aramark. Cuando fuimos a 13 centros de la Fundación Coanil a lo largo de Chile, los niños nos recibieron y acogieron cálidamente, llenos de sonrisas, abrazos y alegría. Sus palabras e historias nos entregaron importantes lecciones de vida a los más de 300 voluntarios, ya que nos mostraron su capacidad de superación y perseverancia. Estas acciones nos llenaron de orgullo y satisfacción, al darnos cuenta de la diferencia que podíamos generar en ellos con 1.500 beneficiados.

Seguridad laboral, crecimiento profesional, responsabilidad financiera, reducción de residuos y reciclaje, alimentación saludable, calidad de vida y bienestar son algunos de los ámbitos en que estamos trabajando y mejorando continuamente, para que nuestra gestión sea un real aporte a las comunidades de Chile y Argentina, donde estamos presente a nivel sudamericano.

Con estas palabras, quiero invitar a clientes, proveedores, colaboradores y comunidades a trabajar juntos para minimizar el impacto en nuestro entorno y la huella de carbono; profundizar

el foco y preocupación hacia nuestras personas y comprometer el crecimiento sustentable de la compañía, lo que irá en beneficio de todos y de las futuras generaciones.

A nuestros trabajadores, agradecemos su compromiso, trayectoria y dedicación.

A nuestros clientes, agradecemos la confianza, preferencia y la posibilidad de ser socios estratégicos de sus proyectos.

A las comunidades, muchas gracias por darnos la oportunidad de ser parte de ellas y crear valor conjuntamente para la mejora y el desarrollo de los lugares donde nos insertamos.

Esta es nuestra historia y reflejo de RSE.

Enrique Camargo
Presidente Aramark Sudamérica



ALCANCES DEL REPORTE

ALCANCES DEL REPORTE

LÍMITES Y ALCANCES

En este, nuestro 6° reporte de sostenibilidad siguiendo la metodología GRI, presentamos la gestión de las empresas de Aramark Chile y Aramark Argentina durante el año fiscal 2016 (octubre 2015 – septiembre 2016). La metodología elegida está alineada a la “Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad G4”, opción Conformidad “Esencial”; y también a los principios y recomendaciones de la norma ISO 26000.

La información aquí expuesta responde a nuestros pilares de sostenibilidad:

- Gobierno corporativo y su gestión en la organización.
- Prácticas laborales.
- Medioambiente.
- Comercio responsable.
- Relación con nuestros trabajadores, clientes, proveedores y comunidades.

PROCESO DE MATERIALIDAD Y METODOLOGÍA

Cabe destacar que el proceso de elaboración es resultado del trabajo del equipo de Responsabilidad Social Empresarial en conjunto con todas las áreas de nuestra compañía.

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



LA IMPORTANCIA DE NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

Entre nuestros grupos de interés más importantes se encuentran los trabajadores, clientes y proveedores. Por ello, consideramos que su percepción sobre la gestión en sostenibilidad de Aramark es clave.

Previo a la elaboración de este reporte, consultamos a nuestros stakeholders las materias de relevancia según cada uno de sus intereses específicos, lo cual podemos observar en el siguiente diagrama:



TEMAS DE MATERIALIDAD 2016

Las temáticas que se tratan en este reporte, fueron seleccionadas según los criterios obtenidos de las diferentes metodologías de investigación, aplicadas a nuestros distintos grupos de interés.

A continuación, presentamos una tabla con los temas materiales y su cobertura. Esta se refiere a dónde se produce su impacto, siendo dentro de Aramark, involucrando a todas las entidades que conforman nuestra organización, o fuera de ella. Cabe destacar que hay impactos cuya importancia hace que el tema sea relevante tanto dentro como fuera de Aramark.

| CATEGORÍA | TEMA MATERIAL | COBERTURA |
|-------------------------------|--|---------------------------|
| PERFIL Y GOBIERNO CORPORATIVO | Gestión del Gobierno Corporativo y/o funcionamiento del Directorio | Dentro de Aramark |
| | Transparencia corporativa | |
| | Cultura y Valores Corporativos | |
| DESEMPEÑO ECONÓMICO | Tamaño de la organización | Dentro de Aramark |
| | Dotación y perfil de trabajadores | |
| | Evaluación de desempeño | |
| PRÁCTICAS LABORALES | Relaciones laborales | Dentro de Aramark |
| | Beneficios a los trabajadores | |
| | Capacitación y desarrollo | |
| | Inclusión y gestión de la diversidad | |
| | Fuerza laboral | |
| | Salud y seguridad laboral | |
| | Programas con la comunidad | |
| COMUNIDAD | Apoyo a fundaciones | Dentro y fuera de Aramark |
| | Voluntariado Corporativo | |
| CLIENTES y SERVICIOS | Medición y satisfacción del cliente | Dentro y fuera de Aramark |
| | Seguridad y salud del Cliente/Consumidor | |
| GESTIÓN DE PROVEEDORES | Evaluación de nuestros proveedores | Dentro de Aramark |
| | Desarrollo de proveedores | |
| | Sistema de gestión de reclamos a proveedores | |
| GESTIÓN AMBIENTAL | Política de conducta y compra | Dentro y fuera de Aramark |
| | Cumplimiento normativo en materia ambiental | |
| | Gestión de residuos | |
| | Consumo eficiente materias primas | |
| | Eficiencia hídrica (uso eficiente del agua) | |
| | Emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) y Huella de Carbono | |
| | Eficiencia energética | Dentro de Aramark |



**NUESTRA
ORGANIZACIÓN**

NUESTRA ORGANIZACIÓN

SOBRE NOSOTROS

En Aramark creamos experiencias que enriquecen y nutren la vida, a través de nuestras empresas de servicios de alimentación, gestión de instalaciones, cafetería, banquetería y eventos. Estas experiencias son entregadas por personas para personas, por lo cual complementamos nuestros servicios de excelencia con tecnologías que son amigables con el medioambiente, a corto y largo plazo; además de apoyar a las comunidades en las cuales operamos, potenciando las compras locales y desarrollando a los pequeños proveedores.

Soñamos y lo hacemos realidad. Entregamos experiencias que importan e investigamos constantemente nuevas maneras de hacerlo cada vez mejor, pues creemos que las buenas ideas generan un impacto en la gente y en el mundo.

Globalmente, Aramark está presente en 21 países, en donde contamos con el talento de más de 270 mil empleados.

Nuestras operaciones en Sudamérica se encuentran a lo largo de Chile y Argentina, donde proporcionamos servicios para diferentes sectores económicos: minería y sitios remotos, empresas, industrias, salud y educación.



NUESTRAS MARCAS

Para mejorar la experiencia de nuestros clientes, ofrecemos una gama de servicios especializados que se adaptan a cada una de las industrias en donde operamos. Todos los días nos esforzamos por entender y desarrollar nuevas ideas para satisfacer a nuestros usuarios.





PRINCIPIOS DE RSE

PRINCIPIOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL



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



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



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



Ofrecemos una amplia gama de productos y opciones de servicio.



Operamos con prácticas sustentables respetando nuestro medio ambiente.



Investigamos y desarrollamos nuevas soluciones sustentables, innovadoras y rentables.





**PROPUESTA
DE VALOR**

PROPUESTA DE VALOR DE NUESTRA COMPAÑÍA

Nuestra misión es destacarnos por entregar experiencias que enriquezcan y nutran la vida en cada lugar donde las personas se desarrollen. Para ello disponemos de servicios innovadores e integrales de alimentación y gestión de instalaciones con altos estándares de calidad y seguridad.

Poseemos un fuerte compromiso con el servicio de excelencia, la responsabilidad social empresarial y los temas éticos.

NUESTROS VALORES

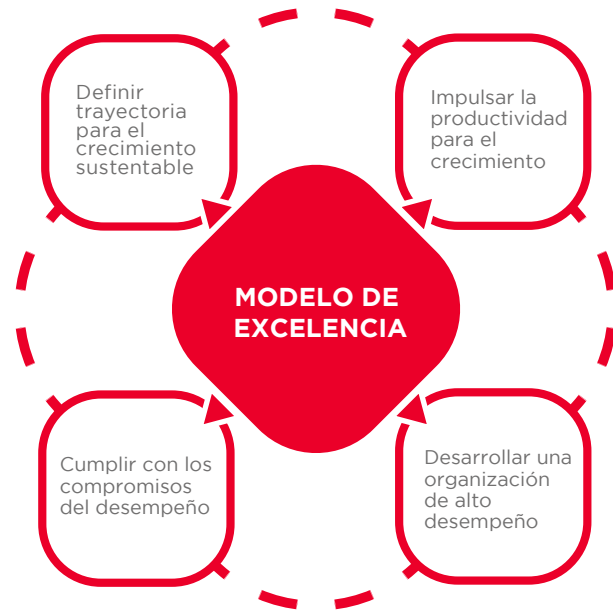
- Vender y servir con pasión
- Primera línea primero
- Fijar metas, actuar, ganar
- Integridad y respeto siempre

NUESTRO FOCO

- Construir nuestra dedicación al Consumidor
- Construir el éxito para nuestros Clientes
- Construir el compromiso de nuestros Empleados
- Construir valor para nuestros Accionistas
- Construir Comunidades locales

IMPERATIVOS ESTRATÉGICOS

Nuestros imperativos estratégicos son los compromisos que adquirimos con nuestros grupos de interés y marcan las prioridades para fijar los objetivos y estrategias de nuestra organización. Estos cuatro pilares conforman nuestro Modelo de Excelencia.



CAMINO A LA EXCELENCIA

Para nosotros la excelencia va mucho más allá de brindar un buen servicio al cliente.





**ÉTICA
CORPORATIVA**

ÉTICA

CORPORATIVA Y CÓDIGO DE CONDUCTA

POLÍTICA DE CONDUCTA DE NEGOCIOS

Aramark ha asumido el compromiso de realizar sus actividades de negocio aplicando los máximos estándares éticos, siempre con integridad y respeto. Nuestra sólida reputación es nuestro activo más fundamental y debe ser preservada por quienes componen la compañía.

Tenemos una Política de Conducta de Negocios (PCN) que describe los estándares éticos y de buenas prácticas de negocios que todo empleado de las empresas Aramark debe seguir, al mismo tiempo que nos provee de pautas y recursos para operar éticamente, cumpliendo con las leyes de cada uno de los países donde estamos insertos.

NUESTRAS RESPONSABILIDADES

La PCN es aplicable a todos nuestros trabajadores, incluyendo nuestra Junta Directiva. Todos somos responsables de revisar, entender y tomar decisiones éticas consistentes con la PCN.

CUMPLIMIENTO DE LAS LEYES

Es política de Aramark cumplir con las leyes de cada país en que hace negocios.

¡TOMAR ACCIÓN!

Plantear inquietudes y denunciar presuntas violaciones de la PCN.

LAS REPRESALIAS ESTÁN PROHIBIDAS

Aramark no tolera actos de represalia en contra de un empleado que de buena fe reporta una presunta violación de la PCN o de cualquier ley.

Existen canales directos y confidenciales de comunicación que permiten a cualquier persona hacer oír cualquier inquietud en materia ética o de buenas prácticas de negocios.

En Aramark asumimos la responsabilidad de actuar bajo lineamientos éticos y de sostenibilidad. En cada momento y lugar velamos por el cumplimiento responsable de nuestras acciones.

LOS PRINCIPALES ASPECTOS QUE CUBRE NUESTRA POLÍTICA DE CONDUCTA Y NEGOCIOS

PRÁCTICAS Y ESTÁNDARES DE NEGOCIOS.

| | |
|--|---|
| Conflictos de Intereses | Libros Contables e Informes Exactos |
| Oportunidades Corporativas | Antimonopolio y Colusión |
| Anti soborno y Corrupción | Prácticas Comerciales Justas |
| Obsequios y Actividades de Entretenimiento | Transacciones en Bolsa por Personas con Información Privilegiada y Transacciones de Valores |

COMPROMISO CON EL AMBIENTE DE TRABAJO.

| | |
|------------------------------------|---|
| Empleo e Igualdad de Oportunidades | Relaciones en el Trabajo |
| Violencia en el Trabajo | Sustancias Ilegales y Abuso del Alcohol |
| Acoso | Medio Ambiente, Salud y Seguridad |

PROTECCIÓN DE LOS ACTIVOS DE LA COMPAÑÍA Y DE LA INFORMACIÓN DE PROPIEDAD EXCLUSIVA.

| | |
|---|--|
| Activos de la Compañía | Violación de los Derechos de Autor y Piratería Informática |
| Computadoras, Correo Electrónico e Internet | Privacidad y Confidencialidad |
| Redes Sociales | Administración de Registros |

INTERACCIÓN CON EL GOBIERNO Y CON EL PÚBLICO.

| | |
|---|--|
| Respuestas a Solicitudes Gubernamentales, de los Medios de Comunicación y de los Inversionistas | Utilización de Miembros de Grupos de Presión |
| Contribuciones Políticas | Divulgaciones Públicas |

Anualmente, cada trabajador de rango profesional y/o con cargo de liderazgo dentro de la organización debe cumplir obligatoriamente con entrenamientos online -e-learning- tanto sobre nuestra Política interna de Conducta de Negocios (PCN), como sobre la Ley de Prácticas Corruptas en el Extranjero (la FCPA) y otras leyes anticorrupción. Esto con el objetivo de que al finalizar cada entrenamiento, todo empleado conozca y entienda la PCN, la utilice como

una guía para las conductas y pueda reconocer y denunciar cuando se producen situaciones que no son éticas.

Cada vez que se produce una situación o caso donde se amerite la intervención y apelación a la PCN, intervienen los departamentos de las áreas Legal y de Auditoría Interna, en su rol de soporte operacional.



**GOBIERNO
CORPORATIVO**

GOBIERNO CORPORATIVO

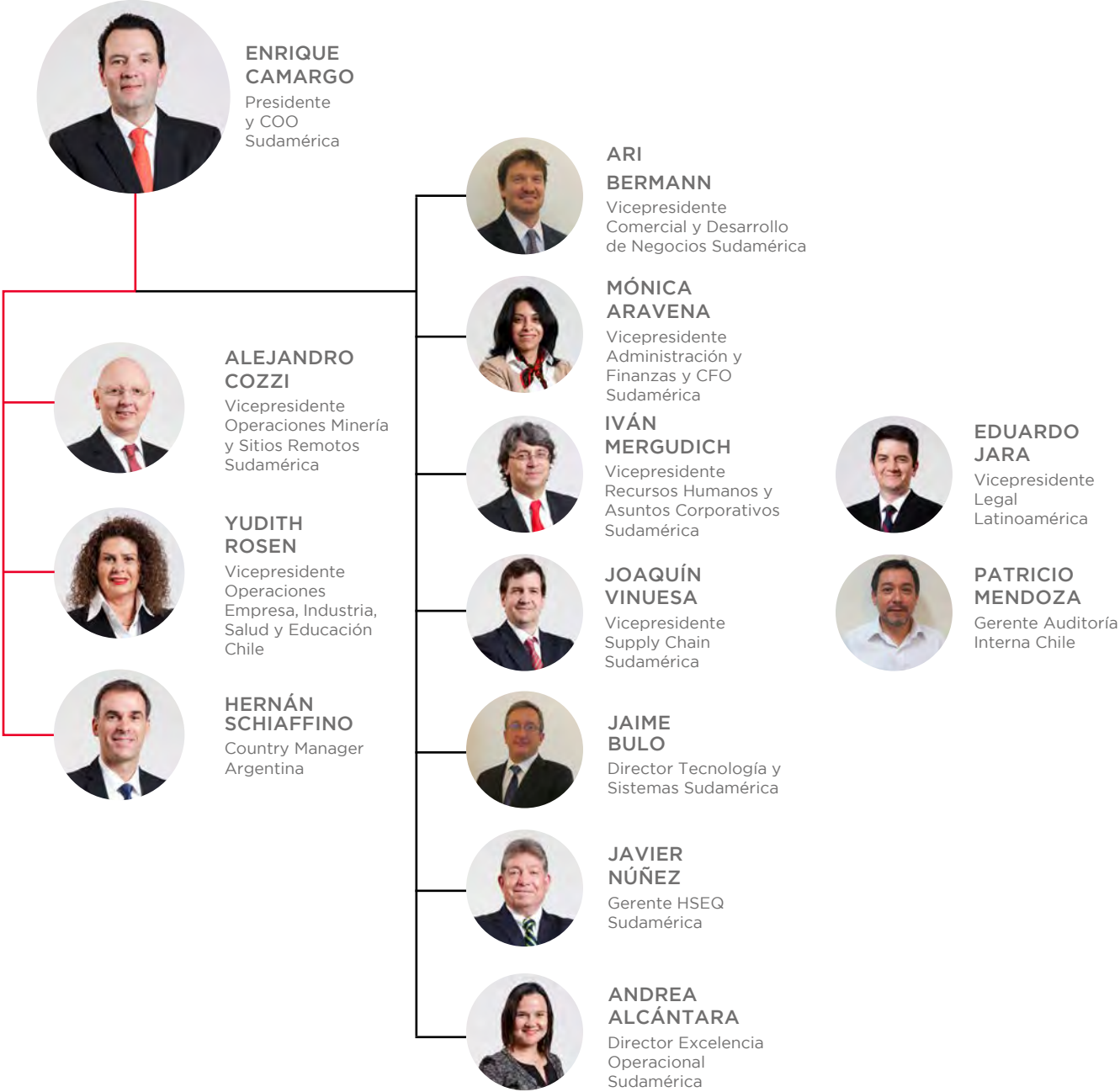
Nuestro gobierno corporativo está encabezado por un Consejo de Dirección Regional (Sudamérica) encargado de establecer políticas y objetivos a corto, mediano y largo plazo, así como de implementar la estrategia del negocio. Todo ello asegurando la rentabilidad y los intereses de los accionistas en base a un modelo de desarrollo sostenible.

Enrique Camargo es el actual Presidente de la compañía para Sudamérica. Es quien dirige el Consejo de Dirección y ocupa el cargo de Gerente General para la región. Él reporta directamente al Director Operativo de la División Internacional de Aramark Global, Brent Franks.

ESQUEMA DE LA ORGANIZACIÓN 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.

EL RMT se caracteriza por su composición diversa, tanto en género como en nacionalidad. Del total de representantes, un 30% está conformado por mujeres y un 50% por nacionalidades distintas a la chilena.





**DIMENSIÓN
ECONÓMICA**

DIMENSIÓN ECONÓMICA

Nuestro crecimiento nos obliga a responsabilizarnos del entorno en el que operamos, pues de eso depende que seamos sustentables y podamos fortalecer los lazos con cada uno de nuestros grupos de interés.

Durante el año fiscal 2016, en términos generales, la economía de América Latina se contrajo un 1%. Tanto Chile como Argentina, países de Sudamérica en donde operamos, tuvieron particularidades en materia económica.

ARGENTINA

La economía argentina durante 2016 se mostró en recesión. Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (Indec), el Producto Interno Bruto (PIB) al tercer trimestre del 2016 registró una baja de 2,4%. Por otra parte, la inflación anual alcanzó un 42%, superando en más de 10 puntos porcentuales la registrada en 2015.

Los indicadores laborales entregados por el Indec establecen que en el tercer trimestre de 2016 la tasa de desempleo llegó a 8,5%, bajando 0,8 puntos porcentuales con respecto al trimestre anterior, mientras que la tasa de empleo fue de 42,1%.

CHILE

Durante el 2016, Chile registró un crecimiento económico de 1,5%, cifra menor a la proyectada por el Fondo Monetario Internacional y la OCDE, instituciones que estimaban un crecimiento de 2,5% y 2,6%, respectivamente.

La desaceleración económica, que se experimenta desde fines de 2013, se debe a una baja inversión -tanto minera como no minera-, la caída del precio del cobre y la disminución en el consumo privado entre otras causas.

En términos laborales, al finalizar el Año Fiscal 2016 la tasa de desempleo alcanzó un 6,2%, mientras que la tasa de ocupación llegó al 55,9%, según datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

DISTRIBUYENDO NUESTRO VALOR

En 2016, una vez más, nuestra organización global fue reconocida como una de las más admiradas según el ranking “World’s Most Admired Companies” de la revista Fortune. También nos coronamos como la empresa número uno en la categoría de tercerización de servicios de la misma encuesta.



A nivel sudamericano estamos presentes en Chile y Argentina.



Somos reconocidos como una de las empresas más grandes en el rubro de alimentación y mantención de instalaciones.



En Chile, atendemos diariamente a más de 100.000 usuarios en nuestro servicio de alimentación.



Contamos con más de 18.700 trabajadores en Aramark Sudamérica.



Ofrecemos servicios a diferentes áreas de negocio, tales como minería, salud, empresas, industrias, sitios remotos y educación.



Prestamos servicios de mantención de instalaciones en más de 10.000 millones de metros cuadrados.



**NUESTROS
TRABAJADORES**

NUESTROS TRABAJADORES

Nuestras personas son fundamentales para nuestras empresas. Ellos son nuestra cara visible ante clientes y consumidores, y son ellos quienes se esfuerzan por entregar el mejor servicio a nuestros clientes.

Por ello, los apoyamos a través de capacitaciones que les dan la oportunidad de crecer y obtener herramientas para desarrollar sus carreras, utilizar mejores tecnologías e incorporarse a nuevos equipos de trabajo.

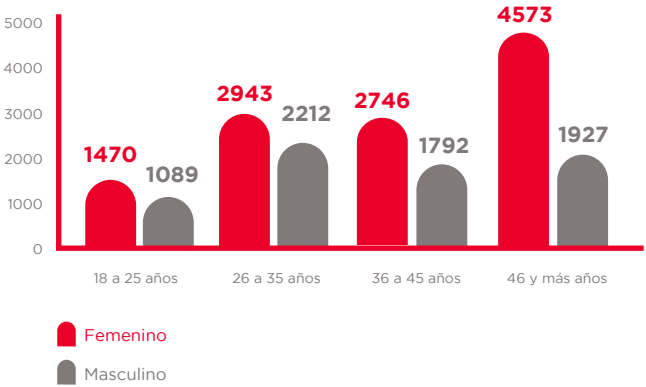


| CARGO | ARGENTINA | | CHILE | |
|---|-----------|--------|-------|--------|
| | MUJER | HOMBRE | MUJER | HOMBRE |
| Vicepresidente y Directores. | 0 | 1 | 4 | 9 |
| Gerente, Jefe de Operaciones, y/o Jefe de Departamento. | 72 | 74 | 51 | 111 |
| Administrador y/o Gerente de Contrato, Supervisor, Jefe de Programa, Jefe de Unidad y/o Área, Asesor de Calidad, Prevencionista, Profesionales (Sénior, Jefe de Proyecto, Etc.) y Staff Administrativo. | 66 | 78 | 701 | 425 |
| Primera Línea | 335 | 1253 | 10485 | 5086 |
| TOTAL | 473 | 1406 | 11241 | 5631 |

Para nosotros, el trabajo en equipo es fundamental para lograr nuestros objetivos. Todas las áreas aportan y se esfuerzan por establecer lineamientos acordes a la estrategia de nuestra empresa a nivel global. Asimismo, se generan redes de apoyo para nuestros operarios, quienes día a día entregan lo mejor de sí para otorgar un servicio de excelencia en todo momento, en todo lugar.

De los 18.751 trabajadores de las empresas Aramark en Sudamérica durante el FY 2016, el 10,01% pertenece a la operación de las empresas Aramark Argentina y el 89,99% pertenece a las empresas Aramark Chile.

RANGO ETARIO SUDAMÉRICA



MODELO INTEGRADO DE GESTIÓN DE PERSONAS

En Aramark entregamos experiencias a través de nuestros trabajadores, es por ello que el modelo de gestión se centra en desarrollar a nuestros empleados y gestionar su talento.

Contratamos a personas idóneas, con características específicas para cada cargo y con metas definidas a corto, mediano y largo plazo, con el propósito de cumplir con nuestra misión y entregar un servicio de excelencia.



DESARROLLO INTERNO

Creemos en nuestros trabajadores y por ello les damos la oportunidad de crecer, desarrollar habilidades y hacer carrera dentro de la empresa, tomando en cuenta su compromiso y motivación.

Entregamos oportunidades permanentes de capacitación, durante todo el ciclo de vida laboral de nuestros trabajadores y cualquiera sea su área de desempeño, tanto en nuestro equipo de staff como en operaciones.

Contamos con una amplia variedad de instancias de desarrollo y crecimiento laboral para nuestras personas, que van desde la oferta interna de cursos relativos a su quehacer técnico y específico para cada cargo, hasta la posibilidad de formarse de manera externa en instituciones de educación reconocidas en el país, gracias a acuerdos y alianzas estratégicas entre nuestra compañía y éstas.



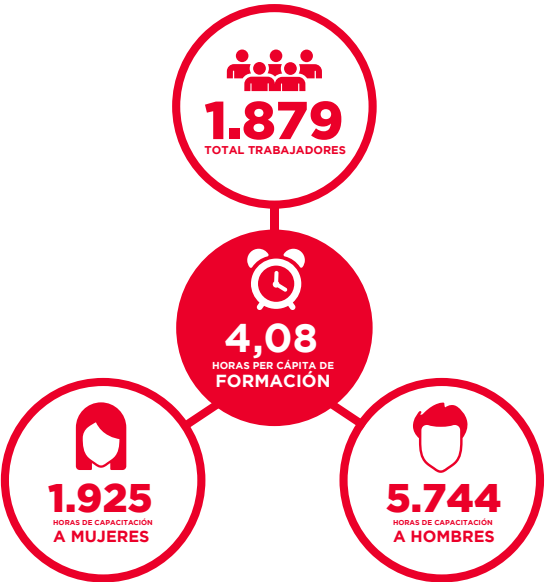
De este modo, en Chile contamos con el programa “Desarrolla Tu Carrera”, llevado a cabo en convenio con INACAP. El programa brinda a nuestros trabajadores de staff acceso a cursos y programas específicos para sus puestos de trabajo, mientras el área operacional recibe capacitaciones hechas a su medida, obteniendo los conocimientos técnicos necesarios para desempeñar sus labores. Al final del programa -que se lleva a cabo de manera anual- tanto los trabajadores del área de Alimentación como de Gestión de Instalaciones reciben una certificación que reconoce el conocimiento adquirido. Si el talento y compromiso lo amerita, también existen instancias de reconocimiento destacadas como becas para estudiar una carrera técnica en INACAP.

Este año, la participación subió un 20% en relación al año anterior. De los trabajadores inscritos, 199 se graduaron con éxito del programa, e incluso el 25% de ellos obtuvo un ascenso en su puesto de trabajo en los meses siguientes al programa, evidenciando así la importante relación entre desarrollo y capacitación.

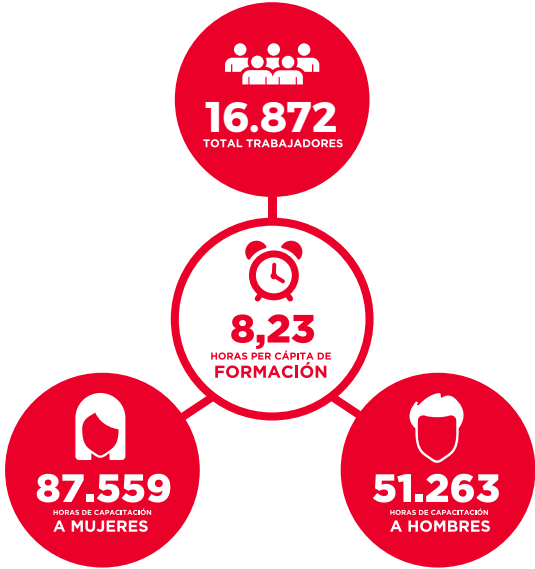
“Estoy muy contento por haber participado de esta iniciativa y por este logro, que me permitirá poder estudiar en una institución reconocida como lo es INACAP. Esto me dará herramientas y la formación técnica necesaria para crecer y mejorar dentro de mi trabajo”.

Eduardo Revillod, Maestro de Cocina
Participante de Desarrolla Tu Carrera y ganador beca INACAP Iquique.

HORAS DE CAPACITACIÓN ARAMARK ARGENTINA



HORAS DE CAPACITACIÓN ARAMARK CHILE



Durante el 2016 se presentaron los siguientes nuevos programas de capacitación:

- | PLAN STAFF | SABOR ARAMARK |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Cursos genéricos para staff.• Contenidos: Liderazgo, Retroalimentación, Gestión de Proyectos y Accountability. | <ul style="list-style-type: none">• Cursos destinados a Maestros y Jefes de Cocina.• Objetivo: Rescatar los sabores en las preparaciones. |

E-LEARNING TU ARAMARK

Tu Aramark es una herramienta online de capacitación, de libre navegación para todos los trabajadores de la compañía, que tiene como eje potenciar la carrera de nuestros colaboradores y puede ser navegada a través de un computador o smartphone, aumentando aún más su accesibilidad.

Este instrumento e-learning brinda la oportunidad de crecimiento profesional y personal a nuestros trabajadores de manera transversal, ya que el acceso es universal para todas las áreas y cargos dentro de la compañía.



RECONOCIMIENTO A NUESTROS EMPLEADOS



El Programa de Reconocimiento Encore! Encore! busca celebrar en el día a día a todas las trabajadoras y trabajadores que destaquen dentro de la empresa, tanto por su esfuerzo como por sus resultados.

Para nosotros, agradecer a quienes entregan todo de sí para crear experiencias que enriquecen y nutren la vida, es un pilar y un valor fundamental.

Encore! Encore! impulsa a todos los trabajadores a reconocer el trabajo destacado de sus compañeros, siendo así un programa transversal, que permite no sólo reconocer el desempeño de manera vertical, sino que también de forma horizontal, de compañero a compañero.

Una de las herramientas centrales de este programa es el sitio web de reconocimiento, el cual funciona de manera global para cualquier empleado, en cualquier país donde Aramark opera, y a través del cual se puede enviar y recibir tarjetas de reconocimiento online.

La plataforma ofrece dos tipos de reconocimientos:

- Notar el esfuerzo, que permite que cualquier usuario envíe a sus compañeros de trabajo una felicitación, reconocimiento por sus logros, saludo de cumpleaños, etc.

- Celebrar la trayectoria de los trabajadores y trabajadoras dentro de la compañía.

Encore! Encore! ofrece diferentes canales que dan flexibilidad al programa, al contar con soluciones de reconocimiento para todos los públicos de nuestra empresa.

Durante este año se han enviado más de 50 mil tarjetas online de reconocimiento entre Chile y Argentina. De esta manera, cada uno de nuestros empleados recibió al menos una tarjeta de felicitación a lo largo del año.

Como complemento de la plataforma online, en febrero de 2016 se implementó en Chile un Kit de reconocimiento impreso, que permite entregar tarjetas personalizadas a nuestros trabajadores en la operación.

Administradores, supervisores y gerentes de contrato pueden realizar reconocimientos espontáneos entre sus equipos, celebrando a sus empleados por sus logros cotidianos.

DÍA DEL RECONOCIMIENTO AL EMPLEADO

Se desarrolla de manera simultánea en **22 países**.

El DRE se celebra en todas las instalaciones y **16 contratos de Chile** compartieron sus celebraciones **junto a nuestros Líderes Ejecutivos**.

A nivel mundial, son más de **270.000 los trabajadores reconocidos** por su trabajo.

En Argentina, el DRE se celebró en más de 30 contratos, además de la oficina central de Buenos Aires.

El 12 de abril de 2016 se celebró por cuarto año consecutivo el Día del Reconocimiento al Empleado Aramark (DRE). Se trata de un día especialmente dedicado a nuestros trabajadores, en el que se les agradece por su trabajo y talento, reconociendo sus constantes aportes a la empresa, pues son ellos los que nos ayudan a triunfar con nuestros clientes y entregar un servicio de excelencia a nuestros consumidores.

Para hacer de este día más entretenido y dinámico, en Chile se realizaron concursos online, donde los trabajadores enviaron sus mejores selfies, fotos de celebraciones en equipo, videos y fotos de la mejor torta, contando con la participación de más de 110 contratos a nivel nacional.

CATEGORÍAS Y GANADORES DEL DRE 2016, ARAMARK CHILE.

MEJOR VIDEO



1º Lugar: Codelco Campamento Zona norte



2º Lugar: FUSAT - Rancagua



3º Lugar: Cámara Chilena de la Construcción

MEJOR CELEBRACIÓN



1º Lugar: Lomas Bayas



2º Lugar: Oficina Regional - Rancagua



3º Lugar: Residencia Senior Suites

MEJOR TORTA



1ºLugar: Codelco Chuquicamata



2ºLugar: Quebrada Blanca



3ºLugar: Nova Austral Porvenir

MEJOR SELFIE



1º Lugar: Codelco Campamento Zona norte



2ºLugar: Codelco Chuquicamata



3ºLugar: Collahuasi

TRAYECTORIA

Aramark celebra la trayectoria de sus trabajadores. Al ser una empresa con tantos años de presencia en el mercado, muchísimos empleados cumplen años de servicio cada día. Cada uno de ellos es saludado el día de su ingreso a través de la plataforma online, y celebramos particularmente cuando alguno de nuestros empleados cumple años en la empresa, en ciclos de 5 en 5 años de trayectoria.

Durante el DRE 2016, saludamos especialmente a cada uno de los trabajadores con trayectoria de 5, 10, 15, 20, 25, 30 y 35 años en la compañía. En dicha ocasión, fueron premiados más de **2.200 empleados**, incluyendo a dos de nuestros empleados más destacados que cumplieron **41 y 42 años** en la compañía.



CÍRCULO DE ESTRELLAS 2016

Este programa se dirige exclusivamente a los trabajadores de nuestra primera línea y premia a los mejores empleados de la empresa a nivel mundial, entre administradores, personal de servicio y producción. Cada gerente de contrato y jefe de operaciones selecciona a los trabajadores que a lo largo del año demuestran ser profesionales completos e íntegros, con espíritu de equipo, perseverantes y comprometidos, tanto hacia su trabajo como hacia la compañía.

El CMT regional, en coordinación con el equipo directivo en Estados Unidos, seleccionaron entre los nominados a nueve trabajadores de Sudamérica, quienes se hicieron merecedores de este premio: ocho personas provenientes de Chile y una trabajadora representando a Argentina.

94

personas fueron nominadas en Chile por su excelente desempeño, recibiendo un diploma de reconocimiento

Los ganadores fueron premiados con un viaje a la ciudad de Las Vegas, Estados Unidos, que reunió a 200 trabajadores de Aramark en todo el mundo con los líderes globales de la compañía. Todos ellos, junto a sus acompañantes, fueron invitados a la celebración en la que fueron recibidos por los más altos cargos de la compañía, incluyendo al Presidente y Director Ejecutivo global, Eric Foss, y al Director de la División Internacional, Brent Franks.



GANADORES DEL CÍRCULO DE ESTRELLAS 2016:



Mónica Acevedo



Mónica Aguirre



Marina Campenni



Juana Carvajal



Victor Marin



Victor Muñoz



Ana Quinan



Nieve Tapia



Eugenia Zepeda

Durante tres días compartieron un variado programa de actividades, pensadas exclusivamente para agradecer a nuestros ganadores todo su esfuerzo y compromiso a lo largo de los años que llevan trabajando con nosotros.

“Esto que me pasó a mí le puede pasar a cualquiera, es sólo ponerle un poco más de cariño al trabajo, querer el trabajo. De eso se trata, de ponerle eso que no dice en el contrato ni es algo por lo que te paguen. Es amor, amor por lo que tú haces.”

Nieve Tapia, ganadora del Círculo de Estrellas 2016

GESTIÓN DEL DESEMPEÑO

Aualmente evaluamos a nuestros colaboradores, impulsando así una cultura de excelencia en Aramark. Aplicamos dos mediciones de desempeño: el Sistema de Apreciación del Desempeño (SAD) y el Performance Management Process (PMP).

SISTEMA DE APRECIACIÓN DEL DESEMPEÑO (SAD)

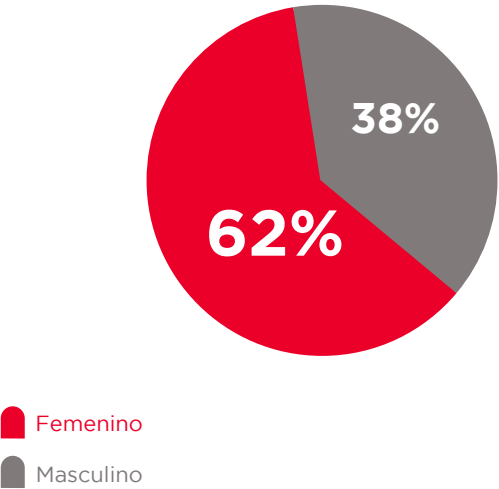
Esta evaluación se realiza a todos los trabajadores que tienen cargos operacionales y administrativos, y que dependen del administrador del contrato. A través de la evaluación de tareas, el SAD mide factores de ocupación y eficiencia de las funciones en el puesto de trabajo.

Este año la evaluación SAD se aplicó a 12.301 trabajadores entre Chile y Argentina, lo que representa un 18% más que el total de evaluados durante el periodo anterior.

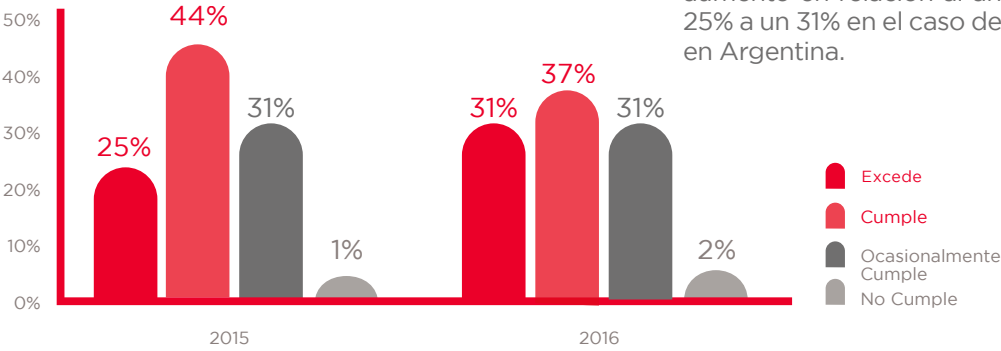
Los criterios que se utilizan para la evaluación SAD son:

| | |
|---------------------|--------------------------|
| Factor de Ocupación | Cuidado de Equipos |
| Servicio al Cliente | Gestión de Recursos |
| Responsabilidad | Gestión de la Producción |
| Trabajo en Equipo | Prevención de Riesgos |
| Calidad y BPM | Calidad del Trabajo |
| Liderazgo | Habilidades Técnicas |
| Higiene | |

DISTRIBUCIÓN POR SEXO DEL TOTAL DE PERSONAS EVALUADAS

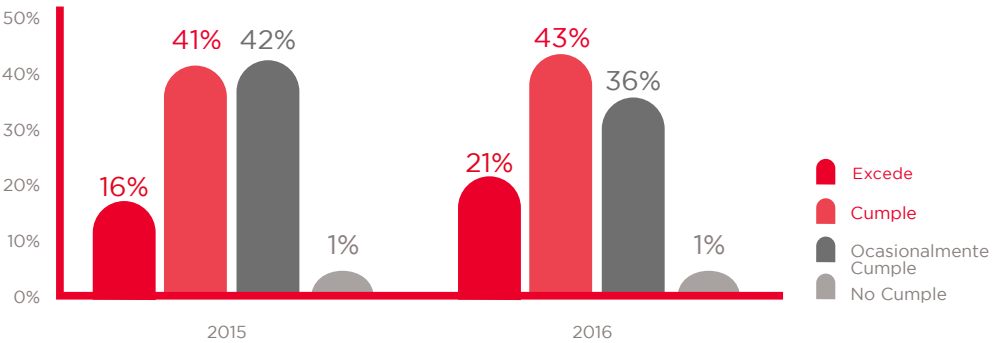


CHILE



Tanto en Chile como Argentina, el porcentaje de trabajadores que fueron calificados como personas que “exceden” en su trabajo y responsabilidades aumentó en relación al año anterior, subiendo de un 25% a un 31% en el caso de Chile, y de un 16% a un 21% en Argentina.

ARGENTINA



Los resultados de la evaluación SAD a nivel sudamericano son positivos: en promedio el 67% de nuestros trabajadores “excede” o “cumple” con sus responsabilidades y menos del 2% “no cumple”. Esto demuestra el compromiso que tienen nuestros trabajadores con la labor que a diario desempeñan en Aramark.

PERFORMANCE MANAGEMENT
PROCESS (PMP)

Esta evaluación busca medir el cumplimiento de las metas anuales y se aplica a cargos profesionales y de gobierno corporativo. Este año por primera vez, el proceso contempló además la evaluación de competencias de los trabajadores, las cuales fueron definidas previamente y que se aplican de forma transversal, así como según las características de cada profesional.



En Aramark Sudamérica no evaluamos ni calificamos a los trabajadores que:

- Tengan menos de seis meses de permanencia en la empresa.
- Hayan permanecido con licencia médica por un tiempo igual o superior al 50% del período de evaluación.
- Hayan sido trasladados de unidad y lleven menos de dos meses, en cuyo caso serán evaluados por su jefatura anterior.

Durante el año fiscal 2016 evaluamos a un 7,8% más que el año anterior, lo que da cuenta de que cumplimos con la meta que nos habíamos propuesto el 2015 de aumentar el total de evaluados.

| PMP | AÑO FISCAL 2015 | AÑO FISCAL 2016 |
|-----------|-----------------|-----------------|
| Evaluados | 1038 | 1127 |

Los resultados de esta evaluación nos permiten crear estrategias para apoyar y ayudar a nuestros trabajadores para que crezcan profesionalmente y mejoren en el tiempo.

ENCUESTA SOBRE EL
COMPROMISO



La Encuesta Global sobre el Compromiso brinda a cada empleado la oportunidad de compartir sus opiniones sobre Aramark respecto a distintos temas como Liderazgo de la Compañía, Apoyo / Recursos para los Empleados, Herramientas y Procesos y Capacitación y Desarrollo, entre otros.

PROCESO DE LA ENCUESTA



La encuesta se aplicó durante el mes de abril con dos modalidades, online y presencial, recogiendo las opiniones de una muestra representativa de la compañía.



Los resultados permiten identificar fortalezas y oportunidades de mejora a fin de impulsar la efectividad organizacional. Para nosotros es muy importante contar con trabajadores comprometidos con la compañía, y los resultados de la encuesta lo reflejan, ya que contamos con un 62% de satisfacción general.

Una vez analizados los resultados obtenidos, se diseñarán planes de acción que serán implementados en el próximo año fiscal para dar respuesta a las inquietudes de nuestros empleados.

“Cada día, el compromiso y esfuerzo de nuestros trabajadores hace posible que podamos entregar nuestro servicio de excelencia. Como empresa damos las herramientas necesarias para que cada colaborador pueda realizar sus labores y plasmar su talento en todo lo que hace, pero son ellos mismos quienes nos demuestran día a día que sin sus contribuciones, Aramark no sería la compañía que es. Por ello, gestionar y potenciar el compromiso de nuestras personas es parte fundamental de nuestra gestión de recursos humanos”.

Iván Mergudich, Vicepresidente de Recursos Humanos y Asuntos Corporativos Sudamérica



INCLUSIÓN Y GESTIÓN DE LA DIVERSIDAD

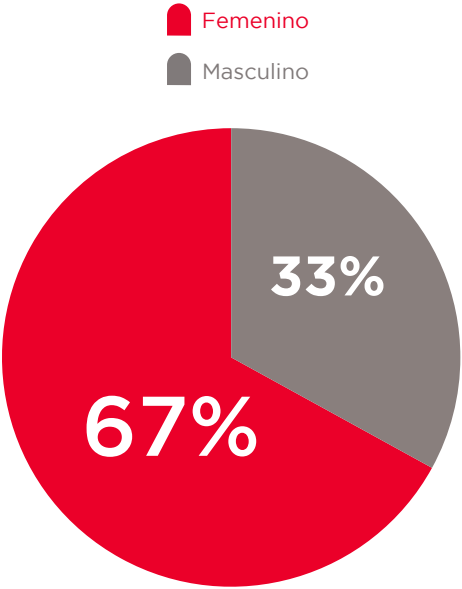
En Aramark la diversidad e inclusión son la columna vertebral de nuestra fuerza de trabajo, conformamos equipos diversos con personas de diferente género, edad, cultura, religión, nacionalidad, creencias, entre otros. Apreciamos las diferencias y las similitudes, tanto en nuestros trabajadores como en nuestros clientes.



El Foro Económico Mundial, en su reporte anual sobre brechas de género, informó que Chile posee una tasa de participación laboral femenina más baja que Bolivia, Perú, Uruguay, Brasil y Colombia.

Para nosotros es muy importante incluir fuerza laboral femenina en Aramark. Actualmente contamos con una dotación femenina mayoritaria que alcanza el 66,7%.

COMPOSICIÓN FUERZA LABORAL ARAMARK CHILE





En Aramark Sudamérica pensamos que la diversidad en el lugar de trabajo siempre es un aporte y la inclusión permite crear respeto. Por ello para nosotros es natural incluir migrantes a nuestra fuerza de trabajo.

ACCIÓN



Hace cuatro años que Aramark participa en Acción, una organización sin fines de lucro que agrupa a empresas comprometidas con el desarrollo sostenible de Chile.

Acción, representante en Chile del World Bussines Council for Sustainable Development, realiza mensualmente encuentros en los que se proponen mejoras en los procesos de gestión de la sostenibilidad al interior de la empresa, los cuales se relacionan con calidad de vida laboral, comunidades, ética y gobierno corporativo, entre otros, y Aramark participa activamente de estas reuniones.

PERSONAS EN SITUACIÓN DE DISCAPACIDAD

El Programa de Inclusión Laboral de Personas en Situación de Discapacidad (PILD) se inició en el 2006. A la fecha, los empleados de este programa tienen un promedio de 6 años de permanencia dentro de la compañía.

Gracias a este programa, en Chile contamos con el Sello Inclusivo Categoría Oro desde el año 2014, el cual tiene una vigencia de dos años. A partir de 2017 el Sello se otorgará de manera permanente a las empresas que lo ameriten, y Aramark ya se encuentra realizando las gestiones necesarias para realizar este proceso de manera exitosa.

EVALUACIÓN DESEMPEÑO DE PILD

Este año aumentamos en un 10,4% el número de evaluados con SAD respecto del año anterior. La medición se realizó a 48 de los 54 trabajadores con discapacidad que están vigentes dentro de nuestros contratos, lo cual representa al **89% de los participantes del PILD**.

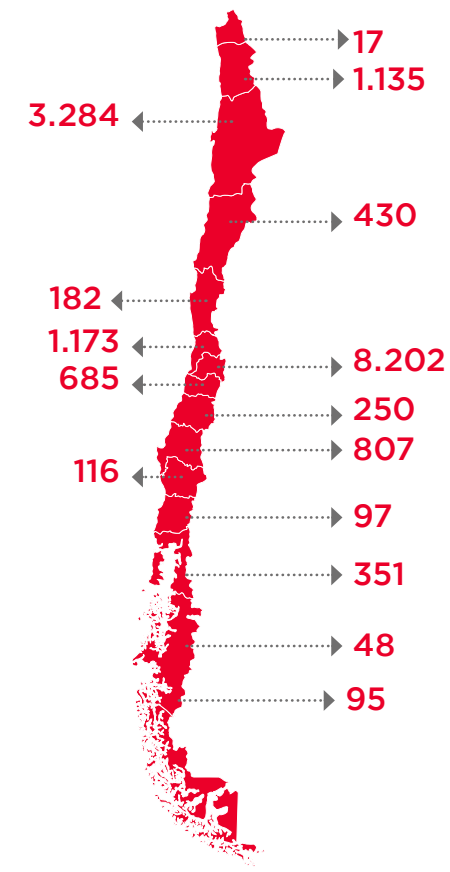
Dentro de los resultados, el ítem más destacado fue el de Responsabilidad, un factor sumamente importante para Aramark, pues representa un pilar fundamental para el desarrollo de los trabajadores.

FUERZA LABORAL EN CHILE

Nuestras operaciones tienen presencia en todas las regiones del país, entregando servicios de alimentación y gestión de instalaciones. Más de 16 mil trabajadores y trabajadoras se desempeñan con excelencia y calidad en el servicio a lo largo de Chile, con representación mayoritaria en la Región Metropolitana, donde trabaja casi el 50% de nuestra dotación total. En esta región, nuestras operaciones de la línea de alimentación son sobre todo dirigidas a clientes del rubro de la prestación de servicios y el retail; mientras que en el caso de la gestión de instalaciones, nuestros clientes pertenecen en gran parte a la industria manufacturera.

La segunda mayoría de nuestra fuerza laboral se encuentra en la Región de Antofagasta, correspondiente al 20% del total. Salvo pocas excepciones, en este caso nuestros servicios son casi exclusivamente dirigidos a la minería y sitios remotos, negocio en el cual nuestra vasta experiencia nos permite brindar la confianza y acompañamiento que dichos clientes necesitan.

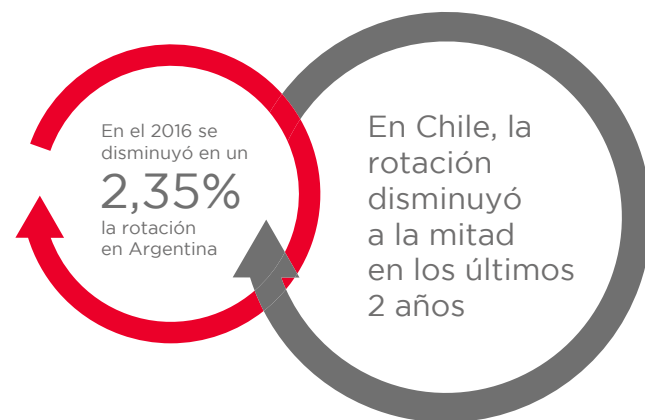
NÚMERO DE EMPLEADOS POR REGIÓN



ROTACIÓN

Una de nuestras metas más importantes es disminuir la rotación de nuestros trabajadores. Por esto, establecemos estrategias y lineamientos que nos permitan entregar a nuestros colaboradores más y mejores herramientas para crecer y desarrollarse dentro de la compañía.

En Argentina la rotación disminuyó un 2,35% en el último año. En Chile, gracias a una serie de políticas y procesos que se han implementado para mejorar la experiencia del empleado, se ha reducido la rotación en casi un 50% en sólo 2 años.



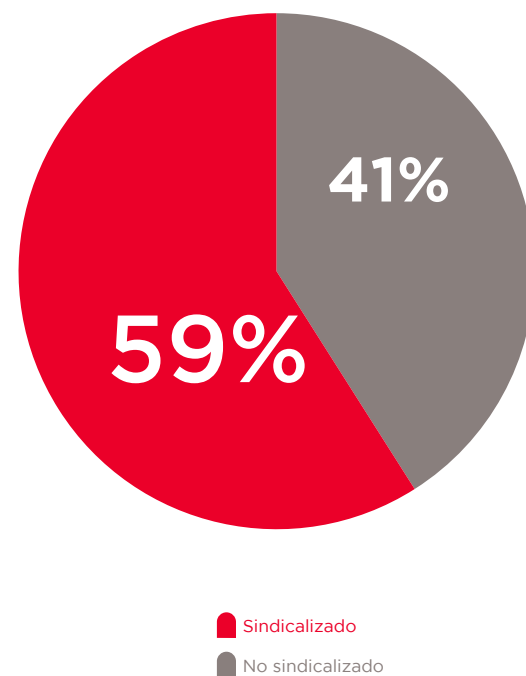
Particularmente en el mes de agosto, realizamos un estudio centrado en la retención del talento joven, con el fin de atraer y retener a los trabajadores de la generación millennial. Nuestra meta es conseguir que permanezcan más de dos años en la compañía, tiempo promedio de retención de un trabajador de la generación “Y”. Los resultados serán presentados en el reporte de sostenibilidad del FY2017.

RELACIONES LABORALES

En Aramark respetamos los derechos y garantías de nuestros trabajadores, y establecemos esto como uno de nuestros pilares y valores fundamentales.

Las relaciones laborales surgen de la gestión permanente de nuestros líderes en la compañía, viéndose esto reflejado en el resultado del trabajo realizado, donde se destacan las condiciones laborales y el trato que reciben dentro de la empresa.

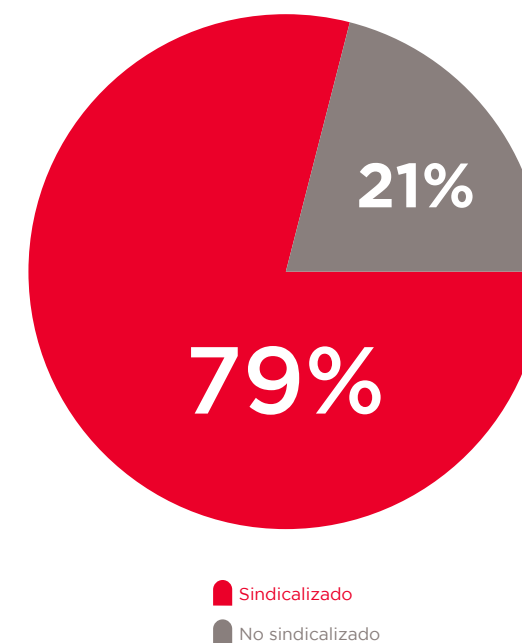
SINDICALIZACIÓN CHILE



A continuación, se describe (agrupando todas las empresas operativas) el porcentaje de sindicalización, según cada línea de servicio en Chile.



SINDICALIZACIÓN ARGENTINA



El bienestar de nuestros trabajadores es una preocupación constante, a partir del primer minuto que comienzan su vida laboral con nosotros. Por ello, al ingresar a la compañía cada trabajador recibe la Política de Conducta de Negocios junto al Reglamento interno, lo que nos permite generar transparencia en torno a cada uno de nuestros procesos.

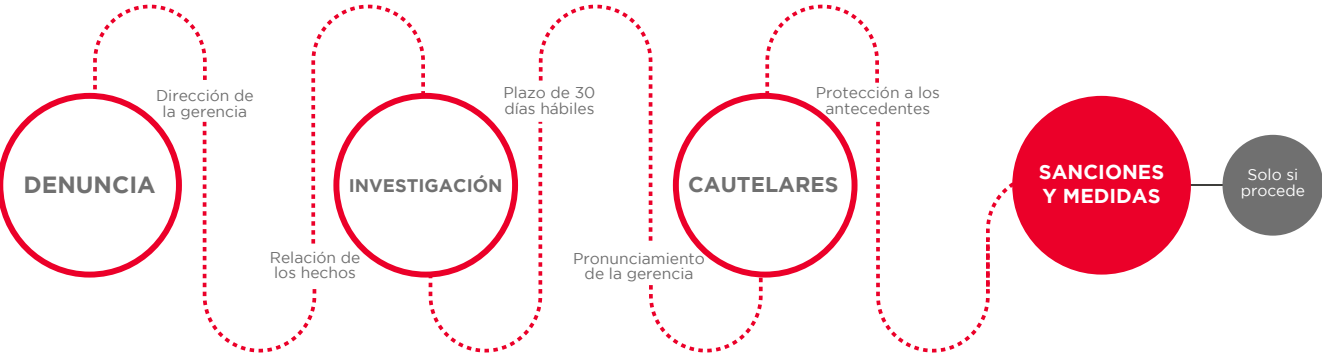
Para resguardar los derechos de nuestros trabajadores, contamos con un sistema de denuncias formal en temas de vulneración de derechos, y los canales de denuncia se encuentran claramente especificados en el reglamento interno anteriormente mencionado.

Durante el 2016, Aramark Argentina no recibió ninguna denuncia por parte de los trabajadores, lo que se traduce en una disminución de un 100% entre un año y otro.

En cuanto a Aramark Chile, los casos de acciones que terminaron en denuncia fueron 41 en 2016, lo que significó una disminución de esta cifra en un 62% respecto del periodo anterior. Este logro se relaciona directamente a que las investigaciones por denuncias efectuadas en casos de vulneración y acoso en el lugar de trabajo, se han visto reforzadas tanto desde la normativa laboral, con la incorporación de normas en materia de prevención y sanción de actos constitutivos de vulneración o acoso, así como también, por medio de las acciones incorporadas en los planes de acción de los programas de seguimiento del protocolo de riesgos psicosociales de la empresa.

Lo anterior, sumado a nuestros procedimientos internos de investigación -detallados en el Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad- y a las acciones de capacitación dentro de la organización, lo que dan un marco referencia sólido en materia de protección y control de las acciones constitutivas de vulneración o acoso.

FLUJOGRAMA DE CADA DENUNCIA

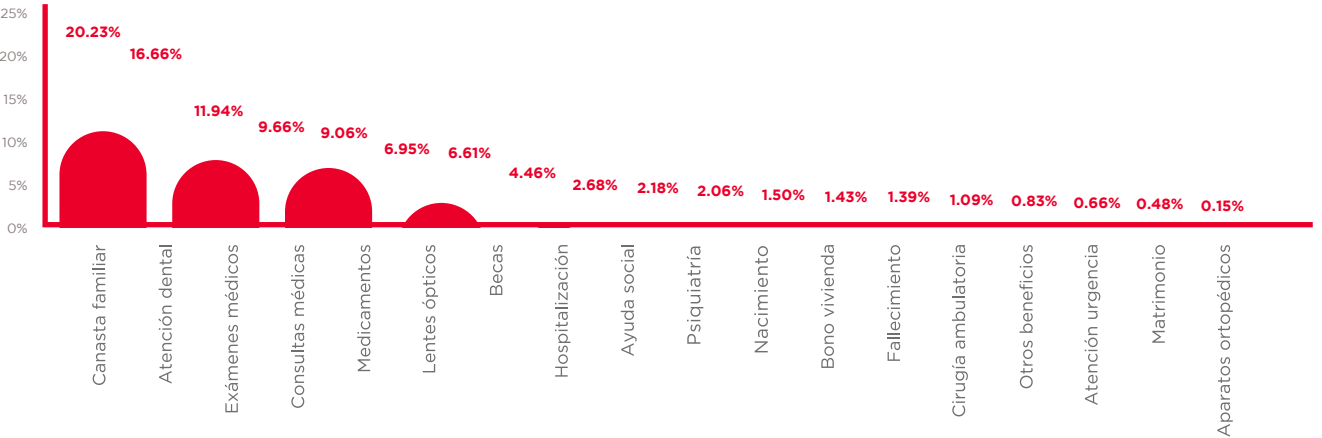


BENEFICIOS SOCIALES DE LOS TRABAJADORES

Para reconocer el esfuerzo que a diario realizan nuestros trabajadores, disponemos de una serie de beneficios que nos permiten apoyarlos en su crecimiento, más allá de las fronteras de nuestra compañía. En Aramark nos preocupa que nuestros equipos se sientan apoyados, tanto a nivel personal como laboral.

Existen además beneficios específicos para los trabajadores afiliados a Bienestar. Éstos se cubren con fondos bipartitos, es decir, que el trabajador que voluntariamente decida ser parte del fondo de Bienestar de la empresa, debe aportar el 1% de su sueldo y Aramark entrega el mismo porcentaje por cada empleado. A 2016, un 61,5% de los trabajadores se encuentra afiliado a Bienestar en Chile.

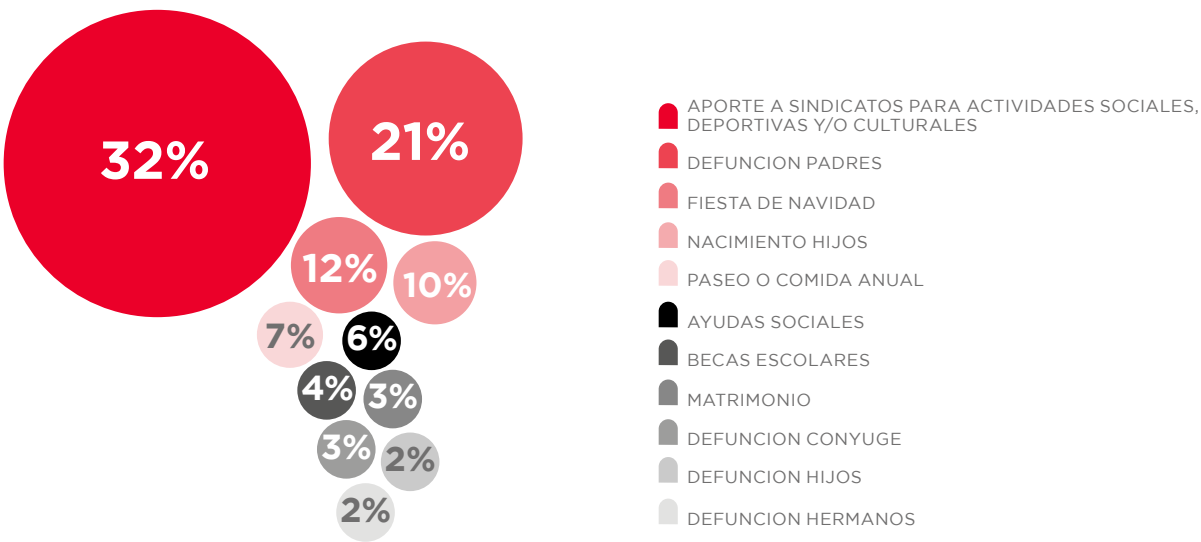
DISTRIBUCIÓN DE FONDOS BIENESTAR



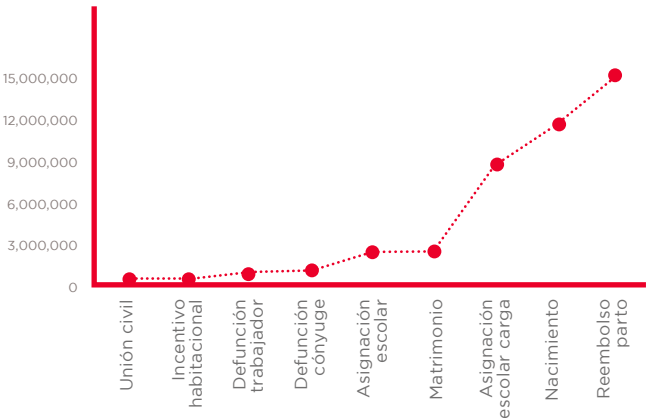
A su vez, dentro de los beneficios sociales a los que tienen acceso los trabajadores de Aramark, es importante destacar aquellos beneficios asociados

a instrumentos colectivos suscritos con las distintas organizaciones sindicales con las que Aramark se relaciona día a día. Se trata de los siguientes beneficios:

DISTRIBUCIÓN DE BENEFICIOS DE INSTRUMENTOS COLECTIVOS EN ARAMARK CHILE



DISTRIBUCIÓN DE BENEFICIOS CAJA DE COMPENSACIÓN



Aramark Chile mantiene vigente el convenio con la Caja de Compensación y Asignación Familiar Los Andes, entidad privada, líder en el mercado, creada para entregar beneficios y productos sociales a los trabajadores afiliados. Dentro de algunas de sus funciones están: pagar los beneficios de asignación familiar, prestaciones adicionales y complementarias, créditos sociales, entre otras.

A continuación, se presentan los beneficios que tienen nuestros trabajadores en Aramark Argentina:

| BENEFICIOS | DESCRIPCIÓN | TRABAJADORES NO SINDICALIZADOS | TRABAJADORES SINDICALIZADOS |
|--|--|--------------------------------|-----------------------------|
| 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 | ✓ | ✓ |
| 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**

En Aramark una de nuestras grandes preocupaciones es la seguridad de nuestros trabajadores. Por ello, no sólo cumplimos con las 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, sino que además desarrollamos internamente una serie de programas que velan por la salud y el bienestar de nuestros trabajadores.

Al ser esta nuestra primera prioridad, nuestro enfoque se basa en promover y desarrollar la cultura del “Cero Daño”. Este 2016, como resultado de nuestros esfuerzos, logramos disminuir los accidentes en un 10,05%, en relación al año anterior.

Desarrollamos distintas iniciativas, las cuales comparten el foco del “auto-cuidado”, y se basan en mensajes y actividades de formación específicas para cada segmento de la compañía, ajustadas de acuerdo a sus labores y áreas de servicio.




COMPROMISO SAFE

Como una organización dedicada a la excelencia, Aramark se compromete a operar de manera responsable. Por ello, ofrecemos nuestro “Compromiso SAFE” de manera global, ya que entendemos la seguridad como un valor corporativo. En cualquier parte del mundo, nuestra compañía opera bajo el siguiente marco de ejecución SAFE:




Las actividades de compromiso SAFE alcanzan a toda persona de Aramark, quienes deben Educar, Validar, Motivar e Investigar.




EDUCAR

Charla SAFE:
Reuniones cortas previas al inicio de cada turno sobre conductas, prácticas y procesos seguros.




VALIDAR

Observaciones SAFE:
Caminata de seguridad para evaluar conductas y condiciones seguras.



MOTIVAR

Encore! Encore!:
Realizar un reconocimiento formal a su equipo como parte de su rutina de trabajo.



INVESTIGAR

Investigaciones SAFE
Procedimiento estándar para investigar y reportar cualquier daño.

PROGRAMA SAFE START

Bajo nuestro Compromiso SAFE, entendemos que todos nuestros trabajadores son “estrellas de la seguridad”, y para incentivarlos día a día a que mantengan el autocuidado como su prioridad, implementamos el programa SAFE STAR, cuyo foco es entender y dar a conocer los estados y errores que pueden terminar en accidentes, aprender de ellos y evitarlos.



Nuestra misión y valores son vividos con pasión por todos nuestros trabajadores, y la seguridad no es la excepción. Del mismo modo, entendemos que nuestros líderes son parte fundamental en el proceso y la puesta en práctica de nuestros valores corporativos, por lo que también desarrollamos programas específicos de liderazgo, en materia de salud y seguridad ocupacional.

PROGRAMA STOP

El programa STOP -llamado así por sus siglas: Seguridad en el Trabajo mediante la Observación Preventiva- es llevado a cabo por nuestros líderes operacionales, y tiene como objetivo principal prevenir accidentes, a través de la observación de conductas y la comunicación con el trabajador.

EL CICLO STOP



El Programa STOP:

- No es punitivo.
- Se centra en las conductas de las personas.
- Mejora los canales de comunicación.
- Reduce las lesiones e incidentes al plantear la seguridad como un valor al que todos tienen derecho.

TALLER DE LIDERAZGO HSEQ

El área de HSEQ no sólo se ocupa de la salud y seguridad de nuestros trabajadores, sino que también de la salud de nuestros equipos. Por ello, realiza un taller de liderazgo que fomenta en nuestros líderes su capacidad de generar mejores ambientes de trabajo, de colaboración y buen trabajo en equipo.

MODELO FRONT LINE MANAGEMENT- HSEQ IDEAL



Entre las materias que aborda el taller de liderazgo se incluyen:

- Liderazgo/ Accountability
- Desarrollo de Competencias / Habilidades
- Tipos de Liderazgos
- HSEQ y Productividad
- El modelo del líder que queremos

Este taller tiene una duración de 4 a 8 horas, participan en promedio 25 personas y los contratos intervenidos son programados con anterioridad o a petición de estos mismos, si así lo estiman conveniente.

CAMPAÑAS TEMÁTICAS

Las campañas temáticas se realizan periódicamente a los contratos de BISE (Empresa, Industria, Salud y Educación) y Minería, desplegando un stand HSEQ que ofrece a los trabajadores juegos digitales, que promuevan y reafirmen los conocimientos sobre el autocuidado.



PROTOCOLO PSICOSOCIAL

En Chile comenzó a regir el “Protocolo de Vigilancia de Riesgos Psicosociales”. Este consiste en un análisis de las condiciones presentes en los contratos y oficinas, que puedan identificarse como factores de riesgo para la salud psicosocial de las personas.

Los factores psicosociales en el ámbito laboral se relacionan con situaciones y condiciones inherentes al trabajo referidas al tipo de organización, al contenido del trabajo y la ejecución de la tarea y que tienen la capacidad de afectar positiva o negativamente el bienestar y la salud (física, psíquica o social) del trabajador.

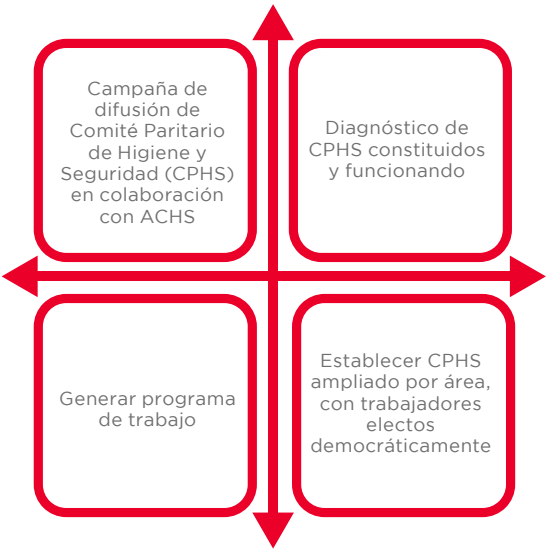
La manera de recoger esta información es a través de un cuestionario de 20 preguntas (Cuestionario SUSESO/ISTAS 21 versión breve), referidas a distintas dimensiones que están relacionadas con los factores de riesgos psicosociales en el trabajo. La participación de los trabajadores en el proceso de medición es voluntaria, y debe realizarse de manera censal y no muestral, ya que la medición sólo es válida si se garantiza un universo de respuestas correspondientes a no menos del 70% de los trabajadores.

Este 2016 los resultados fueron positivos para Aramark, es decir que los riesgos psicosociales fueron determinados en un rango “bajo” y aquellos que fueron encontrados en nivel “medio” fueron derivados para la conformación de programas de prevención, campañas y manuales de comportamiento y orientación.

COMITÉ PARITARIO

El Comité Paritario de Higiene y Seguridad de cada empresa se conforma con la finalidad de asesorar e instruir a los trabajadores, y a la vez supervisar que las medidas de prevención, seguridad e higiene se cumplan tanto por parte de la empresa como por parte de los empleados.

En Aramark incentivamos la participación y conformación de Comités Paritarios, los cuales poseen las siguientes líneas de acción:



COMUNICACIONES INTERNAS

El área de Comunicaciones Internas de Aramark Sudamérica se centra en la difusión oportuna e integrada de información relevante, articulando proyectos e iniciativas que requieran de apoyo comunicacional. El objetivo principal es mantener informados a todos los trabajadores de la compañía.

Disponemos de los siguientes canales de comunicación:





**COMPROMETIDOS
CON LA
COMUNIDAD**

COMPROMETIDOS CON LA COMUNIDAD

En Aramark estamos comprometidos con la comunidad y es por ello que a nivel mundial promovemos la integración comunitaria a partir de diversas iniciativas.

Anualmente, en todos los países donde poseemos operaciones, se realizan diversas iniciativas centradas en el apoyo a comunidades de acuerdo a sus necesidades en relación a la salud, bienestar, acceso a empleo, entre otras.

Cabe destacar que el éxito de las campañas que realizamos va de la mano del esfuerzo y de la pasión que ponen nuestros trabajadores, quienes aportan sus conocimientos y habilidades.

DÍA DEL VOLUNTARIADO ARAMARK

Por tercer año consecutivo realizamos el Día del Voluntariado Aramark, una actividad comunitaria a nivel global, donde los trabajadores de todo el mundo apoyan voluntariamente a una institución seleccionada con anterioridad.

En Argentina el Día del Voluntariado se celebró el 14 de septiembre de 2016. En esta actividad, un total de 31 voluntarios apoyó a la Fundación Sí, donde se prepararon alimentos para posteriormente compartir un grato momento con los beneficiarios de la fundación.

En Chile se celebró el 8 de septiembre. La actividad consistió en visitar 13 centros de la Fundación Coanil a lo largo del país, donde nuestros trabajadores no sólo participaron de las diferentes tareas de embellecimiento de la infraestructura, mobiliario y jardines de los centros, sino que también pudieron disfrutar y convivir durante todo el día con los niños, niñas y jóvenes beneficiarios de esta organización.



“El Día del Voluntariado es una tremenda oportunidad de contribuir a la comunidad junto con la empresa y de poder darle sentido al trabajo que hacemos. La comunidad es muy importante para nosotros y también es un acto de gratitud, que es muy importante tenerlo. Somos una empresa de servicio, y en un día como hoy podemos demostrar eso.”

Andrea Alcántara, Directora de Excelencia Operacional Sudamérica



COMUNIDAD ARGENTINA

GUÍA PARA LA SALUD ARGENTINA

Como compañía nos preocupa motivar a las comunidades en las que estamos insertos, para que ellos puedan llevar una alimentación sana y saludable. La Guía Para la Salud (GPS) tiene como objetivo mejorar los hábitos alimenticios de las personas, además de propiciar estilos de vida saludables en los habitantes de los lugares en los cuales estamos presentes.

En 2016 realizamos diversos talleres GPS en colaboración con nuestros clientes y en distintos lugares de Argentina, aportando con nuestros conocimientos a más de 500 personas a nivel nacional, promoviendo la vida saludable e incorporando hábitos de buena alimentación.

COMUNIDAD CHILE

RED DE ALIMENTOS

Red de Alimentos es una organización privada sin fines de lucro que recibe gratuitamente alimentos de distintos proveedores, los cuales luego son distribuidos entre diferentes instituciones de beneficencia en Chile.



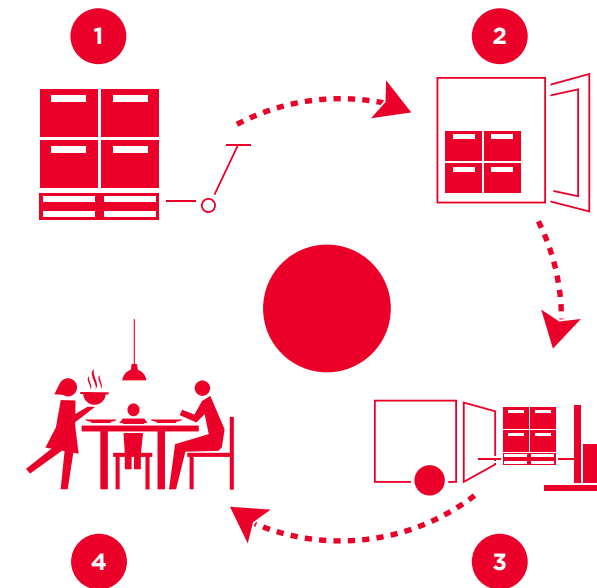
**En Chile,
1 de cada 7
personas**

Pasa hambre
o come
deficientemente
(según datos de
Red de Alimentos)

Durante el año fiscal 2016, Aramark firmó un convenio con Red de Alimentos para entregar productos que, pese a ser aptos para el consumo y cumplir con toda la normativa vigente, se estima que no podrán ser comercializados, por diferentes variables.

Red de Alimentos realiza un proceso especializado de recepción y distribución.

PROCESO ESPECIALIZADO DE RECEPCIÓN Y DISTRIBUCIÓN.



- 1 Productores, comercializadores y distribuidores de alimentos realizan sus entregas a Red de Alimentos.
- 2 Red de Alimentos los almacena y custodia en su centro de distribución.
- 3 Las organizaciones sociales retiran los alimentos en Red de Alimentos.
- 4 Los alimentos son distribuidos por Red de Alimentos para ser consumidos por la población vulnerable de las organizaciones sociales pertenecientes a la Red.

Desde que se inició el convenio con la entidad sin fines de lucro, nuestra empresa ha entregado más de **2.500 kilos de alimentos**.

FOMENTO DE LA ALIMENTACIÓN SALUDABLE



Gracias a una alianza establecida con Camanchaca, hemos realizado diversas actividades con el objetivo de fomentar la vida saludable.

A continuación se presentan las actividades realizadas durante el año fiscal 2016:

Inauguración de la Feria Costumbrista en Calbuco: Actividad realizada el 9 de enero que consistió en una degustación organizada por Aramark con los productos de Camanchaca, para fomentar la vida saludable a través del consumo de productos del mar. En esta jornada participaron la Junta Vecinal N°26 San Antonio, la directiva del Consejo Vecinal Isla Qihua y el Alcalde de Calbuco.

Lanzamiento de la Tarjeta Vecino de La Florida: Actividad realizada el 17 de marzo en la cual nos hicimos presentes fomentando la alimentación saludable con recetas económicas. Nuestro objetivo era demostrar que no se necesita gastar demasiado dinero para llevar una vida sana.

Videos con recetas de alimentación saludable: Durante el 2016 se desarrollaron diversos videos en donde, de la mano de nuestros chefs profesionales, se explican paso a paso diferentes recetas saludables, con productos tales como: quinoa, pescados, mariscos y todo tipo de productos comercializados por Camanchaca.

Estos videos están disponibles en la página web de la empresa pesquera, y además se pueden descargar a través de un código QR, disponible en la versión impresa de las recetas que fueron entregadas a más de 1.000.000 de personas en eventos comunitarios.

RECETAS

Salmon en costra de frutos secos con duxelle de champiñones

| Ingredientes (4 personas) | Preparación: |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">- Salmones por 33.4 ud- Nueces 0.05 kg- Almendras 0.05 kg- Pan rallado 1 cda- Mostaza dijon 1 cda- Manteca 1 cda- Champiñones 0.5 kg- Cebolla 0.1 kg- Queso parmesano rallado 0.05 kg- Limón 2 ud- Vino blanco 0.2 l- Sal a gusto- Pimiento a gusto | <p>Marinar el salmón con jugo de limón, vino blanco, sal y pimienta por 30 minutos como mínimo.</p> <p>Moer los frutos secos en procesadora y mezclar con pan rallado, mostaza, manteca blanca (temperatura ambiente) y disponer uniformemente sobre las porciones de salmón. Llevar a horno @ 180 °C por 8 minutos aproximadamente.</p> <p>Cortar la cebolla en cubos pequeños y sofreír en aceite de oliva con un poco de sal a fuego bajo por 8 minutos aproximadamente. Aumentar la temperatura e incorporar los champiñones cortados en cuartos y saltear por 2 minutos. Procesar y luego calentar antes de servir agregando queso parmesano, sal y pimienta.</p> |

Mejillones en pastas frescas y vegetales

| Ingredientes (4 personas) | Preparación: |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">- Mejillones en salsa pomodoro Pte 33.1 porción- Tortellini frescos 0.5 kg- Cebolla 1 ud- Cebollín 1 ud- Champiñones 0.2 kg- Zucchini italiano 1 ud- Tomates cherry 0.1 kg- Vino blanco 0.1 l- Agua 0.1 l- Queso parmesano 0.05 kg- Cilantro a gusto | <p>Cortar la cebolla, cebollín, champiñones y zapallo italiano en juliana.</p> <p>Sofreír los vegetales en aceite de oliva y sal por 10 minutos a fuego lento.</p> <p>Incorporar vino blanco y agua. Una vez que hierva el líquido agregar los tortellini y cocinar por 5 minutos.</p> <p>Agregar los mejillones y los tomates cherry con la olla tapada hasta por 5 minutos.</p> <p>Terminar agregando el queso parmesano rallado y el cilantro.</p> |

www.camanchacalempa.cl

Nuestra meta para el 2017 es realizar más actividades en conjunto con Camanchaca que nos permitan continuar fomentando la alimentación saludable.

RESCATE CULTURAL DE MATERIAS PRIMAS LOCALES

El 28, 29 y 30 de julio se realizó la tercera versión de “Pica Expone”, instancia en la que se difunden y promueven las costumbres y la gastronomía de la zona, convirtiéndose en una de las ferias más importantes de la oferta regional.

Este año, Aramark nuevamente estuvo presente rescatando las materias primas que nos entrega el norte. Para ello nuestro chef especializado elaboró tres recetas paso a paso, para que los asistentes apreciaran la riqueza de los productos.

En Aramark consideramos que estas iniciativas son muy importantes, pues no solo reflejan la cultura nacional, sino que también incentivan la alimentación saludable con productos de cada zona.



BECA CONTINUACIÓN DE ESTUDIOS EN GASTRONOMÍA

Les Toques Blancches es una asociación de connotados chefs de Chile, conformada por destacados profesionales del sector culinario.

Desde el año 2003, Les Toques Blancches en conjunto con Aramark y otras empresas privadas del rubro, ha entregado becas de un 100% de financiamiento del arancel y matrículas a jóvenes de colegios técnicos para continuar sus estudios de gastronomía, permitiendo así la consolidación de sus carreras.

Hasta la fecha y gracias al apoyo de empresas privadas, más de 65 alumnos han sido beneficiados.

En 2016 fueron becados los siguientes estudiantes:

- Beca Aramark: Manuel Sebastián Bustos Gatica, del Liceo Polivalente Arturo Alessandri Palma de Providencia
- Beca Nestlé: Camila Andrea Navarrete Pérez, del Colegio Polivalente Profesor Ildefonso Calderón de Puente Alto
- Beca Inacap: Liliana de Jesús Arragui Díaz, de la Escuela Técnica las Nieves de Puente Alto
- Beca El Volcán Equipamiento Gastronómico: Bárbara del Carmen Huenchual Leiva, Centro de Educación Técnico Profesional Municipalizado Codeduc de Maipú
- Beca Bastien: Diego Henriquez Farías, del Liceo Polivalente Moderno Cardenal Caro de Buin.



APORTE SOLIDARIO

Aramark es parte activa de la campaña nacional de Fundación Teletón, que tiene como objetivo reunir fondos para ir en apoyo de la rehabilitación integral de niños y jóvenes con discapacidad motora, a través de programas médico-terapéuticos, psicosociales, educacionales, de desarrollo personal y recreación a cargo de equipos multidisciplinarios de profesionales.

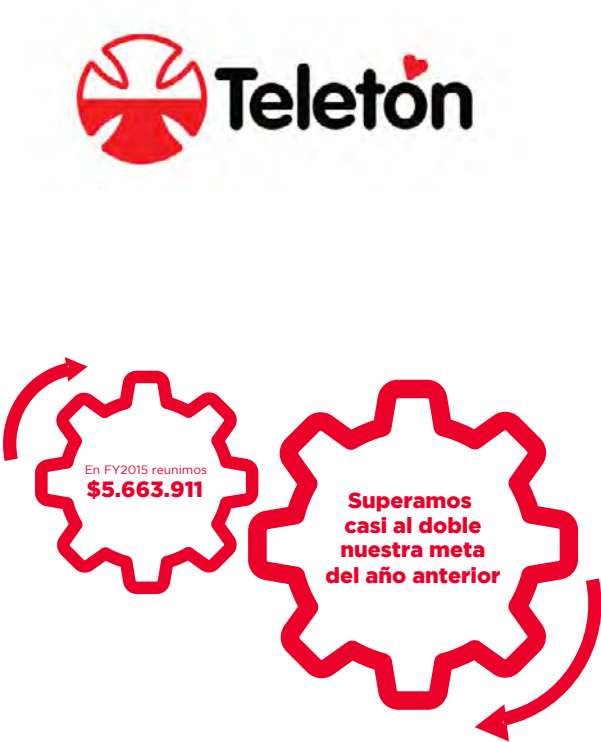
Este año superamos la meta del año anterior, logrando reunir la cantidad de \$5.663.911, gracias al aporte exclusivo de los trabajadores.

Las actividades para recaudar fondos consistieron en colectas, aportes, feria de pulgas y rifas Chao Jefe, entre otras.

En paralelo con el período de campaña se realizan distintas actividades, como la visita de un grupo de niños de la Teletón a la empresa para compartir sus experiencias con los trabajadores; una exposición de pinturas realizadas por los mismos niños de la fundación, entre otras.



Nuestra meta para la próxima campaña Teletón es superar nuevamente la del período anterior, y para ello ya se realizaron actividades en pos de la recaudación de fondos para la campaña de diciembre 2016.





**NUESTROS
CLIENTES Y
CONSUMIDORES**

NUESTROS CLIENTES Y CONSUMIDORES

Nuestros clientes y usuarios son fundamentales para nuestra organización, por lo mismo buscamos entregarles diariamente un servicio de primer nivel y con la mejor calidad.

En Aramark realizamos diversos estudios *ad hoc* y evaluaciones permanentes para conocer la percepción de nuestros clientes y, al mismo tiempo, generar acciones que nos permitan mejorar la experiencia de nuestros consumidores.

SECTOR MINERÍA

CALIDAD DE VIDA EN CAMPAMENTOS

Aramark Servicios Mineros y Sitios Remotos realizó una investigación a 414 trabajadores de campamentos mineros de la I, II y III región con encuestas presenciales en locación central.



Dentro de los resultados, el 78% de los encuestados mencionó que los servicios de alimentación, hotelería y aseo son parte primordial de su vida laboral.

Para nosotros los resultados obtenidos por el servicio en los campamentos mineros fueron muy importantes para tomar decisiones y tener una visión más amplia del escenario estudiado.

CARACTERIZACIÓN DE TRABAJADORES DE LA MINERÍA Y PREFERENCIAS POR NUESTROS SERVICIOS

La metodología utilizada en esta ocasión fue una combinación de técnicas cuantitativas y cualitativas aplicadas a trabajadores de la gran minería en Chile. El objetivo de este estudio fue conocer al usuario y/o trabajador de la minería en sus similitudes y diferencias, así como en sus necesidades cotidianas.

PROCESO DE CARACTERIZACIÓN DE TRABAJADORES



Sabemos que el trabajo minero es cansador, tanto física como emocionalmente, por lo que para nosotros es fundamental realizar este tipo de estudios, sus resultados nos permiten introducir mejoras en factores muy relevantes para nuestros usuarios.

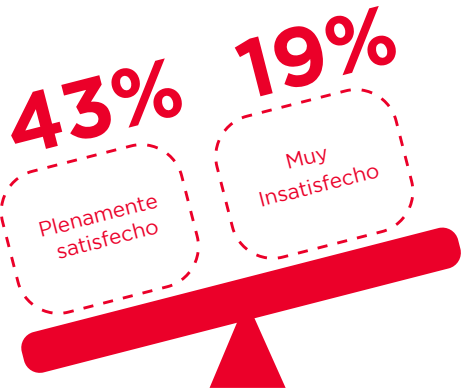
SECTOR SALUD

CALIDAD DE SERVICIOS NO MÉDICOS EN HOSPITALES PÚBLICOS Y PRIVADOS DE LA REGIÓN METROPOLITANA

Este estudio se realizó en hospitales públicos y privados de la región, y se encuestó a hombres y mujeres de más de 20 años, pacientes o familiares de pacientes que hayan sido atendidos durante los tres meses previos al estudio. El objetivo principal fue conocer el grado de satisfacción de los servicios No médicos de los pacientes de hospitales públicos y clínicas de Santiago.

Donde se observa la mayor oportunidad de mejora fue en Urgencias.

GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS NO MÉDICOS



CONOCIENDO A LOS USUARIOS DE CAFETERÍAS EN CLÍNICAS Y HOSPITALES

Este estudio se realizó a los usuarios de cafeterías en clínicas y hospitales, con el objetivo principal de conocer en profundidad a los clientes y/o usuarios de las cafeterías, sus gustos y expectativas.

Existen tres formatos de puntos de venta en los cuales se identifican dos grupos de Clientes.



El desafío que se desprende de este estudio es mejorar los diferentes formatos de atención, así como establecer lineamientos de corto y mediano plazo.

SECTOR EMPRESAS E INDUSTRIAS

MEJORAR LA EXPERIENCIA DEL CONSUMIDOR

El objetivo de este estudio fue explorar y detectar atributos y/o palancas gatilladoras de satisfacción, para el target seleccionado en las distintas etapas del ciclo de servicio que, por medio de sus empresas, Aramark entrega en su Unidad de Negocio B&I.

Para la evaluación y la obtención de la información se realizaron focus group a tres segmentos: Operarios, Administrativos y Ejecutivos representativos de la línea industria. Los principales resultados que arroja el estudio se relacionan directamente con:



SECTOR EDUCACIÓN

CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS DE SECTOR COLEGIOS

Este estudio se realizó en diferentes colegios donde prestamos servicios de alimentación. El objetivo de esta investigación fue conocer los motivos, tanto de apoderados como de alumnos, asociados a la decisión de no comer en los casinos de Aramark.

En este estudio se realizaron focus group, entre los cuales se encontraban apoderados de niños entre 1° y 6° básico, y alumnos de 5° a 8° básico.

Los temas relevantes abordados en el estudio fueron:



Los resultados de esta investigación nos sirvieron para tomar decisiones estratégicas y entender qué es lo que esperan los consumidores de nuestra compañía, respecto de futuras decisiones de implementación.

ENCUESTA GLOBAL AL CLIENTE

Esta encuesta tiene como propósito medir la calidad del servicio Food y/o Facility desde la arista de los clientes.



La medición se realiza a nivel global, es decir que se aplica a una muestra de todos los clientes que Aramark posee en el mundo. En Chile, el estudio se realiza anualmente a aproximadamente 200 clientes, a través de una encuesta online. Cabe destacar que la alta tasa de participación de clientes nos posiciona en el segundo puesto de participación a nivel mundial, entre las filiales donde Aramark posee operaciones.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE CONSUMIDORES

Este estudio tiene por objetivo medir la calidad del servicio de alimentación y hotelería desde la perspectiva de los usuarios. Para ello se realizan 900 mediciones presenciales, las cuales son aplicadas a 100 usuarios cada vez. Es decir:



Los resultados de esta encuesta nos permiten monitorear oportunamente y en su caso tomar medidas para impactar constantemente aquellos atributos que son relevantes para los consumidores como: Sabor, Temperatura y Variedad del plato de fondo, Ensaladas, Postres, Sopas y cremas, y la Atención al comensal.

SEGURIDAD Y SALUD DEL CLIENTE Y CONSUMIDOR

En Aramark nos preocupamos por cumplir con las disposiciones legales vigentes en materia de inocuidad alimentaria. Para resguardar la seguridad y salud de nuestros clientes y consumidores realizamos compras sólo a proveedores autorizados por la compañía.

Por otra parte, nos comprometemos a que nuestras prácticas de almacenamiento, manipulación y preparación de alimentos estén correlacionadas con la seguridad y la calidad de nuestros servicios.

Para asegurar la calidad e inocuidad alimentaria aplicamos auditorías con una empresa externa, esto nos permite:

- Identificar las principales fuentes de contaminación en los procesos de manufactura de los servicios de alimentación y determinar cómo los manipuladores de alimentos pueden incidir en esta misma.
- Aprender prácticas sistemáticas de higiene y manipulación en los servicios de alimentación.

Esta empresa externa evalúa con diferente ponderación cada aspecto auditado.

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

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

El resultado de la auditoria indica si es necesaria alguna intervención en el proceso. En caso de obtener nota entre 0% y 90% la empresa debe establecer medidas.

| NOTA | DEFINICIÓN |
|------------|------------|
| 91% - 100% | Cumple |
| 80% - 90% | En alerta |
| 0% - 79% | Crítico |



**NUESTROS
PROVEEDORES**

NUESTROS PROVEEDORES

Nuestros proveedores son uno de los pilares fundamentales en el funcionamiento de nuestra cadena de producción para llegar a nuestros clientes con los más altos estándares de calidad. Con ellos establecemos una relación basada en la confianza y la transparencia, como socios estratégicos de nuestro modelo productivo.



PERFIL DE PROVEEDORES

Examinamos constantemente el mercado, buscando materias primas de alta calidad para la elaboración de nuestros alimentos en el caso de Food, y productos con la mejor calidad para nuestros servicios de Non Food.

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 los casos que sea necesario, por esto contamos con un Reglamento de Proveedores que 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 productos, envases y etiquetado
- Devolución de productos
- Daños a terceros
- Seguros
- Prohibición de tratativas ilícitas
- Propiedad intelectual e industria
- Confidencialidad

Este reglamento, además de entregar regulaciones a todas las instancias y procesos con nuestros proveedores, nos permite entregar las garantías correspondientes a nuestros clientes y consumidores, fortaleciendo así nuestros vínculos basados en la transparencia, confianza y celeridad de los procesos.

EVALUACIÓN DE NUESTROS PROVEEDORES

Comprendemos que nuestros proveedores son socios estratégicos de nuestro negocio, representando una pieza fundamental en nuestro camino hacia la sostenibilidad. En Aramark Sudamérica hemos establecido y regulado los procesos de evaluación de proveedores, considerando criterios como:

- 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 el cumplimiento del nivel de calidad exigido.

Los proveedores de Food y Non food son evaluados y categorizados según su criticidad, de acuerdo al Procedimiento para la Incorporación de Proveedores. Para lo anterior agrupamos y clasificamos proveedores de productos y servicios en 8 grandes rubros:

CLASIFICACIÓN POR RUBRO

| | |
|---|---------------------------------------|
| A | Productos Críticos Alimenticios |
| B | Productos Alimenticios no Críticos |
| C | Productos Químicos |
| D | Productos no Alimenticios y Generales |
| E | Equipos de Protección Personal |
| F | Laboratorios y Calibración de Equipos |
| G | Servicios |
| H | Servicios de Transporte |

Para cada uno de ellos exigimos distintas normas y procesos de Calidad y Medio Ambiente aplicables para los casos y/o rubros que corresponda:

- BPM
- HACCP
- ISO 9001
- OSHAS 18000
- ISO 14000

POLÍTICA DE CONDUCTA Y COMPRA

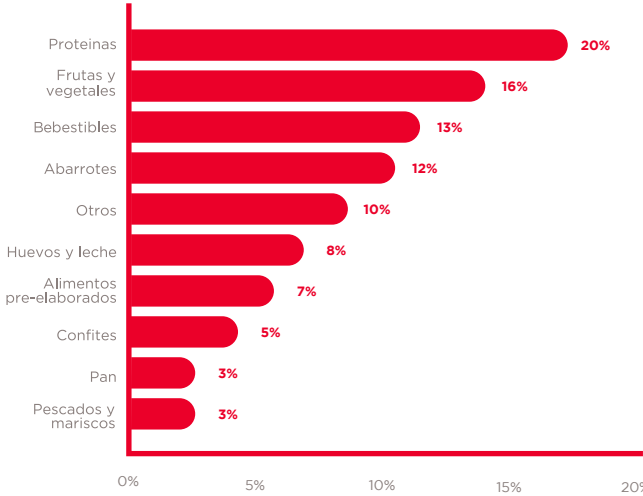
En nuestra organización, la calidad e inocuidad de nuestros servicios de alimentación son pilares fundamentales para cumplir con nuestra misión. Por esta razón nuestro departamento de Abastecimiento aplica estrictos criterios de selección, los que se enfocan en conocer las lógicas de abastecimiento, la materia prima empleada y la calidad.

Dentro de nuestra política de conducta y compra es primordial:

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

Para el caso de Food, nuestra compañía se ajusta a las especificaciones técnicas generales de los productos, las que 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 aplica en cada caso.

COMPRAS POR CATEGORÍA DE PRODUCTOS



DESARROLLO DE PROVEEDORES Y COMPRAS LOCALES

El Programa de Desarrollo de Proveedores y Compras Locales (PDP) se despliega con el objetivo principal de desarrollar la economía local y fortalecer el tejido económico-social de cada localidad.

A través de esta iniciativa se desarrolla una estrategia de compra que permite generar una alianza entre Aramark y agricultores locales por medio de la explotación e identificación de materias primas útiles para casinos y servicios que integren nuestra cadena productiva.

MODELO DE DESARROLLO DE PROVEEDORES Y COMPRAS LOCALES

Este programa refuerza nuestro compromiso con las comunidades locales, integrándolas en el modelo de abastecimiento de Aramark.

Este modelo apoya la incorporación y fortalecimiento de los nuevos proveedores por medio de la confianza, transparencia, colaboración y la entrega de herramientas de autogestión para proveedores locales.



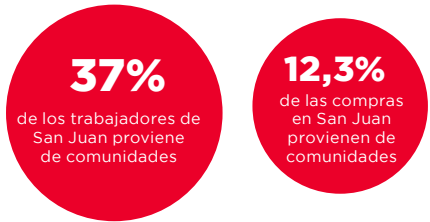
ARGENTINA

En Argentina contamos con el Programa de Desarrollo de Proveedores y Compras Locales “Uniando Redes” en San Juan, el cual busca promover el desarrollo de los pequeños proveedores y potenciar sus materias primas locales.

Desde el 2008 trabajamos con cuatro Proveedores Locales, quienes nos abastecen de:

- Cebolla Pre-elaborada
- Papa Pre-elaborada
- Zapallo Pre-elaborado
- Zanahoria Pre-elaborada
- Ensalada de fruta
- Pan
- Colaciones
- Transporte y guía

Además concretamos, en conjunto con nuestro cliente Barrick y el gobierno local, un acuerdo de compra mensual de nueve toneladas de tomate triturado con el proveedor sanjuanino ALMAR, quien comenzará a proveer a todos nuestros contratos en Argentina.



El desarrollo de estos programas es fundamental para nuestra empresa, pues contribuimos con el desarrollo de la comunidad local, colaboramos con el Gobierno Provincial para mejorar la calidad de vida de la gente y, al mismo tiempo, agregamos valor en toda la cadena de la alimentación segura y saludable.

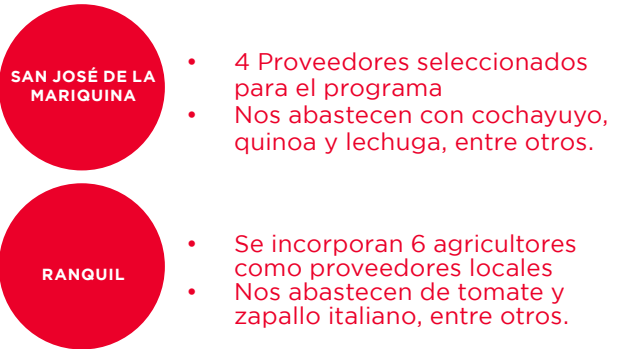
CHILE

En Chile esta alianza productiva permite a los microempresarios recibir asesoría y capacitación durante 18 meses por parte de nuestra empresa y de la red de organismos asociados a Fundación AcercaRedes, colaborador de Aramark en el proyecto.

Al inicio del proceso se realiza una auditoria para conocer los estándares de calidad y buenas prácticas. Este proyecto permite que las empresas y comunidades se vinculen desde el negocio y desde sus capacidades, aportando con nuevas herramientas que les permiten realizar mejor su trabajo.

ARAUCO

En una alianza entre Arauco y Aramark se trabaja con once productores, seis de Ránquil, cuatro de Mariquina y uno de Iloca. Ayudamos a las productoras a desarrollar el aprendizaje que exigen las auditorías, las cuales miden estándares de calidad y prácticas de manufactura, según normas internacionales.



Además del programa corporativo de Aramark, estos proveedores cuentan con el apoyo del programa de Desarrollo Local del Instituto de Desarrollo Nacional Agropecuario (INDAP).

COOPERATIVA AGRÍCOLA DE PICA

El acuerdo comercial entre la Cooperativa Agrícola de Pica, Aramark y Collahuasi ha significado alrededor de \$308.783.100 en compras en el año 2016, con un importante desarrollo de los agricultores de la zona.

Este acuerdo ha sido posible gracias al trabajo de casi una década y ha abastecido a Aramark de:

- Tomate larga vida
- Limones
- Naranjas
- Tangelos
- Huevos

Esta alianza se ha realizado con el fin de rescatar y hacer crecer la agricultura de esta zona para apoyar su desarrollo como proveedores, aumentar compras locales y mejorar oportunidades de crecimiento mediante capacitaciones, auditorías, asesorías especializadas y el financiamiento de esta nueva entidad.

“Con el tiempo se les convenció a los agricultores del valor de cumplir con los estándares de calidad que se nos pide en la minería, para así transformarse en proveedores formales. Hoy hemos podido replicar este modelo en otras comunidades y establecimos una política que exige que el 20% de las compras de productos hortofrutícolas se realice a productores locales, cercanos a nuestras operaciones a lo largo de todo Chile.”

Alejandro Cozzi, VP Operaciones Minería y Sitios Remotos Sudamérica

MODELO DE DISTRIBUCIÓN Y ALMACENAMIENTO

En Aramark estamos constantemente mejorando la forma en la que almacenamos y distribuimos los productos, puesto que para nuestra empresa es muy importante contar con estándares de alta calidad y en las mejores condiciones para nuestros clientes.

En Aramark Chile contamos con un Centro de Distribución ubicado en la Región Metropolitana, que abastece a la mayoría de las instalaciones donde prestamos servicios de alimentación y facility.

Este centro cuenta con implementación y personal necesario para resguardar los productos bajo estrictas normas de seguridad. Cuenta con diferentes espacios de temperaturas ambiente y temperaturas controladas, asegurando así mantener la cadena de frío y la integridad de todos los productos que se almacenan en el mismo, en función de las características de cada uno.



Una vez que los productos son solicitados y preparados, se cargan en camiones acondicionados con las características que estos requieran, para posteriormente ser despachados a cada una de las instalaciones donde operamos en todo el país, cumpliendo de esta manera con la normativa vigente.



**MEDIO
AMBIENTE**

MEDIO AMBIENTE

Estamos comprometidos con el cuidado del medio ambiente, por lo que utilizamos nuevas tecnologías que nos permiten reducir nuestro consumo energético y crear beneficios medioambientales a largo plazo.

CARACTERIZACIÓN DE DESECHOS Y ECO-EQUIVALENCIAS

En el 2015 la alta dirección de Aramark Sudamérica se propuso analizar de manera integral nuestro proceso productivo 5P en el área Food; considerando desechos, emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) y consumo hídrico.



APLICACIÓN DEL ESTUDIO MEDIO AMBIENTAL

Entre noviembre de 2015 y marzo de 2016 (ciclo primavera-verano) el área de RSE, en conjunto con el área de Excelencia Operacional (OpX), realizó el Estudio de Caracterización de Desechos y Eco-equivalencias (Emisiones de GEI y Consumo Hídrico), el cual se llevó a cabo en una muestra de casinos de distintas líneas de negocios, los que fueron seleccionados según criterios de representatividad definidos entre OpX y Operaciones.

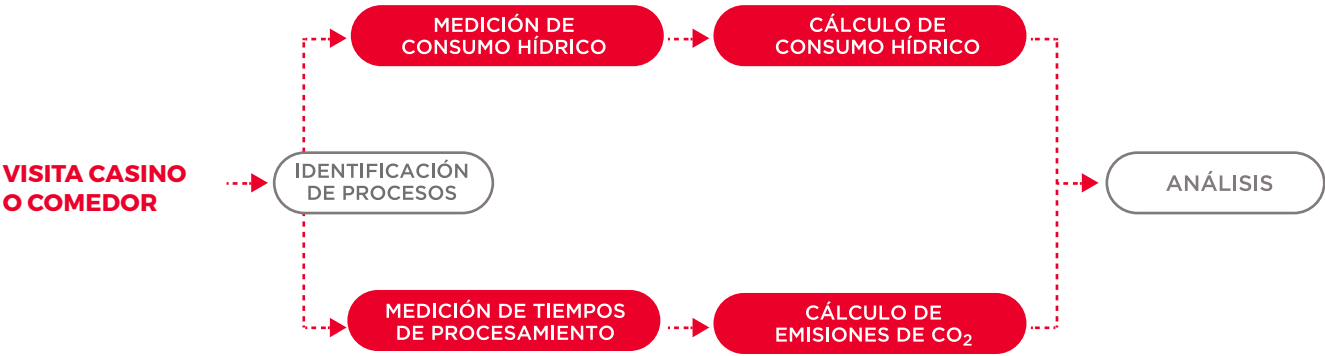
OBJETIVO PRINCIPAL

Conocer la emisión de CO₂ y consumo hídrico en ciclo primavera-verano

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Caracterizar y medir la sobreproducción de alimento

¿CÓMO LO HICIMOS?



El estudio abordó diferentes aspectos, como:

- Categorización de los residuos en producción
- Balance y cálculo de CO₂ (Gestión de Recursos WFP y GHG Protocols)
- Educación ambiental

- Alcance 1 > emisiones directas que son fuentes controladas por la empresa, como el gas utilizado para la producción.
- Alcance 2 > emisiones indirectas relacionadas al uso de la energía, como la electricidad.

El resultado principal de este estudio en su dimensión medioambiental es la cantidad de CO₂ emitido en el total de los casinos evaluados en función de los siguientes alcances:

| ALCANCE 1 | ALCANCE 2 | TOTAL CO ₂ |
|-----------|------------|-----------------------|
| 14,46 TON | 171,84 TON | 186,3 TON |

Este resultado fue llevado a eco-equivalencias para facilitar su comprensión.

186,8 TON
DE CO₂ EQUIVALEN A:



Esta información es sumamente importante para que podamos tomar decisiones a corto, mediano y largo plazo en relación a la disminución del consumo hídrico, la optimización de procesos y disminución del CO₂ emitido, entre otros factores.

ARAMARK SE PREOCUPA DEL
CUIDADO DE NUESTRO PLANETA

El despilfarro de comida tiene un alto impacto negativo en el medio ambiente. Según un estudio de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (“FAO”) alrededor de un tercio de la producción de alimentos para el consumo humano en todo el mundo se desperdicia, lo que equivale a 1.300 millones de toneladas al año aproximadamente.



Según la **FAO**, “la superficie de tierra utilizada para producir alimentos que nadie come, equivaldría al segundo país más grande en el mundo”

El desperdicio no es sólo de comida, sino que también existe un exceso de recursos destinados a la producción de alimentos, un uso innecesario de espacios en vertederos, emisiones de gases y líquidos contaminantes.



La Huella de Carbono de los alimentos producidos a nivel global que no son consumidos equivale aproximadamente a 3.300 millones de toneladas de CO₂, lo que se compara con el consumo del tercer emisor de CO₂ más grande del mundo.

CAMPAÑAS MEDIOAMBIENTALES

En Aramark Sudamérica fomentamos el cuidado y conciencia por el medioambiente, creando e impulsando programas y prácticas sustentables que buscan reducir el impacto medioambiental.

CAMPAÑA AHORRO DE RECURSOS, ARGENTINA

En Argentina, con el fin de crear conciencia sobre la preservación de los recursos naturales, nos sumamos a la campaña interna en nuestras oficinas y comedores con mensajes directos para el ahorro energético e hídrico.



CAMPAÑAS DE RECICLAJE

ARGENTINA

Fundación Garrahan: Es una fundación sin fines de lucro que a través del reciclaje obtiene recursos para apoyar el desarrollo integral del Hospital Garrahan y además contribuye al medioambiente y a su protección.



Fundación Equidad: Transforma computadoras en desuso en equipos listos para ser donados a escuelas y organizaciones, reduciendo la brecha digital y, al mismo tiempo, mitigando el impacto ambiental de los residuos electrónicos.

En Aramark Argentina se donaron 20 CPU, 20 monitores, 18 impresoras, entre otros en el año 2016.



Fundación Sí: En Aramark Argentina se recolectó ropa y útiles para ser donados a Fundación Sí, institución que ayuda a personas en situación de vulnerabilidad.

El 95% de la ropa en desuso puede ser reciclada y tener una segunda vida. Con esta iniciativa se contribuye de manera importante al medioambiente, ya que el ciclo de producción de una camiseta requiere el consumo de 2.100 litros de agua desde el cultivo del algodón hasta la fabricación de la prenda.



CHILE

El Cambio es Nuestro: Esta campaña tiene como objetivo generar conciencia ambiental y, a su vez, responsabilizarnos del uso de dos tipos de residuos: aceite y papel. Articulamos ambas campañas gracias a la colaboración con diferentes instituciones alcanzando importantes resultados, que dan continuidad a los programas implementados en años anteriores.



Fundación San José: Es una fundación sin fines de lucro, que a través del reciclaje ayuda a mujeres en conflicto con su embarazo y niños en situación de vulnerabilidad.



Por haber superado los 100 kilos de papel para reciclar, **la Fundación nos entregó un certificado de donación.**

BIOILS: Es una empresa que se dedica a recolectar aceites vegetales usados en diferentes lugares, como casinos, restaurantes, etc.

En Aramark hemos implementado este sistema en más de 150 casinos a lo largo del país y cada día se van incorporando más. La frecuencia de retiro se acomoda a cada necesidad, ya sea quincenal, mensual, etc.



Durante el año fiscal 2016 se reciclaron 15.822,44 litros de aceite, lo que equivale a no contaminar 47.467,32 piscinas olímpicas.

Recycla: Es una empresa que busca contribuir con la Responsabilidad Social de las empresas a través del reciclaje de residuos eléctricos y metales no ferrosos. En febrero de 2016, Aramark realizó una recolección de componentes electrónicos, para posteriormente ser reciclados y así contribuir con el cuidado del medio ambiente.



Actualmente, la contribución medioambiental que Aramark realiza con este tipo reciclaje ha significado la reducción de 3.607 kg de basura dispuesta para vertederos.



Al reciclar una tonelada de acero se consiguen las siguientes reducciones, comparadas con la extracción de una tonelada de manera convencional:

- Consumo de energía: 74%
- Contaminación del aire: 86%
- Consumo de agua: 40%
- Contaminantes del agua: 76%
- Residuos mineros: 96%

GESTIÓN DE RECURSOS

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE AHORRAR ENERGÍA?

Si gastamos menos energía disminuimos la presión de aumentar el suministro, de construir nuevas centrales que nos provean de energía o importar energía de otros países.

Ahorrar energía nos reporta muchos beneficios, reduciendo la cuenta de gastos básicos, al mismo tiempo que protegemos el medioambiente.

Creemos que es fundamental el desarrollo de las generaciones futuras y por ello nos hemos preocupado de medir nuestro gasto energético, con el fin de conocer nuestro impacto ambiental, información que nos permite generar planes para proteger el medioambiente.

| CONSUMO ENERGÉTICO ARAMARK SUDAMERICA | | | | | | |
|---------------------------------------|--------------------------------|---------|--------------------------------|---------|---------------------------------|---------|
| País | Electricidad (miles de kwh) | | Gas (miles m ³) | | Agua (miles m ³) | |
| | FY 2015 | FY 2016 | FY 2015 | FY 2016 | FY 2015 | FY 2016 |
| Chile | 7442,8 | 7289,0 | 998,9 | 790,6 | 410,1 | 459,8 |
| Argentina | 999,2 | 377,8 | 144,9 | 180,7 | 7,1 | 7,3 |
| Total | 8442,0 | 7666,8 | 1143,8 | 971,3 | 417,2 | 467,1 |

CONSUMO ELÉCTRICO



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

Para promover el uso adecuado de la electricidad hemos instalado señaléticas que apuntan a evitar el sobre consumo en los lugares que no se requiera, asimismo mantenemos los equipos en óptimas condiciones para que su funcionamiento no afecte a la red eléctrica.

CONSUMO DE COMBUSTIBLE



En nuestras instalaciones son múltiples los aparatos que utilizan gas. Por ello, constantemente orientamos a nuestros trabajadores a que se preocupen por mantener los aparatos en buen estado, utilizarlos en las condiciones que se indican en las fichas de fábrica y no utilizar los aparatos cuando sea innecesario.

EMISIONES DE CO₂e

Para este período, al igual que en el año fiscal anterior, medimos nuestras emisiones sobre la base del transporte, principal fuente de generación de gases de efecto invernadero, que corresponden a emisiones de alcance 3 al tratarse de emisiones indirectas.

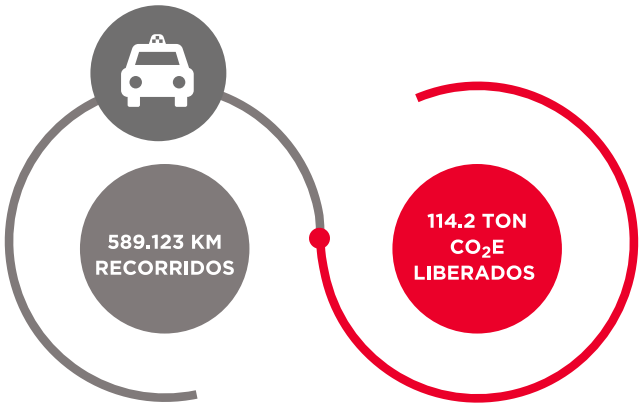
La medición consideró todos los viajes que realizó nuestro personal en radiotaxi y los desplazamientos en bus.

El impacto del transporte en bus del área corporativa de Aramark (en la Región Metropolitana de Chile), fue calculado transformando a toneladas de CO₂e arrojadas al ambiente.

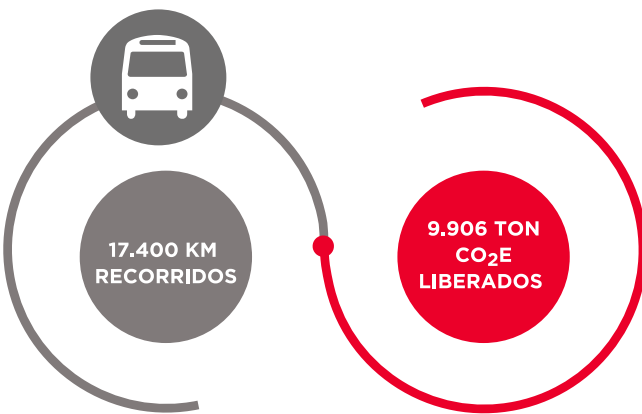
Este diagnóstico, que se realiza sólo en Chile, nos permite generar estrategias de mediano y largo plazo, enfocadas en mitigar la generación de CO₂e y posteriormente, disminuir los impactos que éste provoca en el medioambiente.

Nuestra meta para el siguiente reporte de sostenibilidad es dar cobertura a las emisiones de los traslados de todas nuestras operaciones en el país con el objetivo de gestionar estos impactos también.

VIAJES EN RADIOTAXI



VIAJES EN BUS



INDICADORES GRI

| CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES | | | |
|------------------------------|--|---|--------|
| Estrategia y análisis | | | |
| CÓDIGO GRI | NOMBRE INDICADOR | UBICACIÓN O COMENTARIO | PÁGINA |
| G4-1 | Declaración del responsable principal de las decisiones de la organización (la persona que ocupe el cargo de director ejecutivo, presidente o similar) sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia de esta con miras a abordar dicha cuestión. | Carta del Presidente Aramark Sudamérica | 6 |
| Perfil de la Organización | | | |
| G4-3 | Nombre de la organización. | Nuestra compañía | 16-17 |
| G4-4 | Marcas, productos y servicios más importantes de la organización. | Nuestra compañía | 17 |
| G4-5 | Lugar donde se encuentra la sede de la organización. | Nuestra compañía | 16 |
| G4-6 | Se describe en cuántos países opera la organización y se nombra aquellos países donde la organización lleva a cabo operaciones significativas o que tienen una relevancia específica para los asuntos relacionados con la sostenibilidad que se abordan en la memoria. | Nuestra compañía | 16 |
| G4-7 | Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica. | Nuestra compañía | 16 |
| G4-8 | Se indica a que mercados se sirve (con desglose geográfico, por sectores y tipos de clientes y destinatarios). | Nuestra compañía | 16 |

| CÓDIGO GRI | NOMBRE INDICADOR | UBICACIÓN O COMENTARIO | PÁGINA |
|------------|---|---|------------------------|
| G4-9 | Se determina la escala de la organización, indicando: Número de empleados; número de operaciones; y cantidad de productos o servicios que se ofrecen. | Nuestra compañía, Nuestros Trabajadores | 16-17; 40-41 |
| G4-10 | a. Tamaño de la plantilla por empleados, trabajadores contratados y sexo. b. Tamaño de la plantilla por región y sexo. c. Indique si una parte sustancial del trabajo de la organización lo desempeñan trabajadores por cuenta propia reconocidos jurídicamente, o bien personas que no son empleados ni trabajadores contratados, tales como los empleados y los empleados subcontratados por los contratistas. d. Comunique todo cambio significativo en el número de trabajadores (por ejemplo, las contrataciones estacionales en la temporada turística o en el sector agrícola). | Nuestros trabajadores | 40-41 |
| G4-11 | Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos. | Relaciones Laborales | 58-59 |
| G4-12 | Describa la cadena de suministro de la organización. | Modelo de Distribución y Almacenamiento | 92-93 |
| G4-13 | a. Se indican cambios significativos que hayan tenido lugar durante el periodo objeto de análisis de la memoria, en el tamaño, la estructura, la propiedad accionarial o la cadena de suministro de la organización. | En 2016 no se registraron cambios en la estructura de la propiedad de la empresa. | - |
| G4-14 | Indique cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución. | <ul style="list-style-type: none">Salud y Seguridad Ocupacional de nuestros TrabajadoresSalud y Seguridad del Cliente y ConsumidorEvaluación de nuestros Proveedores. | 64-68; 85; 88-89 |
| G4-15 | Elabore una lista de las cartas, los principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado. | Principios de Responsabilidad Social | 20 |

| CÓDIGO GRI | NOMBRE INDICADOR | UBICACIÓN O COMENTARIO | PÁGINA |
|--|---|---------------------------------------|--------|
| G4-16 | Elabore una lista de las asociaciones (por ejemplo, las asociaciones industriales) y las organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece y en las cuales: - Ostente un cargo en el órgano de gobierno; - Participe en proyectos o comités - Realice una aportación de fondos notable, además de las cuotas de membresía obligatorias; - Considere que ser miembro es una decisión estratégica. Esta lista incumbe fundamentalmente a las membresías de titularidad de la organización. | NO APLICA | - |
| Aspectos materiales y Cobertura | | | |
| G4-17 | a. Elabore una lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes. b. Señale si alguna de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes no figuran en la memoria. La organización puede aportar este Contenido básico mediante una referencia a la información publicada y disponible en los estados financieros consolidados u otros documentos equivalentes. | NO APLICA | - |
| G4-18 | a. Describa el proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada Aspecto. b. Explique cómo ha aplicado la organización los Principios de elaboración de memorias para determinar el Contenido de la memoria. | Proceso de materialidad y metodología | 10-11 |
| G4-19 | Elabore una lista de los Aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria. | Temas materiales 2016 | 12-13 |
| G4-20 | Cobertura dentro de la organización de cada Aspecto material. | Temas materiales 2016 | 12-13 |
| G4-21 | Cobertura dentro de la organización de cada Aspecto material. | Temas materiales 2016 | 12-13 |

| CÓDIGO GRI | NOMBRE INDICADOR | UBICACIÓN O COMENTARIO | PÁGINA |
|--|--|--|--------|
| G4-22 | Describa las consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas. | En este reporte no existen reformulaciones de datos presentados anteriormente. | - |
| G4-23 | Señale todo cambio significativo en el Alcance y la Cobertura de cada Aspecto con respecto a memorias anteriores. | Proceso de materialidad y metodología | 10-11 |
| Participación de los grupos de interés | | | |
| G4-24 | Lista de los grupos de interés vinculados a la organización. | La importancia de nuestros grupos de interés | 12 |
| G4-25 | En qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja. | La importancia de nuestros grupos de interés | 12 |
| G4-26 | Describa el enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés, incluida la frecuencia con que se colabora con los distintos tipos y grupos de partes interesadas, o señale si la participación de un grupo se realizó específicamente en el proceso de elaboración de la memoria. | La importancia de nuestros grupos de interés | 12 |
| G4-27 | Señale qué cuestiones y problemas clave se han identificado a raíz de la participación de los grupos de interés y describa la evaluación hecha por la organización, entre otros aspectos mediante su memoria. Especifique qué grupos de interés plantearon cada uno de los temas y problemas clave. | Proceso de materialidad y metodología | 10-13 |
| Perfil de la memoria | | | |
| G4-28 | Periodo objeto de la memoria (por ejemplo, año fiscal o año calendario). | Límites y Alcances | 10 |
| G4-29 | Fecha de la última memoria (si procede). | Límites y Alcances | 10 |
| G4-30 | Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.). | Límites y Alcances | 10 |
| G4-31 | Facilite un punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido de la memoria. | Datos editoriales y autorías | 115 |

| CÓDIGO GRI | NOMBRE INDICADOR | UBICACIÓN O COMENTARIO | PÁGINA |
|--------------------|---|---|-----------------|
| G4-32 | a. Se Indica qué opción «de conformidad» con la Guía ha elegido la organización. b. Se Facilita el Índice de GRI de la opción elegida. c. Se Facilita la referencia al informe de Verificación externa si la memoria se ha sometido a tal verificación. GRI recomienda la verificación externa, aunque no es obligatoria para que la memoria sea «de conformidad» con la Guía. | <ul style="list-style-type: none">Límites y AlcancesListado de Indicadores 2016 | 10; 107-114 |
| G4-33 | a. Describa la política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria. b. Si no se mencionan en el informe de verificación adjunto a la memoria de sostenibilidad, indique el alcance y el fundamento de la verificación externa. c. Describa la relación entre la organización y los proveedores de la verificación. d. Señale si el órgano superior de gobierno o la alta dirección han sido partícipes de la solicitud de verificación externa para la memoria de sostenibilidad de la organización. | Aramark no realiza verificación externa de los Reportes de Sostenibilidad. | - |
| Gobierno | | | |
| G4-34 | Describa la estructura de gobierno de la organización, sin olvidar los comités del órgano superior de gobierno. Indique qué comités son responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales. | Gobierno Corporativo | 32-33 |
| Ética e integridad | | | |
| G4-56 | Describa los valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos. | <ul style="list-style-type: none">Propuesta de valor de nuestra compañíaÉtica corporativa y código de conducta | 24-25; 28-29 |

| CÓDIGO GRI | NOMBRE INDICADOR | UBICACIÓN O COMENTARIO | PÁGINA |
|--------------------------------|---|---|---------|
| CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS | | | |
| ECONOMÍA | | | |
| Desempeño Económico | | | |
| G4-EC2 | Consecuencias económicas y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización que se derivan del cambio climático. | Dimensión económica | 36-37 |
| G4-EC4 | Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno. | Desarrollo interno | 42 |
| MEDIO AMBIENTE | | | |
| Energía | | | |
| G4-EN3 | Consumo energético interno. | Gestión de recursos | 105 |
| G4-EN4 | Consumo energético externo. | <ul style="list-style-type: none">Gestión de recursosEmisiones CO2 | 105-106 |
| G4-EN6 | Reducción del consumo energético. | Campañas medioambientales | 100-104 |
| Agua | | | |
| G4-EN8 | Captación total de agua según la fuente. | Gestión de recursos | 105 |
| Emisiones | | | |
| G4-EN15 | Emisiones directas de gases de efecto invernadero (alcance 1). | Gestión de recursos | 105 |
| G4-EN16 | Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (alcance 2). | Gestión de recursos | 105 |
| G4-EN17 | Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (alcance 3). | Emisiones CO2 | 106 |
| G4-EN18 | Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero. | Emisiones CO2 | 106 |
| G4-EN19 | Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero. | Campañas medioambientales | 100-104 |
| G4-EN20 | Emisiones de sustancias que agotan el ozono. | <ul style="list-style-type: none">Gestión de recursosEmisiones CO2 | 105-106 |
| Efluentes y residuos | | | |
| G4-EN22 | Vertido total de aguas, según su calidad y destino. | Gestión de recursos | 105 |

| CÓDIGO GRI | NOMBRE INDICADOR | UBICACIÓN O COMENTARIO | PÁGINA |
|---|---|--|----------------|
| Productos y servicios | | | |
| G4-EN27 | Grado de mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios. | <ul style="list-style-type: none">Aramark se preocupa de nuestro planetaCampañas medioambientales | 99; 100-104 |
| Transporte | | | |
| G4-EN30 | Impactos ambientales del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como el transporte de personal. | Emisiones CO2 (este incluiría solo transporte de personal) | 106 |
| Evaluación ambiental de los proveedores | | | |
| G4-EN32 | Porcentaje de nuevos proveedores que se examinan en función de criterios. | Evaluación de nuestros proveedores | 88-89 |
| DESEMPEÑO SOCIAL | | | |
| PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO | | | |
| Empleo | | | |
| G4-LA1 | Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, por sexo, y por región. | <ul style="list-style-type: none">Nuestros trabajadoresRotación | 40-41; 58 |
| G4-LA2 | Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no se ofrecen a los empleados temporales o a media jornada, desglosadas por ubicaciones significativas de actividad. | Beneficios sociales de los trabajadores | 61-63 |
| Salud y seguridad en el trabajo | | | |
| G4-LA5 | Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de salud y seguridad conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo. | <ul style="list-style-type: none">Comité paritario | 68 |
| G4-LA8 | Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con los sindicatos. | Beneficios sociales de los trabajadores | 61-63 |

| CÓDIGO GRI | NOMBRE INDICADOR | UBICACIÓN O COMENTARIO | PÁGINA |
|---|--|---|---------------------|
| Capacitación y educación | | | |
| G4-LA9 | Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral. | Desarrollo interno | 42-43 |
| G4-LA10 | Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales. | <ul style="list-style-type: none">Desarrollo internoComunidad ArgentinaComunidad Chile | 42; 73; 74-75 |
| G4-LA11 | Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional. | Gestión del desempeño. | 50-53 |
| Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales | | | |
| G4-LA16 | Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación. | <ul style="list-style-type: none">Relaciones laborales | 58-60 |
| RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS Y SERVICIOS | | | |
| Salud y seguridad de los clientes | | | |
| G4-PR5 | Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes. | <ul style="list-style-type: none">Encuesta Global al Cliente.Encuesta de satisfacción de Consumidores. | 83-84 |

Para más información, comentarios o sugerencias, escriba a:

Chile:
Cecilia Williams
Jefa de Comunicaciones Estratégicas y Responsabilidad Social
williams-cecilia@aramark.cl

Argentina:
Laura Zahon
Líder de Responsabilidad Social
zahon-laura@aramark.com.ar
Este reporte fue elaborado por:

Gestión de contenidos:
Constanza Urrutia
Favio Lagos

Redacción y edición:
Alejandra Quiñones

Diseño:
Extend Comunicaciones

Fotografías:
Aramark Corp. The Market
Archivo fotográfico Aramark Sudamérica

