



2017

REPORTE DE SOSTENIBILIDAD
SUDAMÉRICA

aramark 



MUNDO ARAMARK

BIENVENIDO AL MUNDO ARAMARK,
EN EL QUE SE INTEGRAN
SERVICIOS DE EXCELENCIA
PARA CREAR EXPERIENCIAS QUE
ENRIQUECEN Y NUTREN LA VIDA.



ÍNDICE



01

06

CARTA DEL PRESIDENTE



02

08

SOBRE EL REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

- LÍMITES Y ALCANCES
- ANÁLISIS DE MATERIALIDAD
- ASPECTOS MATERIALES PARA NUESTRA GESTIÓN DE RSE



05

34

PROPUESTA DE VALOR

- NUESTRAS MARCAS
- CLIENTES Y CONSUMIDORES
- INNOVACIÓN



06

42

NUESTROS TRABAJADORES

- DIVERSIDAD E INCLUSIÓN
- OPORTUNIDADES DE DESARROLLO
- EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO
- CULTURA DE RECONOCIMIENTO
- PROGRAMA DE COMPROMISO
- COMUNICACIONES INTERNAS
- ROTACIÓN
- RELACIONES LABORALES
- BENEFICIOS SOCIALES DE LOS TRABAJADORES
- SEGURIDAD LABORAL
- COMITÉS PARITARIOS



03

14

PRINCIPIOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

- IMPACTOS DE SOSTENIBILIDAD
- COMPROMISO CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



04

22

NUESTRA ORGANIZACIÓN

- RESULTADOS FINANCIEROS
- NUESTRO COMPROMISO
- ÉTICA CORPORATIVA
- GOBIERNO CORPORATIVO



07

82

GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL

- COMPROMISOS CORPORATIVOS
- BIENESTAR ANIMAL
- CADENA DE VALOR
- GESTIÓN EFICIENTE



08

96

COMPROMISO CON LAS COMUNIDADES

- VOLUNTARIADO CORPORATIVO
- VOLUNTARIO DESTACADO DEL AÑO
- VÍNCULOS SOCIALES



09

108

EL ROL DE ARAMARK COMO ALIADO ESTRATÉGICO

- NUESTROS COMPROMISOS
- IMPACTOS COLABORATIVOS
- IMPACTOS CORPORATIVOS
- ALIANZAS Y ASOCIACIONES

01

CARTA DEL
PRESIDENTE

Somos 17 mil personas las que damos vida a las empresas Aramark. 17 mil historias que día a día trabajamos por crear experiencias que construyan nuestro mundo Aramark. Entendemos que en cada uno de los **250 mil servicios que entregamos a diario**, una sonrisa o saludo afectuoso pueden crear un momento especial para el consumidor y tener un impacto positivo en su día.

Sabemos que la **excelencia en el servicio** no sólo se traduce en los indicadores de gestión, sino también en la generación de estos **momentos y experiencias con nuestros clientes**. Por eso nos inspiramos en personas como Isabel Jiménez, trabajadora de la zona norte de Chile y miembro del Círculo de Estrellas, quien destaca por representar nuestros valores, entregando a diario su máximo esfuerzo.

Para que nuestro servicio sea de excelencia y podamos alcanzar el éxito del negocio, es clave contar con **el compromiso y la pasión de nuestros trabajadores**. Ellos son el reflejo de las empresas Aramark y es por esto que buscamos crear una cultura de participación y compromiso, potenciando sus oportunidades y asegurando un desarrollo integral.

Como empleadores de más de 270 mil personas en todo el mundo, enfrentamos un importante desafío: **impulsar la diversidad**, en su más amplia definición, incluyendo entre otras dimensiones la brecha de género, el movimiento migratorio y la inclusión plena de personas con discapacidad. Esta mirada de la diversidad está en la **esencia de nuestra cultura corporativa** y nos fortalece para acompañar las necesidades de clientes y consumidores.

Buscamos compartir esta experiencia y potenciar el impacto que generamos, articulando proyectos como **socios estratégicos junto a nuestros clientes**, asumiendo compromisos con el entorno y las comunidades, que definen las líneas de acción en sostenibilidad y responden a desafíos locales y globales.

De cara al futuro queremos liderar con el ejemplo, **dejando huella en cada una de las relaciones que construimos**, porque esa es nuestra esencia: somos una empresa de personas, que trabajamos apoyando a otros a progresar, cumplir sueños y avanzar juntos hacia el desarrollo sustentable, otorgando **servicios con altos estándares de calidad**, acordes a cada cliente y consumidor.

Todos los días vivimos experiencias enriquecedoras y son éstas las que nos mueven para lograr **momentos únicos** y generar sensaciones de satisfacción. Nos desafiamos para que la innovación sea parte de nuestro negocio y así entregar espacios confortables y sabores inigualables.

Quiero agradecer a nuestros trabajadores porque son los encargados de entregar un servicio de alto estándar a nuestros consumidores y esforzarse cada día por mejorar. A las comunidades por permitirnos aportar desde nuestro lugar, y a nuestros clientes por darnos la confianza y la oportunidad de hacer lo que nos mueve: crear experiencias que enriquezcan y nutran la vida.



Eduardo Rojas
Presidente de Aramark Sudamérica



02

SOBRE EL
REPORTE DE
SOSTENIBILIDAD

SOBRE EL REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

LÍMITES Y ALCANCES

El séptimo Reporte de Sostenibilidad de Aramark Sudamérica refleja el compromiso de nuestras empresas por seguir avanzando en un proceso transversal de integración de la gestión sostenible en las operaciones de servicios tanto en Chile como en Argentina, durante el año fiscal 2017 (de octubre 2016 a septiembre 2017).

Este documento fue elaborado en línea con los parámetros de la “Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad G4” de Global Reporting Initiative (GRI), bajo el formato “Esencial”, junto con los principios de la norma ISO 26000.

El Reporte se articula alrededor de los siguientes pilares de sostenibilidad:

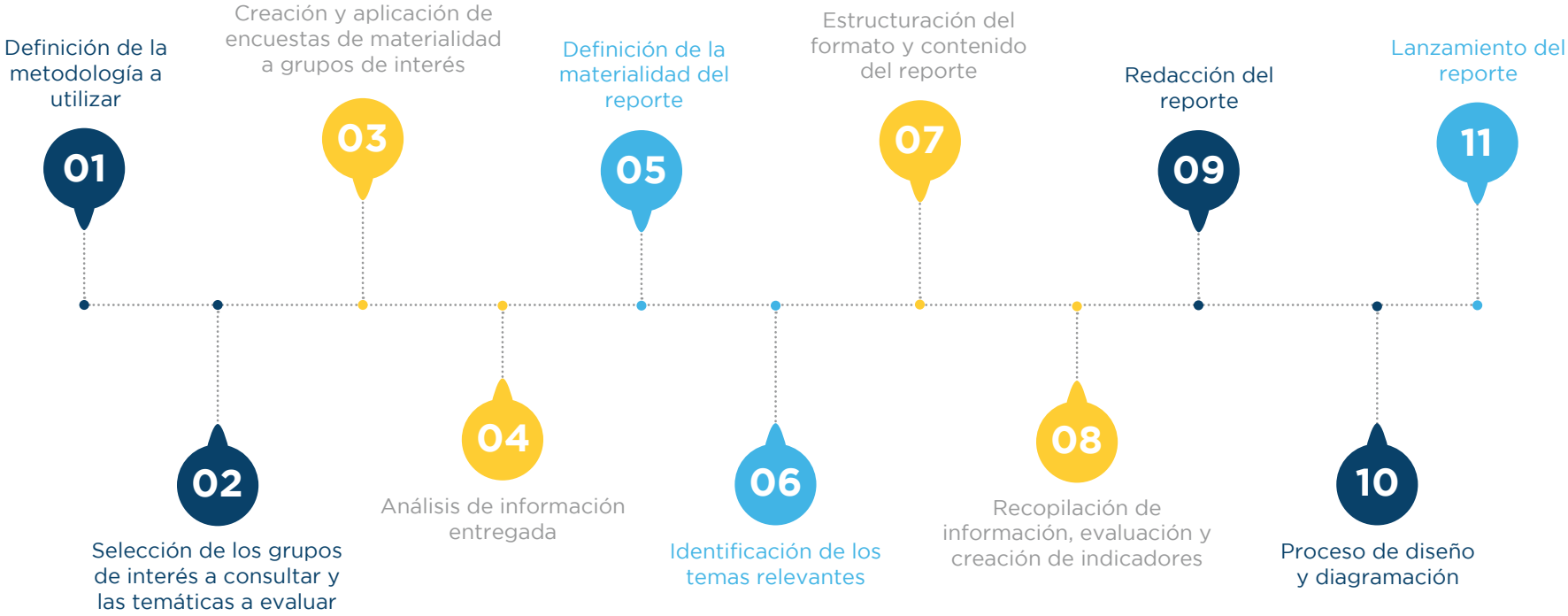


ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

Con el objetivo de entender los aspectos más relevantes del negocio para los grupos de interés con los que cada empresa de Aramark se relaciona, se realizó un análisis de materialidad que incluyó entrevistas y encuestas con trabajadores, clientes y proveedores. Esto en

línea con lo realizado en años anteriores como parte del proceso de análisis.

El resultado de este ejercicio y su entrega final se alcanzaron a través de las siguientes etapas:



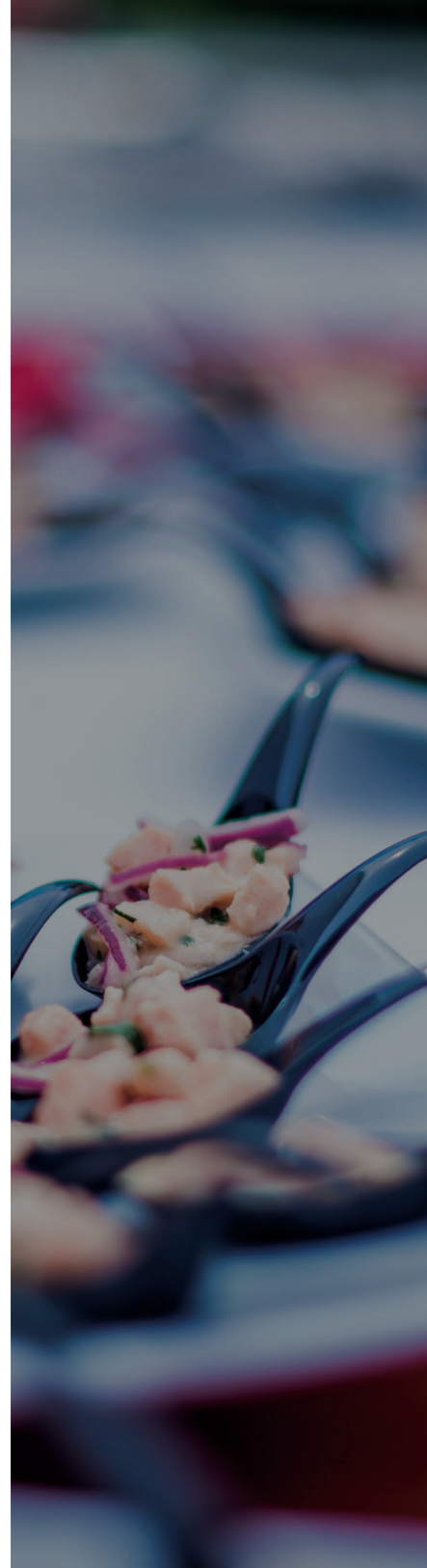


ASPECTOS MATERIALES PARA NUESTRA GESTIÓN DE RSE

El contenido del séptimo Reporte de Sostenibilidad fue seleccionado y elaborado según los criterios obtenidos del análisis de materialidad antes informado. La versión anterior de este Reporte corresponde al año fiscal 2016.

El siguiente cuadro presenta los temas materiales y su respectiva cobertura, involucrando a todos quienes se relacionan con el grupo de empresas Aramark y recogiendo las opiniones entregadas por los grupos de interés en las encuestas realizadas.

CATEGORÍA	TEMA MATERIAL	COBERTURA
PERFIL Y GOBIERNO CORPORATIVO	GESTIÓN DEL GOBIERNO CORPORATIVO	Dentro de las empresas Aramark
	CULTURA Y VALORES CORPORATIVOS	
	DIMENSIONES E IMPACTOS DEL NEGOCIO	
DESEMPEÑO ECONÓMICO	RESULTADOS FINANCIEROS	Dentro y fuera de las empresas Aramark
CLIENTES Y CONSUMIDORES	MEDICIÓN Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE Y CONSUMIDOR	
	INNOVACIÓN	
	SEGURIDAD Y SALUD DEL CONSUMIDOR	
PRÁCTICAS LABORALES	DOTACIÓN Y PERFIL DE LOS TRABAJADORES	Dentro de las empresas Aramark
	COMPROMISOS DE DIVERSIDAD E INCLUSIÓN	
	OPORTUNIDADES DE CAPACITACIÓN Y DESARROLLO	
	CICLO DE EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO	
	RECONOCIMIENTO Y FOMENTO DEL COMPROMISO	
	RELACIONES LABORALES	
	BENEFICIOS PARA LOS TRABAJADORES	
GESTIÓN AMBIENTAL	SALUD Y SEGURIDAD LABORAL	Dentro y fuera de las empresas Aramark
	BIENESTAR ANIMAL	
	GESTIÓN DE LA CADENA DE VALOR	
	GESTIÓN DE RESIDUOS	
COMUNIDADES	PRÁCTICAS SOSTENIBLES	
	VOLUNTARIADO CORPORATIVO	
	COMPROMISOS CON LA COMUNIDAD	
ALIADOS ESTRATÉGICOS	FOCOS DE ACCIÓN	
	ALIANZAS CON CLIENTES	
	ASOCIACIONES Y PARTICIPACIÓN EN REDES	



03

PRINCIPIOS DE
RESPONSABILIDAD
SOCIAL



PRINCIPIOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

La cultura de Responsabilidad Social busca potenciar transversalmente las prácticas de sostenibilidad, asegurando el valor agregado que tiene para cada empresa y sus grupos de interés. Es así como a través de las líneas de acción con clientes, trabajadores, proveedores y comunidad:





IMPACTOS DE SOSTENIBILIDAD

Trabajamos para consolidar las relaciones con nuestros respectivos clientes como socios estratégicos, contando con diferentes programas e iniciativas que permitan generar un vínculo a largo plazo, logrando así:

Implementar diferentes proyectos de RSE en el

96%

DE LOS CLIENTES ESTRATÉGICOS,
que representan **más del 85% de nuestras ventas.**

Y que el

40%

DE ESTOS CLIENTES
PARTICIPE ACTIVAMENTE
en la implementación de proyectos estratégicos.

Gracias a estos esfuerzos se alcanzaron importantes impactos durante el año fiscal 2017.



1 de cada 3 altos cargos de nuestras empresas son ocupados por **mujeres**, rompiendo con la brecha de género.



Se donaron más de 40.000 kilos de **alimentos** a 140 instituciones sociales, a través de una alianza con Red de Alimentos.



Contamos en nuestras empresas con el 8% de trabajadores **migrantes**, por encima de la media de mercado de 5%¹.



Beneficiamos a más de 11.000 personas gracias al esfuerzo de nuestros **voluntarios corporativos.**



Se han generado oportunidades de empleo para más de 160 **personas con discapacidad** desde la creación del Programa de Inclusión Laboral para Personas con Discapacidad, incorporando hace más de 11 años el compromiso con la Diversidad e Inclusión.



Ampliamos la cobertura del programa de retiro de aceite vegetal usado, incorporando 5 regiones más.

¹ El 5% de la fuerza laboral en Chile pertenece a migrantes, según la empresa de reclutamiento especializado Michael Page.

Para alcanzar estos impactos se aplica un enfoque colaborativo, participando de forma continua en mesas técnicas y directivas de organismos que impulsan la RSE en red, tales como

Acción Empresas, Fundación Chile y el Comité de Sustentabilidad de la Asociación de Proveedores Industriales de la Minería (APRIMIN). Además, Aramark adscribe a los 10 Principios del

Pacto Global de la ONU para entender la Responsabilidad Social, la relación con sus grupos de interés y el vínculo comunitario, comprendiendo su incidencia en la cadena de valor de los clientes.

COMPROMISO CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

En el año 2015 la Organización de las Naciones Unidas promulgó los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) como un llamado universal a la adopción de medidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar el desarrollo sostenible de la sociedad. A través de la gestión sostenible, Aramark contribuye activamente a los ODS definidos en la Agenda 2030, asumiendo de esta manera el compromiso por desarrollar un negocio económicamente viable, amigable con el medioambiente y socialmente justo.

En las empresas Aramark enfocamos nuestra gestión de sostenibilidad en cuatro pilares: Medioambiente, Trabajadores, Comunidades y Proveedores. Todos los esfuerzos están orientados a generar una huella positiva y lograr cambios reales en nuestra sociedad. **Se trabaja entonces día a día intentando responder a 8 de los 17 Objetivos y sus respectivas metas.** Aquellos objetivos donde como empresas se puede generar un impacto cercano a nuestras líneas de negocios son los siguientes:



- Objetivo N° 2** Poner fin al hambre y asegurar el acceso de todas las personas a una alimentación saludable y nutritiva.
- Objetivo N° 3** Garantizar una vida sana y promover el bienestar universal.
- Objetivo N° 5** Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad y oportunidades de liderazgo a todos los niveles.
- Objetivo N° 8** Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de empleo decente, el emprendimiento, la creatividad, y la innovación y alentar la oficialización y el crecimiento de las microempresas y pequeñas y medianas empresas.
- Objetivo N° 10** Potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas.
- Objetivo N° 11** Apoyar los vínculos económicos, sociales y ambientales positivos entre las zonas urbanas, periurbanas y rurales fortaleciendo la planificación del desarrollo.
- Objetivo N° 12** Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles, para lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales y reducir las pérdidas de alimentos en las cadenas de producción y suministro.
- Objetivo N° 17** Fomentar y promover la constitución de alianzas eficaces en la esfera pública, público-privada y de la sociedad civil, aprovechando la experiencia y las estrategias de obtención de recursos de las alianzas.



A LO LARGO DE ESTE REPORTE DESCRIBIREMOS LAS DIFERENTES INICIATIVAS Y PROYECTOS QUE SE RELACIONAN CON CADA UNO DE ESTOS OBJETIVOS.



04

NUESTRA
ORGANIZACIÓN

NUESTRA ORGANIZACIÓN

A través de nuestras empresas de servicios de alimentación, aseo, gestión de instalaciones, proyectos y campamentos, cafetería, banquería y eventos, entregamos experiencias que enriquecen y nutren la vida. Operamos nuestros negocios en base a la responsabilidad social, poniendo foco en iniciativas que promuevan el desarrollo de una plantilla diversa, fomenten el bienestar de nuestros consumidores, protejan el medioambiente y fortalezcan a nuestras comunidades.

40

años de trayectoria en Chile.

80

años de experiencia en el mundo.

Aramark ocupa una posición estratégica en el mercado tanto por sus servicios como por altos estándares de calidad y seguridad.



EN SUDAMÉRICA...

Brindamos alimentación a más de

55 millones

de usuarios al año.

En Aramark Sudamérica prestamos servicios a lo largo de Chile y Argentina, atendiendo a clientes de los servicios de minería y sitios remotos, alimentación y aseo.

Mantenemos

300.000 millones

de m² de instalaciones.



270.000

empleados conforman el total de nuestros equipos de trabajo en el mundo.



Prestamos diferentes servicios a más de 2.500 clientes en el mundo:



Atendemos

5.400

casinos.



Ofrecemos más de

2.000 millones

de comidas al año.



Gestionamos

75 millones

de m² de instalaciones de nuestros clientes.



Hemos entregado nuestros servicios en

16 juegos olímpicos

desde 1968.

RESULTADOS FINANCIEROS

Las empresas de Aramark Chile y Argentina forman parte de la División Internacional de Aramark. Las ventas de alimentación y servicios en esta división presentaron una variación positiva de 3% versus el año anterior. En relación al resultado operacional, éste alcanzó un aumento del 6% versus 2016.

VENTAS

2.729,8

2016

2.808,2

2017

VARIACIÓN

+3%

RESULTADO OPERACIONAL

129,1

2016

137,0

2017

VARIACIÓN

+6%

Valores expresados en millones dólares americanos (USD).

NUESTRO COMPROMISO

NUESTRA MISIÓN

“Entregar experiencias que enriquezcan y nutran la vida”

NUESTROS VALORES

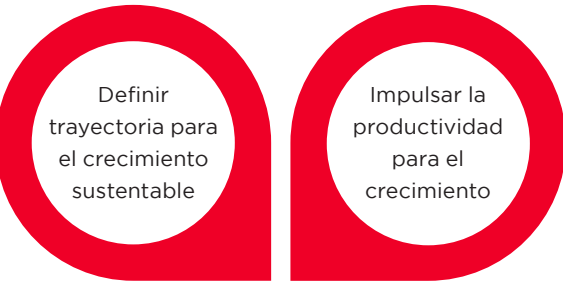
- » Vender y servir con pasión
- » Primera línea primero
- » Fijar metas, actuar, ganar
- » Integridad y respeto siempre

NUESTRO FOCO

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

MODELO DE EXCELENCIA

Aramark recoge el aprendizaje de los equipos con el fin de cumplir con los requerimientos y expectativas de los diferentes grupos de interés. Hoy el compromiso con el crecimiento y la mejora continua se plasma en el modelo de excelencia que Aramark implementa a nivel mundial. Este permite construir y transferir mejores prácticas globales, garantizando una mejor calidad y mayor productividad en nuestros servicios a nivel transversal.



PILARES DEL MODELO DE EXCELENCIA



Este Modelo de Excelencia permite implementar las mejores prácticas y procesos, garantizando la calidad de los servicios en el corto, mediano y largo plazo, en cada una de las empresas y aun cuando sus servicios y clientes sean diversos.

ÉTICA CORPORATIVA

Cada una de las empresas Aramark cuenta con una Política de Conducta de Negocios para todos los trabajadores de las empresas Aramark, conocida internamente como BCP por sus siglas en inglés (Business Conduct Policy). Esta Política describe los estándares éticos y de buenas prácticas de negocios al mismo tiempo que provee de pautas y recursos para trabajar éticamente, garantizando además el cumplimiento de la normativa de todos los países en que operamos y estableciendo mecanismos anónimos y confidenciales de denuncia independiente y de canalización de inquietudes.

Para Todos
Todos los trabajadores de Aramark sin excepción alguna deben actuar en función de la BCP. Todos son responsables de revisarla, entenderla y tomar nuestras decisiones éticas alineados con esta Política.

Para que la BCP alcance su objetivo, es responsabilidad de Aramark cumplir con las leyes y regulaciones locales, pero también es responsabilidad de cada uno de los trabajadores plantear inquietudes y denunciar posibles violaciones a la Política de Conducta de Negocios.

Cumplimiento responsable
Aramark asume la responsabilidad de actuar bajo lineamientos éticos y de sostenibilidad. En cada momento vela por el cumplimiento responsable de su actuar y cuenta con vías directas y confidenciales de comunicación a través de las cuales los trabajadores pueden plantear sus dudas y/o denunciar hechos que vayan en contra de los ideales éticos, prohibiendo todo tipo de represalia a quienes presenten denuncias.

Cada vez que se produce alguna situación o caso que amerite la intervención y apelación a la BCP, los departamentos del área Legal y Auditoría Interna serán quienes intervengan, en su rol de soporte operacional.



LOS PRINCIPALES ASPECTOS QUE CUBRE LA POLÍTICA DE CONDUCTA Y NEGOCIOS (BCP)

PRÁCTICAS Y ESTÁNDARES DE NEGOCIOS	
Conflictos de Interés	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 ACTIVOS DE LA COMPAÑÍA Y DE INFORMACIÓN DE PROPIEDAD EXCLUSIVA	
Activos de las Empresas	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



CAPACITACIÓN CONTINUA

Todos los trabajadores de rango profesional y/o con cargo de liderazgo deben realizar obligatoriamente una capacitación online sobre la Política de Conducta de Negocios y la Ley de Prácticas Corruptas en el Extranjero (FCPA) de Estados Unidos, que es de aplicación para Aramark como compañía con domicilio en ese país y que por tanto debe cumplir con las regulaciones norteamericanas. Dada la importancia de conocer y entender la BCP y de que los trabajadores la usen como una guía de conducta que les permita reconocer cualquier tipo de abuso, esta capacitación se renueva anualmente.

GOBIERNO CORPORATIVO

El gobierno corporativo de Aramark Sudamérica es dirigido por el actual presidente para la región, Eduardo Rojas, quien encabeza el Regional Management Team. Este equipo es el encargado de establecer las políticas y fijar objetivos a corto, mediano y largo plazo, además de la implementación de la estrategia del negocio, velando y asegurando el desarrollo sostenible y la rentabilidad. El presidente reporta directamente al Director Operativo de la División Internacional, Brent Franks.

ORGANIGRAMA

El siguiente organigrama representa la estructura del comité ejecutivo que lidera la compañía en Sudamérica, con responsabilidad directa sobre ambos países de la región, Argentina y Chile. Dentro del equipo de la alta dirección, 3 ejecutivas son mujeres y el 70% de los ejecutivos es chileno, contando con 3 ejecutivos extranjeros.

(*) Eduardo Rojas y Julio Sueldo se incorporaron con posterioridad al término del año fiscal 2017 pero antes del cierre de esta edición.





05

PROPUESTA
DE VALOR

PROPUESTA DE VALOR

El liderazgo adquirido en diferentes industrias permite desarrollar propuestas de valor diferenciadoras, pudiendo entregar servicios acordes a la necesidad de cada cliente y con altos estándares de calidad. Aramark busca convertirse en socio estratégico, aportando al cumplimiento de sus objetivos y generando sinergias que permitan entregar un servicio de excelencia y una experiencia satisfactoria.

La propuesta de valor de Aramark se basa en **cinco pilares fundamentales**:



Cada uno de estos elementos generadores de valor se alinea de manera óptima según los requerimientos y necesidades de cada cliente, los cuales incluyen los principales **aspectos diferenciadores de la oferta**.

- SEGURIDAD & CALIDAD**
Implementación de la **cultura Cero Daño**, a través de mejores prácticas y un esfuerzo continuo de prevención, orientada a garantizar la salud, seguridad y bienestar de consumidores y trabajadores.
- NUESTRA GENTE**
Integración y desarrollo de **capital humano** altamente productivo y motivado, acompañado de una gestión de excelencia en las relaciones laborales.
- TECNIFICACIÓN Y SISTEMAS**
Incorporación de equipos, tecnología y sistemas con foco en **eficiencia y productividad**.
- COMUNIDADES Y MEDIO AMBIENTE**
Operación responsable, vinculada con el entorno y alineada con las prioridades de los clientes.
- CADENA DE ABASTECIMIENTO**
Proveedores estratégicos y logística exclusiva que aseguran **excelencia y continuidad operacional**.

NUESTRAS MARCAS

Para mejorar la experiencia de clientes y consumidores finales, Aramark se enfoca en ofrecer productos y servicios que se adapten a cada sector. Día a día nos esforzamos por desarrollar mejores alternativas para satisfacer a los clientes, complementando así los servicios regulares que se entregan y comercializando diferentes marcas que responden a las expectativas de los consumidores.

La experiencia de servicio de cada una de nuestras marcas está basada en tres pilares:

OFERTA • SERVICIO • AMBIENTE



CLIENTES Y CONSUMIDORES

Clientes y usuarios constituyen uno de los grupos de interés clave por lo que están en el foco de la orientación al servicio de Aramark.

Para dar seguimiento a su satisfacción y opiniones, se realizan de manera constante evaluaciones a los clientes y usuarios que reciben nuestros servicios, implementando diferentes acciones dependiendo de los resultados obtenidos y de cada línea de servicio.

ENCUESTA GLOBAL AL CLIENTE

En particular respecto de clientes, su voz es fundamental para mejorar nuestros servicios. Valoramos sus opiniones y somos capaces de escucharlas, contando con herramientas como la Encuesta Global al Cliente para gestionarlas. Esta se implementa en cada empresa en simultáneo en todos los países en los que operamos, habiendo alcanzado este año un 92% de participación a nivel local.

Con los resultados obtenidos tras desplegar la encuesta en el año fiscal 2017, se trabajará para potenciar las fortalezas y responder a los desafíos planteados en cada área.

Los clientes nos premian dándonos a conocer que contamos con **excelentes equipos en terreno** y cumplimos las promesas consistentemente. Y este diagnóstico se complementa con sus declaraciones en relación a recomendación y preferencia: recomendarían Aramark a sus pares, a la vez que están interesados en renovar nuestros servicios.

Comprendemos asimismo que cada empresa Aramark, por la diferenciación de sus clientes y del foco de servicio que presta, debe interpretar los resultados arrojados por la medición acorde a su propia estrategia.

92%

DE PARTICIPACIÓN DE CLIENTES

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN
A CONSUMIDORES

La encuesta de satisfacción a consumidores tiene como objetivo mejorar los servicios en el día a día. Esta herramienta es muy importante ya que permite obtener resultados concretos que vienen directamente desde quienes reciben nuestros servicios.

Existen dos tipos de encuestas: presenciales y online, pensadas para cada tipo de consumidor, utilizando la encuesta online sobre todo para operaciones de minería y sitios remotos.



PRESENCIAL

90.000

mediciones al año



Resultados en
Dashboard online



ONLINE

115.000

mediciones al año



Sitio web con
resultados online

Estas herramientas permiten obtener datos de nuestros clientes por mercado, segmento, edad, etc. y esta información es integrada para la construcción de valor de nuestros servicios.

INNOVACIÓN

Mientras más conocemos a quienes prestamos nuestros servicios, mejores son las vivencias y las experiencias que cada empresa puede ofrecer. Ya sea en relación a los servicios de alimentación o de gestión de instalaciones, en cada segmento atendido se busca comprender los deseos y necesidades de clientes y consumidores.

Con este conocimiento, las áreas se ponen en acción, combinando la pasión por el trabajo, experiencia y creatividad para ofrecer momentos que marcan la diferencia. Estas innovaciones se traducen en transformaciones en los lugares donde tenemos presencia y simplifican el día a día de quienes trabajan en los contratos.

Para trabajar estos temas, se conformó en el

2017 un **Consejo de Innovación**, el cual se compone de un equipo central con representantes de las áreas Comercial y Operaciones de cada empresa, reforzado además por un equipo extendido al que se suman personas de áreas corporativas de soporte como Supply Chain, Recursos Humanos, Excelencia Operacional, Calidad y Tecnología entre otras.

Estos equipos se reúnen quincenalmente, conceptualizando, diseñando y realizando seguimiento a las más de 20 iniciativas que se encuentran en distintas etapas del proceso de innovación.

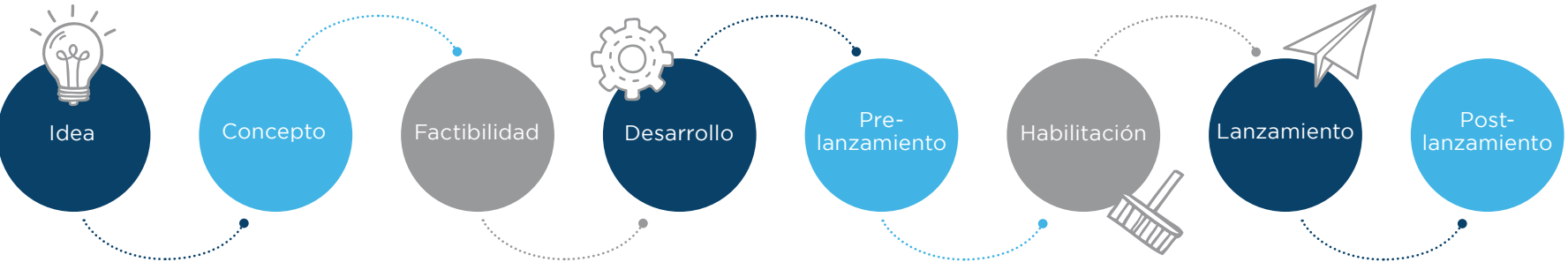
Un ejemplo de estas es el nuevo **Programa de Calidad de Vida Integral**, enfocado en mejorar



las experiencias de los usuarios dentro de las diferentes industrias en las que cada empresa está presente, con un impacto directo en su satisfacción y productividad que a su vez se relaciona con la retención.

También nacen innovaciones como **Aramark Recrea**, una aplicación que permite acceder a contenidos de entretenimiento a través de una red interna -sin necesidad de estar conectado a Internet-, apuntando a mejorar la experiencia de trabajadores en las horas de descanso.

PROCESO BASE DE INNOVACIÓN





06

NUESTROS
TRABAJADORES

NUESTROS TRABAJADORES

Siempre con un enfoque responsable, los trabajadores son un pilar fundamental para alcanzar los objetivos de las empresas Aramark y para articular una estrecha relación de colaboración con clientes, proveedores y comunidades.

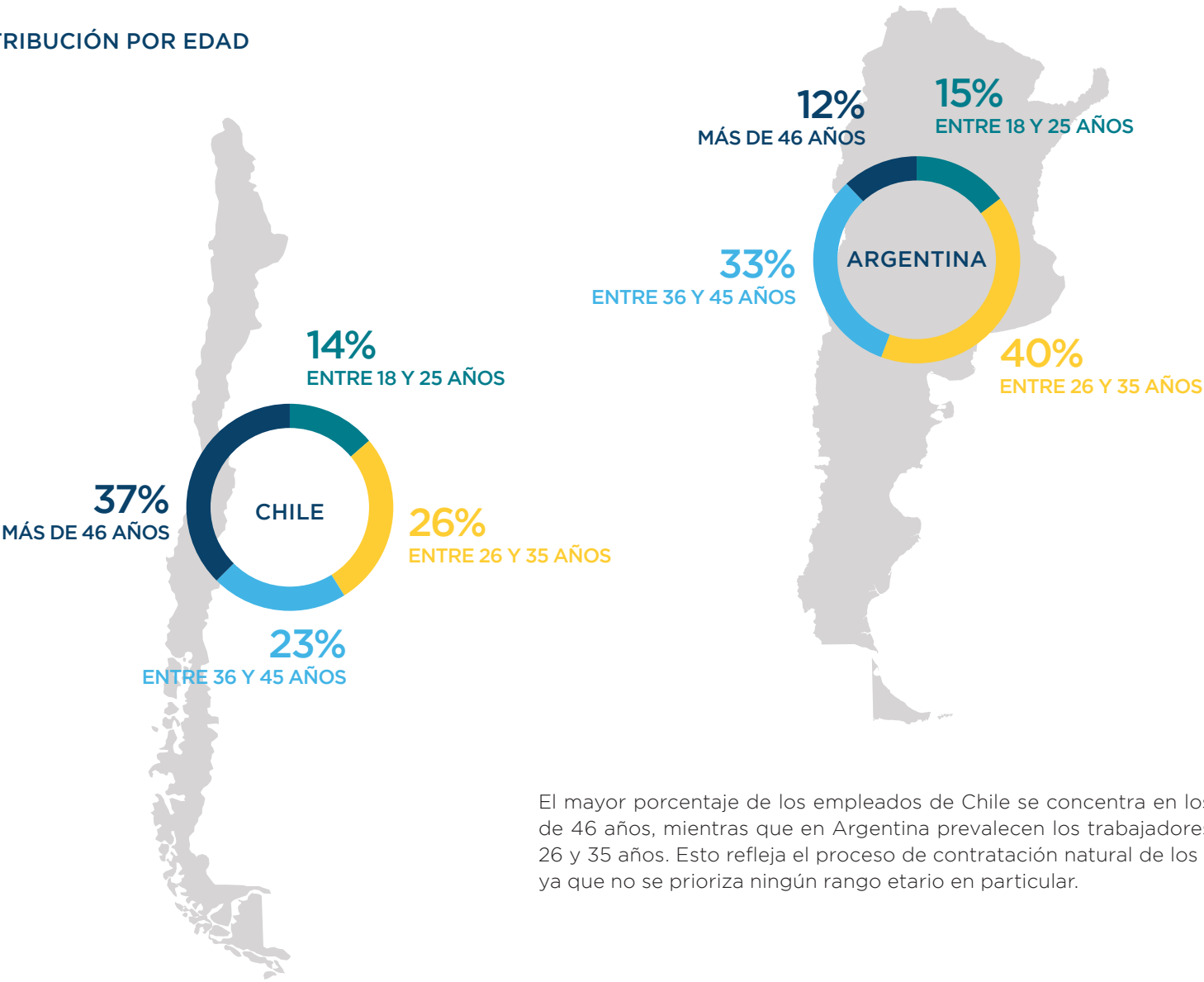
Los trabajadores son la cara visible y la riqueza de cada empresa, transmitiendo día a día el compromiso por desarrollar una organización de alto desempeño y orientada a un servicio de excelencia. Es por esto que nos esforzamos por crear líneas de gestión que los acompañen a lo largo de su carrera, con diferentes planes de apoyo que aseguren un desarrollo y realización tanto laboral como personal.

DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO Y CARGO DE LOS TRABAJADORES

CARGO	ARGENTINA	
	MUJERES	HOMBRES
ALTA DIRECCIÓN	-	-
GERENCIA MEDIA	5%	4%
JEFATURA Y SUPERVISIÓN	5%	3%
TRABAJADORES DE LA PRIMERA LÍNEA	14%	69%
TOTAL	24%	76%

CARGO	CHILE	
	MUJERES	HOMBRES
ALTA DIRECCIÓN	0,02%	0,05%
GERENCIA MEDIA	0,3%	0,5%
JEFATURA Y SUPERVISIÓN	6%	3%
TRABAJADORES DE LA PRIMERA LÍNEA	61%	29%
TOTAL	67%	33%

DISTRIBUCIÓN POR EDAD



El mayor porcentaje de los empleados de Chile se concentra en los mayores de 46 años, mientras que en Argentina prevalecen los trabajadores de entre 26 y 35 años. Esto refleja el proceso de contratación natural de los contratos, ya que no se prioriza ningún rango etario en particular.

DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Como parte de nuestros compromisos con la inclusión, contamos con equipos de trabajos diversos, ofreciendo igualdad de oportunidades sin diferenciar por género, edad, cultura, nacionalidad, capacidades físicas y mentales, religión, entre otros. Apreciamos las diferencias y las similitudes tanto en trabajadores como en clientes. Promovemos el desarrollo, la motivación y la creación de un buen ambiente laboral, ya que esto contribuye a tener un equipo de

trabajo más comprometido, respetuoso y tolerante ante las diferencias.

En Aramark creemos que la inclusión pone en práctica el concepto de diversidad mediante la creación de un **entorno de participación, respeto y conexión** donde se aprovechan la riqueza de ideas, antecedentes y perspectivas para crear valor. De esta manera, al avanzar en inclusión se alienta la innovación, se construye la participación

y el compromiso de los empleados, se aumenta el capital social y se lleva el negocio al éxito.

Por ello, promovemos transversalmente una cultura corporativa orientada hacia la no discriminación y la valoración de las diferencias, contando con una Política de Conducta y Negocios que guía a los trabajadores en la aplicación de estos valores y disponiendo de un canal de denuncias formal para casos de vulneración de derechos o discriminación.



Jóvenes



Adulto Mayor



Mujeres



Migrantes



Personas con Discapacidad

MUJERES

Según la Comisión Nacional de Productividad de Chile, el impacto de la Participación Laboral Femenina en el país es el más bajo de Latinoamérica y el segundo más bajo en América, después de México.

REVIRTIENDO ESTA TENDENCIA, EN ARAMARK CHILE CONTAMOS CON...



de fuerza laboral femenina.



1 de cada 3 altos cargos de las empresas de Aramark Chile son ocupados por mujeres.



MIGRANTES

Según la empresa de reclutamiento especializado Michael Page, el 5% de la fuerza laboral de Chile está compuesta por extranjeros de diferentes nacionalidades. En las empresas de Aramark Chile **el 8% de los equipos está compuesto por migrantes**, superando así el promedio a nivel país. Por su parte, en Argentina contamos con un 3% de migrantes en la dotación, principalmente provenientes de Bolivia, Chile y Paraguay.

Socialmente existe una exposición a potenciales riesgos de discriminación hacia estos colectivos. Es por esto que en las empresas de Aramark Chile realizamos Talleres de Sensibilización Migratoria con el apoyo del Departamento de Extranjería y Migración del Gobierno de Chile, brindando charlas a trabajadores de diferentes equipos de Recursos Humanos para crear conciencia sobre este tema. Allí se abordaron los principales desafíos vinculados a la inmigración y un 82% de los participantes consideró que éste fue un aporte valioso para romper con los mitos sobre migración.

CONTENIDOS DEL TALLER DE SENSIBILIZACIÓN MIGRATORIA



PERSONAS CON DISCAPACIDAD

La inclusión es una forma de vivir los valores corporativos y llevarlos a la práctica. Por ello, se creó en 2006 en Chile el Programa de Inclusión Laboral de Personas con Discapacidad (PILD). Este programa es implementado con ayuda de las Oficinas Municipales de Intermediación Laboral (OMIL) y fundaciones aliadas, quienes dan apoyo en los procesos de reclutamiento y seguimiento.

Desde su puesta en marcha **se han generado oportunidades de empleo para más de 160 personas con discapacidad**, que han alcanzado un promedio de permanencia en las compañías de 6 años.

“Para nosotros como equipo ha sido muy gratificante tener a Milenko en nuestra plantilla. Él refleja claramente el espíritu de superación y de responsabilidad, saltando sus propias barreras y ayudando a sus compañeros a lograr la unión y complicidad en el trabajo.”

Liliana Espinoza, Administradora

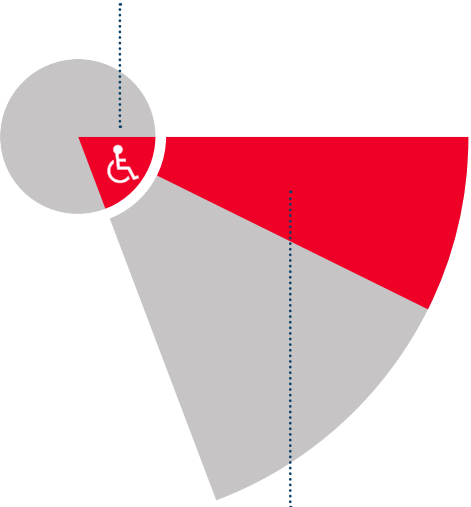
En línea con la nueva Ley de Inclusión laboral N° 21.015, nos estamos preparando para robustecer este programa y crear espacios para aún más personas con discapacidad en nuestros contratos de todas las líneas de servicio en Chile.

Este compromiso con la inclusión, que viene de hace más de 11 años, ha recibido numerosos premios y reconocimientos. Y además de ser reconocidos por nuestras buenas prácticas por estas asociaciones, este año participamos en el proceso de renovación del Sello Inclusivo 2017 de manera permanente.

Por último, de la mano de Coanil también colaboramos en la formación profesional de personas con discapacidad apoyando programas de desarrollo y entregando a sus alumnos la oportunidad de realizar una práctica de técnicas de cocina, visitando nuestras instalaciones como parte de la malla curricular.



El **20%** de los mayores de 18 años se encuentra en situación de discapacidad



Solamente el **39%** de ellos tiene algún trabajo formal

La Ley 21.015 busca reservar el

1% de los puestos de trabajo

PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD



PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS AL PROGRAMA DE INCLUSIÓN

- 2011

Premio al Fomento al Trabajo de las Personas con Discapacidad, ACHS 2011.
- 2012

Premio Fomento a la Inclusión Laboral de Personas con Discapacidad, SENCE 2012.
- 2013

Sello Chile Inclusivo, categoría oro, SENADIS 2013.
- 2014

Premio Buen Ciudadano Empresarial, mención Asociatividad, AmCham 2014.
- 2015

Sello Chile Inclusivo, categoría oro, SENADIS 2015.
- 2017

Reconocimiento a la trayectoria en Inclusión y Diversidad a través del programa +Diversidad, Acción Empresas 2017.



OPORTUNIDADES DE DESARROLLO

En Aramark creemos en el valor de las personas y queremos potenciar su desarrollo. Entregamos oportunidades permanentes de capacitación, durante todo el ciclo de vida laboral de los trabajadores, tanto para el área de operaciones como para el equipo de staff. Todo esto con el objetivo de contribuir a la **empleabilidad** de los trabajadores a la vez que generamos motivación, compromiso y entusiasmo con el lugar de trabajo.

Contamos con una gran variedad de cursos, capacitaciones y talleres que entregan las herramientas necesarias para que los trabajadores -independiente de su cargo- puedan crecer, desarrollar sus habilidades y hacer carrera dentro de nuestro grupo de empresas.

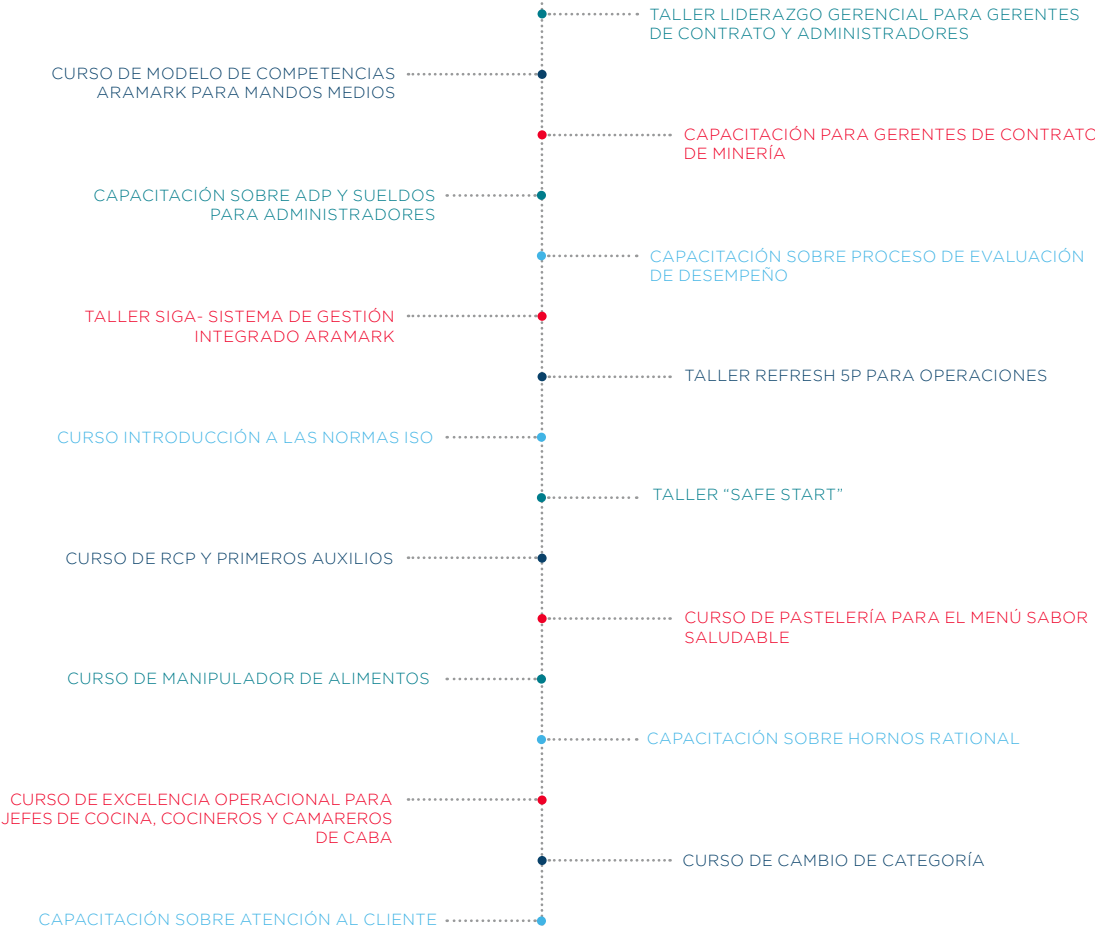
HORAS DE CAPACITACIÓN EN CHILE Y ARGENTINA



PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN IMPLEMENTADOS EN ARGENTINA

En Aramark Argentina buscamos potenciar a nuestros trabajadores brindándoles oportunidades de crecimiento personal y laboral de manera transversal. A través de cursos, talleres y capacitaciones orientados a diferentes áreas de trabajo, se entrega el conocimiento necesario para que los equipos operen de la mejor forma, independiente de su área y cargo.

TALLERES CURSOS Y CAPACITACIONES



PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN
IMPLEMENTADOS EN LAS
EMPRESAS DE ARAMARK EN CHILE

DESARROLLA TU CARRERA (DTC)

Este programa está especialmente diseñado para aquellos trabajadores que alcancen una muy buena evaluación de desempeño, con el objetivo de reconocer su buen trabajo e incentivar su desarrollo interno. Su principal foco es entonces preparar a los trabajadores destacados para ir creciendo profesionalmente dentro de Aramark y brindar acceso a programas y cursos específicos, diseñados a medida para el área operacional. Este programa es implementado en conjunto con Inacap, con la participación de 200 alumnos entre la Región Metropoli-

tana y el Norte, regiones en las que se enfoca el programa debido a la alta concentración de plantilla.

Para responder de mejor manera a las necesidades de los trabajadores, en el 2017 se desarrollaron algunos cursos en la modalidad e-learning, a través de una plataforma específica de Inacap, permitiendo así que más personas pudiesen acceder. Además, el programa cuenta con una instancia de premiación, reconociendo a los tres mejores estudiantes del DTC, quienes

fueron premiados con una beca completa para estudiar una carrera técnica en Inacap.

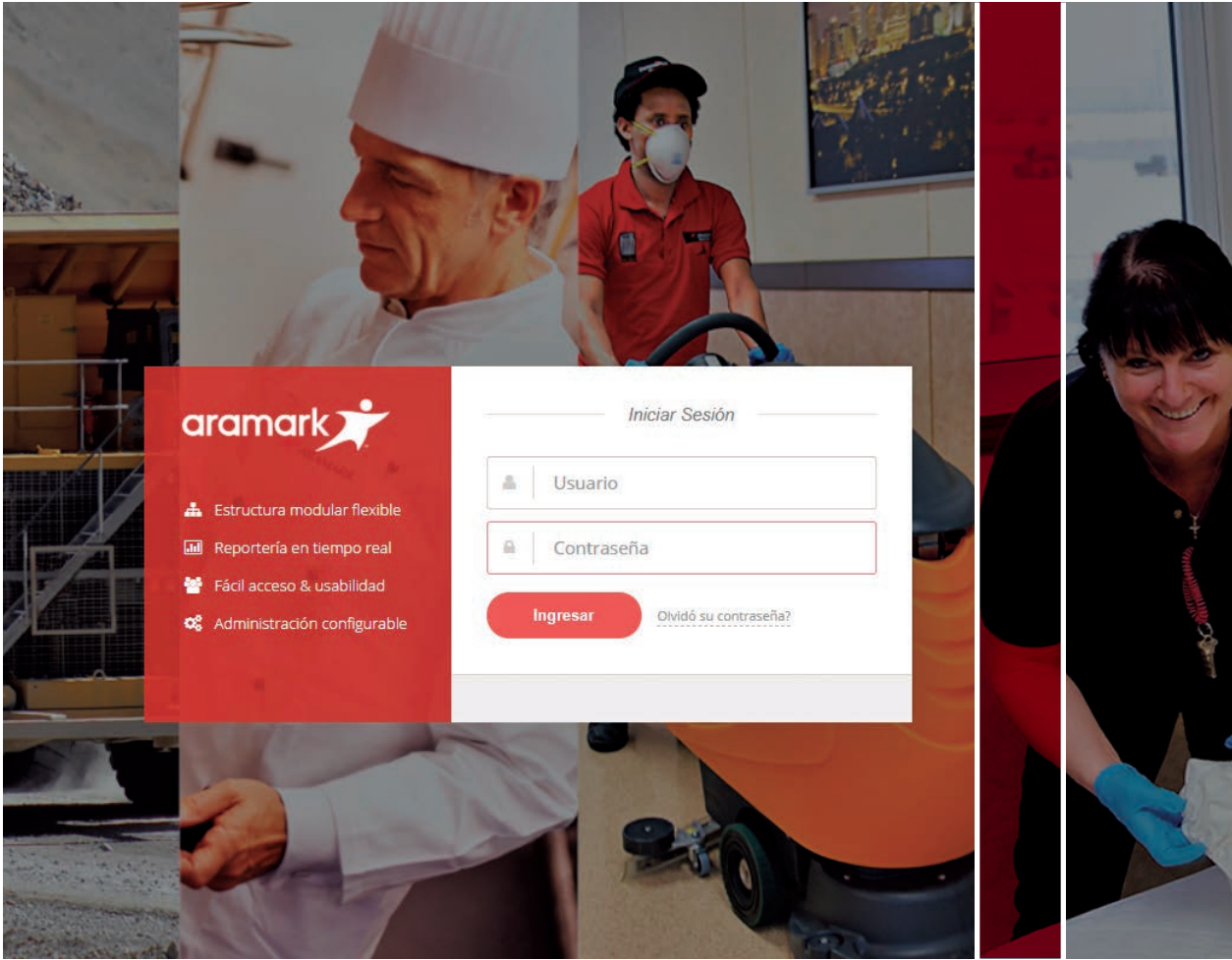
Desde la creación de este programa en el año 2011 hasta el término del último año fiscal **se ha capacitado a más de mil trabajadores a lo largo de todo Chile.**

Y a partir del próximo año, se ampliará el programa DTC para llevarlo de la sala al puesto de trabajo, dando acceso al programa a todos los trabajadores, con foco en habilitación en el rol actual.



PLATAFORMA “TU ARAMARK”

Tú Aramark es una plataforma de cursos e-learning (cursos online) de acceso libre para todos los trabajadores de las empresas Aramark, desarrollada en 2015 con el objetivo de acercar los contenidos más relevantes para los empleados y permitir la realización de cursos en forma remota, para así potenciar sus carreras en todo el territorio. Esta herramienta puede ser navegada desde cualquier computador o dispositivo móvil, facilitando su acceso. Durante el 2017, **la plataforma tuvo más de 185.500 visitas** y permitió compartir contenidos vinculados a calidad, seguridad, gastronomía, RRHH y sistemas de gestión.





SABOR ARAMARK

Con el objetivo de potenciar los sabores de las preparaciones, diseñamos este curso especialmente destinado a Maestros y Jefes de Cocina. El Programa se realizó en alianza con Inacap, estructurado en diferentes fases: primero se capacita a todos los maestros y jefes de cocina y luego se hace un llamado a un concurso, que finaliza con un show de cocina en vivo en la ciudad de Santiago. Los ganadores son premiados con un viaje todo pago a Buenos Aires que incluye la realización de un curso gastronómico para seguir perfeccionándose.

La ganadora de la primera edición de este programa, María Aguirre, Jefa de Cocina, nos dijo estar “muy contenta y agradecida, ya que es importante que reconozcan lo que haces; más allá del premio para nosotros los cocineros es muy lindo que te digan que tu comida es rica y sabrosa”.

Para 2018 se proyecta continuar con este programa de la mano de Trainee y ampliando la inscripción a otros cargos clave de los contratos.

OTROS PROGRAMAS

El Programa Staff está destinado a desarrollar competencias entre quienes ocupan cargos profesionales en las empresas. Estos equipos pueden acceder a cursos de 8 horas relacionados con temáticas tales como Liderazgo, Retroalimentación, Gestión de Proyectos o Accountability. Además, en el 2017 y como respuesta a los resultados de la última Encuesta de Compromiso realizada entre trabajadores, se desarrolló un contenido específico vinculado al Trabajo Colaborativo.

Por otro lado, los trabajadores de cada empresa acceden al Programa Cargos Claves, que entrega herramientas de liderazgo y otras capacitaciones necesarias.

El Programa Service Worker para Food y Facility busca mejorar las técnicas de trabajo específicas de cada servicio y las buenas prácticas. Estos cursos comenzaron a impartirse en el 2015 y tienen como objetivo capacitar al 60% del total de dichos trabajadores por año.

RESULTADOS DE NUESTROS PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN EN LAS EMPRESAS EN CHILE DURANTE EL AÑO



EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

Uno de nuestros focos estratégicos es “Construir el compromiso en Nuestros Empleados”. Con este objetivo, se gestiona el desempeño de los trabajadores de cada empresa a través de evaluaciones anuales a los cargos operacionales, administrativos y profesionales. De esta manera impulsamos una cultura de Excelencia en Aramark, elevando los resultados y estimulando el desarrollo permanente de competencias.

SISTEMA DE APRECIACIÓN DEL DESEMPEÑO (SAD)

Esta metodología se aplica a los trabajadores de la primera línea que dependen directamente de un administrador de contrato. El SAD mide diferentes factores, entre ellos de ocupación y eficiencia en el puesto de trabajo.

Criterios medidos:

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	

De acuerdo a los resultados obtenidos en la evaluación de desempeño, se implementan seguimientos que se ajustan a las necesidades de cada nivel.

CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN	PLAN DE ACCIÓN
EXCEDE	Cumple, y frecuentemente Excede	» Candidato preferente para ascensos » Carta de felicitación
CUMPLE	Cumple siempre y ocasionalmente Excede	» Candidato recomendable para ascensos » Carta de felicitación
CUMPLE PARCIAL	En ocasiones No Cumple	» Entrega de retroalimentación
NO CUMPLE	Casi nunca Cumple	» Plan de seguimiento y retroalimentación

PERFORMANCE MANAGEMENT PROCESS (PMP)

Esta metodología se aplica a cargos de jefaturas y supervisores, gerencias y alta dirección, evaluando el cumplimiento de metas y desarrollo de competencias de liderazgo globales de Aramark. Estas se definen a inicios de cada año fiscal en forma conjunta entre la jefatura y el trabajador.



Continuando con el proceso de mejora continua de nuestros sistemas, este año se cambió la escala de valoración que refleja el desempeño, incorporando un nivel más de alto desempeño. Esto permite reconocer y diferenciar más claramente el compromiso y responsabilidad en los trabajadores.



CULTURA DE RECONOCIMIENTO

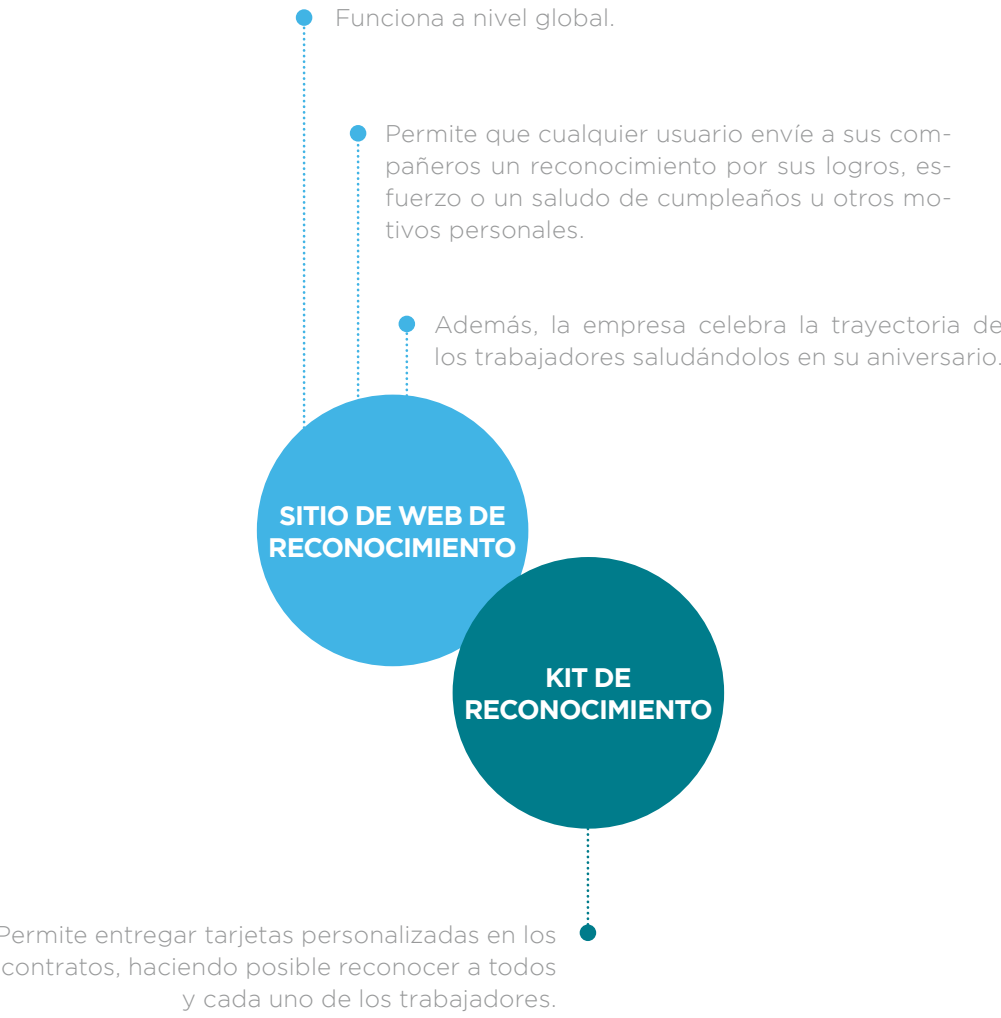
Queremos que los trabajadores estén orgullosos de su trabajo, y que se sientan reconocidos por ello. Por eso, fomentamos el agradecer y celebrar a todos quienes venden y sirven con excelencia y marcan una diferencia en el día a día.

PROGRAMA DE RECONOCIMIENTO

El Programa de Reconocimiento Encore! Encore! fue creado para celebrar y premiar el esfuerzo que realizan los trabajadores en el día a día, para alentar su compromiso y el servicio de excelencia que entregan.

Invita a todos los trabajadores de cada empresa a reconocer el desempeño tanto de sus pares como de integrantes de sus equipos o jefaturas. Además, cada cierto tiempo se reconoce a quienes más lo utilizan, alentando así el reconocimiento como una práctica habitual en nuestra compañía.

Encore! Encore! ofrece diferentes canales que otorgan flexibilidad. Estos son el sitio web de Reconocimiento y el Kit de Reconocimiento impreso, que fue lanzado en el 2016 y renovado en el 2017 para actualizar el diseño de las tarjetas.



Durante el último año, **los trabajadores de Aramark Sudamérica compartieron más de 51.000 tarjetas de reconocimiento**, creando así una verdadera cultura de reconocimiento.

TIPOS DE RECONOCIMIENTO



Además, esta cultura del reconocimiento se ve reforzada por diferentes diplomas que entregan a nivel interno nuestros equipos, por ejemplo desde la Dirección de Excelencia Operacional reconociendo la implementación exitosa de procesos de optimización.



DÍA DEL RECONOCIMIENTO AL EMPLEADO

En abril del 2017 se celebró a nivel global y en simultáneo el Día del Reconocimiento (DRE), por quinto año consecutivo. Esta celebración se organiza para los trabajadores de cada empresa, agradeciendo su trabajo y compromiso, como una manera de reconocer el servicio de excelencia que gracias a su esfuerzo nos es posible entregar día a día a clientes y consumidores. También es una instancia para compartir ya que algunos contratos son visitados especialmente por líderes ejecutivos de cada división.

A nivel mundial se organizan diferentes actividades para hacer más entretenido este día. En Aramark Sudamérica realizamos un concurso online, premiando las siguientes categorías: mejor selfie, mejor video, mejor torta y mejor celebración, invitando a todos quienes quisieran participar en esta dinámica.



GANADORES DE LOS CONCURSOS EN CHILE Y ARGENTINA



ADEMÁS, ITRES CONTRATOS DE ARAMARK CHILE FUERON RECONOCIDOS COMO GANADORES EN LOS CONCURSOS INTERNACIONALES!



TRAYECTORIA

El grupo de empresas Aramark tiene más de 40 años de trayectoria en Chile y es muy importante reconocer el valor que los trabajadores más antiguos aportan, con su experiencia y conocimientos únicos, frutos de años de compromiso. Es por esto que celebramos la trayectoria de los empleados a través de la plataforma online de reconocimiento y además durante el Día del Reconocimiento saludamos especialmente a cada uno de ellos con premios especiales y medallas conmemorativas.

CÍRCULO DE ESTRELLAS

Una de las más importantes instancias de reconocimiento que se despliegan en Aramark a nivel global es el Círculo de Estrellas, que premia a los **200 mejores trabajadores de la primera línea**. Estos son elegidos a través de un exhaustivo proceso donde se evalúa el compromiso y desempeño a lo largo de su carrera en la compañía. Son los jefes de operaciones y gerentes de cada área quienes realizan una primera nominación y ésta es luego evaluada por los líderes ejecutivos en coordinación con el equipo directivo en Estados Unidos. De esta manera, se eligió en 2017 a nueve empleados de Sudamérica.

Los ganadores fueron invitados a la ciudad de Phoenix, Arizona en Estados Unidos donde los recibió el mismo Eric Foss, Presidente y CEO de Aramark. Durante 3 días fueron honrados con diferentes actividades recreativas y celebraciones que culminaron con la Gran Gala de Premiación.

Y durante el año, los mismos ganadores tendrán la oportunidad de ser invitados a eventos internos y participar en comunicados, para compartir sus experiencias y contagiar su compromiso.



“Quiero dar las gracias a quienes me formaron y han sido parte de mi crecimiento como trabajador y como profesional. Cuando vi el video de los ganadores del año pasado, pensé “yo puedo estar ahí”, y querer es poder; para mí es un orgullo estar entre los ganadores de este año.”

Luis Alarcón, Jefe de Cocina



PROGRAMA DE COMPROMISO

Para Aramark es muy importante escuchar a los trabajadores, entender sus inquietudes y recoger sus opiniones como oportunidades de mejora. La Encuesta Global sobre el Compromiso brinda a cada trabajador la oportunidad de compartir sus opiniones respecto a dimensiones como:

El liderazgo

El apoyo o recursos disponibles para empleados

Herramientas y procesos

Las oportunidades de capacitación y desarrollo

La encuesta se aplica cada dos años a nivel global. En su última edición en el 2016, se desplegó en base a dos modalidades: presencial y online. Se alcanzó una **participación transversal de 80%** aproximadamente en Chile y Argentina, superando en más de 25 puntos porcentuales los niveles promedio de participación alcanzados a nivel global.

La encuesta permitió identificar cuáles son, a los ojos de los empleados, nuestras principales fortalezas y oportunidades.

Los resultados de esta encuesta reflejan las tendencias en las percepciones de los empleados con el paso del tiempo y permiten construir sobre las fortalezas a la vez que detectar oportunidades que suponen espacios de mejora.

En base a dichos resultados se generaron **planes de acción** transversales en cada empresa, como por ejemplo el diseño de capacitaciones presenciales y en remoto para reforzar tanto habilidades blandas como el uso de ciertas herramientas internas. Se diseñaron también planes de visitas que estructuran formalmente el acompañamiento de equipos clave de staff como Recursos Humanos, TI, Supply Chain etc. con el objetivo de asegurar la cercanía entre la operación y los cargos de edificios corporativos, con más de 20 participantes desde su implementación.



Para continuar con el ciclo de Compromiso, en el 2017 se aplicó la Encuesta de Pulso sobre el Compromiso, realizada en forma online. Esta tuvo el objetivo de medir avances respecto a los resultados arrojados en 2016 y permitió detectar una mejora de un punto porcentual en la satisfacción general respecto al año anterior, lo cual indicaría que los planes de acción implementados han tenido un impacto positivo.

La próxima Encuesta sobre el Compromiso se realizará en abril del 2018, ampliando la cobertura por primera vez al 100% de los contratos de cada división, como un compromiso y desafío de mejora permanente de escuchar a los trabajadores.



COMUNICACIONES INTERNAS

Para Aramark, la comunicación transparente y directa es uno de los pilares para lograr una buena relación con los trabajadores y un manejo acabado de la información que se comparte. Es por esto que a través de las áreas de Comunicaciones Internas de Aramark Sudamérica se difunde frecuentemente información relevante y se articulan proyectos que requieran soporte comunicacional.

Para entregar un mejor servicio e información, contamos con los siguientes canales de comunicación:

CANALES ONLINE, CON UNA AUDIENCIA DE MÁS DE 2.000 TRABAJADORES

Intranet: a través de este canal se comparte información transaccional como reportes, datos de contactos, galerías de imágenes de eventos y actividades, noticias y proyectos corporativos, conmemoración de fechas especiales y todo tipo de información a requerimiento de las áreas.

Boletín electrónico: con una periodicidad mensual, es el canal principal para compartir información interna relevante como reconocimientos a trabajadores, contratos y áreas, difundir actividades, eventos, celebraciones, hitos de proyectos, etc.

Comunicados: permiten dar a conocer información de relevancia como movimientos internos, incorporaciones de nuevos profesionales, beneficios y planes de bienestar, etc.

MATERIAL IMPRESO: dependiendo de la audiencia definida, los materiales que se envían en forma impresa pueden incluso llegar a la totalidad de los contratos, logrando una cercanía con la operación, involucrándolos en campañas o actividades y reforzando proyectos y mensajes claves. Además, en el marco de los planes de acción de la Encuesta sobre el Compromiso, se diseñaron los **Murales de Compromiso** que fueron enviados a todos los contratos del país y

permiten mes a mes actualizar contenidos vinculados a ciclos de Recursos Humanos y otros relevantes para los trabajadores.

EVENTOS CORPORATIVOS: al igual que en el caso del material impreso, cada evento cuenta con una audiencia definida que puede ir desde una selección de cargos claves hasta grupos muy amplios, como por ejemplo el Día del Reconocimiento que se celebra en todos los contratos del país. Se realizan además eventos de planificación y bajada de resultados tales como la Convención de Líderes, instancia que reúne a cerca de 160 posiciones de liderazgo de las empresas Aramark, para revisar resultados y sentar las bases para el siguiente año con las metas y focos corporativos. Por último, al contar con visitas de ejecutivos de Estados Unidos se organizan los llamados “Town Hall” en los cuales propiciamos una instancia de encuentro de los cargos claves para asegurar el alineamiento con casa matriz.



ROTACIÓN

Con el objetivo de generar estabilidad y permitir a los empleados desarrollarse dentro de las empresas de Aramark, gestionamos la rotación voluntaria implementando diferentes planes de acción.

Por ejemplo, se ha articulado un plan integral que da cobertura a:

- ★ Mejorar los procesos de selección e inducción al puesto de trabajo.
- ★ Fomentar las buenas prácticas laborales dentro de las instalaciones.

- ★ Mejorar los canales de atención a trabajadores y tiempos de respuesta.
- ★ Realizar programas de monitoreo en terreno.

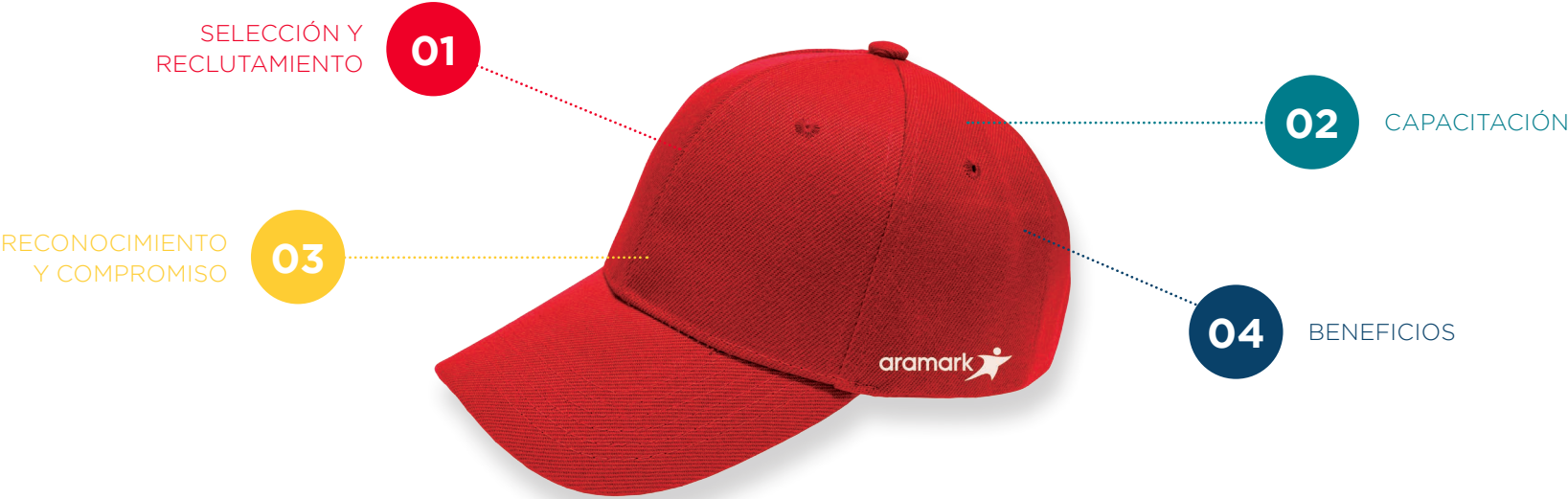
También se ha implementado un Plan Estratégico con el objetivo de reducir los índices de rotación, con foco en la cercanía entre empleados y jefaturas, modificando los protocolos de entrevistas, selección y capacitación.

Todo esto apoyado en y reforzado por los programas de reconocimiento, compromi-

so, evaluación y capacitación mencionados anteriormente.

Como resultado de todos estos esfuerzos conjuntos implementados en simultáneo, la rotación ha acumulado una disminución muy significativa en los últimos 4 años.

Y para dar continuidad a estos planes, en 2018 el nuevo plan de retención se enfocará en 4 pilares identificados como centrales para abordar este desafío.



RELACIONES LABORALES

En Aramark respetamos los derechos y garantías de los trabajadores, manteniendo las relaciones con los sindicatos presentes en cada una de nuestras empresas. Estos actúan en materias referentes a la situación laboral, económica, social, cultural, recreativa y de capacitación de sus afiliados.

57%

de los trabajadores de las empresas de Aramark en Chile está sindicalizado, agrupando todas las empresas operativas.

APERTURA POR LÍNEA DE SERVICIO



FACILITY

47% Sindicalizado

53% No Sindicalizado



FOOD

48% Sindicalizado

52% No Sindicalizado



MINERÍA

81% Sindicalizado

19% No Sindicalizado

Para Aramark construir relaciones de confianza con las organizaciones sindicales es fundamental, manteniendo acuerdos colectivos sostenibles en el tiempo entre ellas y cada empresa. Esto se demuestra en los plazos alcanzados en

los procesos de negociación de los últimos tres años, que alcanzan un promedio de 46 meses de vigencia de un total de 48 meses (establecido por la norma vigente hasta marzo de 2017). Se espera que, junto a las organizaciones sin-

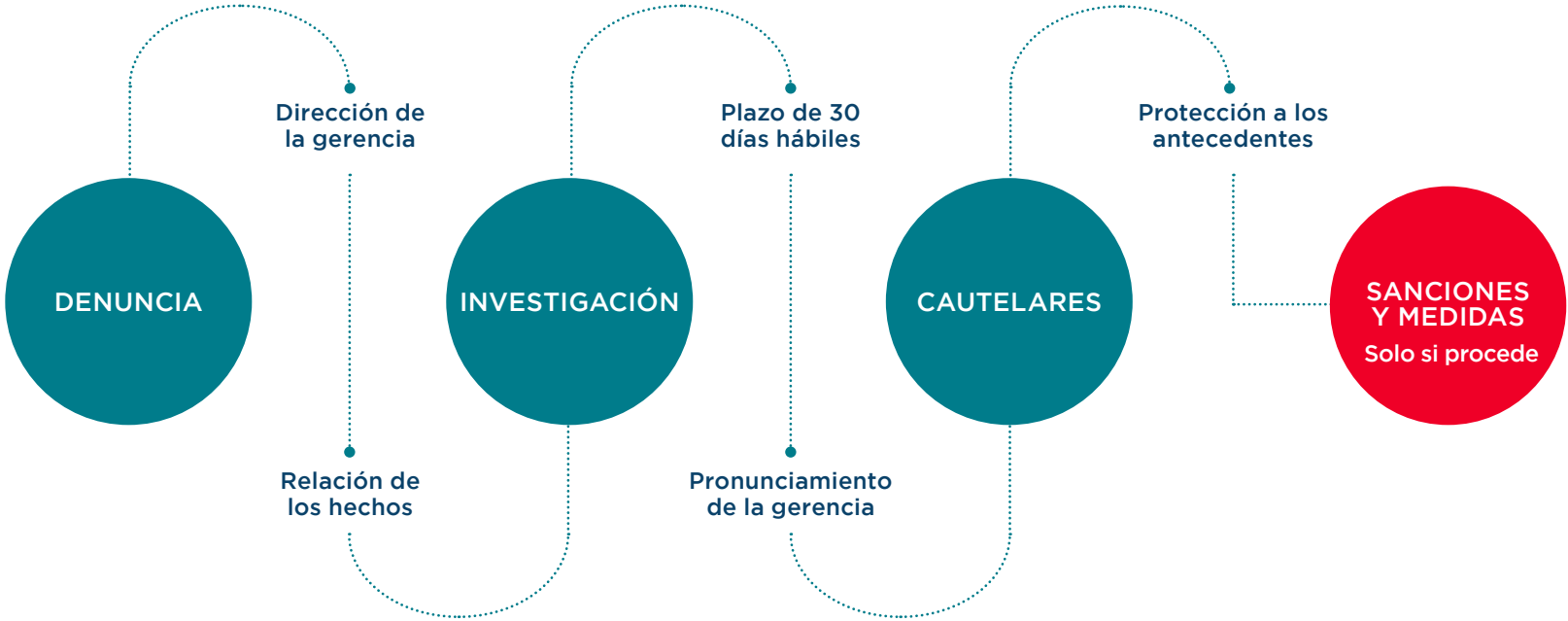
dicales actuales, continúen los acuerdos que estén en concordancia con las nuevas disposiciones legales en virtud de la reforma iniciada a contar del mes de abril de 2017.

CANALES DE DENUNCIA

Al ingreso de un trabajador a una empresa Aramark se le entrega la Política de Conducta y Negocios junto con el Reglamento Interno, de tal forma de asegurar su conocimiento sobre estos contenidos clave. Además, velamos por los derechos de los trabajadores, rechazan-

do cualquier tipo de vulneración de éstos. Se cuenta con canales formales de denuncias, explicados en el respectivo Reglamento Interno, por lo que los empleados saben cómo reaccionar ante la ocurrencia de un hecho que requiera ser denunciado.

FLUJOGRAMA DE CADA DENUNCIA

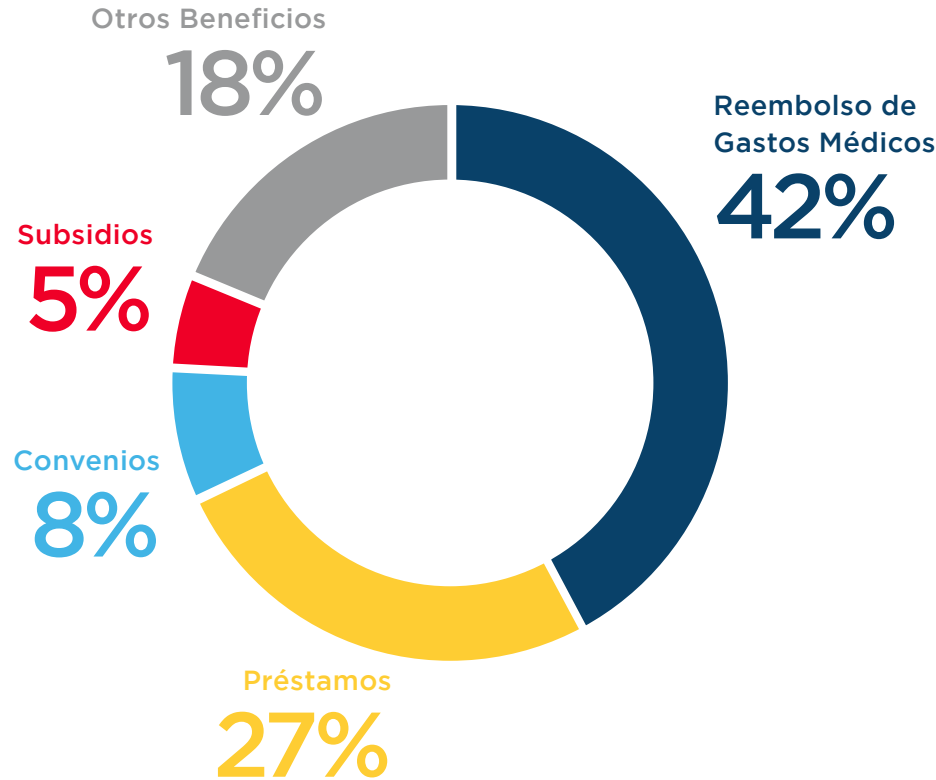


BENEFICIOS SOCIALES DE LOS TRABAJADORES

El crecimiento de nuestras empresas es producto del esfuerzo y compromiso de sus trabajadores, por lo que buscamos brindar las mejores condiciones y beneficios.

Existen además beneficios para los trabajadores de nuestro grupo de empresas afiliados a Bienestar que son cubiertos con fondos bipartitos, donde el trabajador que voluntariamente decida ser parte del fondo debe aportar el 1% de su sueldo, entregando las empresas empleadoras el mismo monto por cada empleado. A 2017 **53% de los trabajadores de las empresas miembro se encuentra afiliado a Bienestar en Chile**, donde el servicio de Bienestar se constituye en una corporación independiente, sin fines de lucro, bajo regulación nacional.

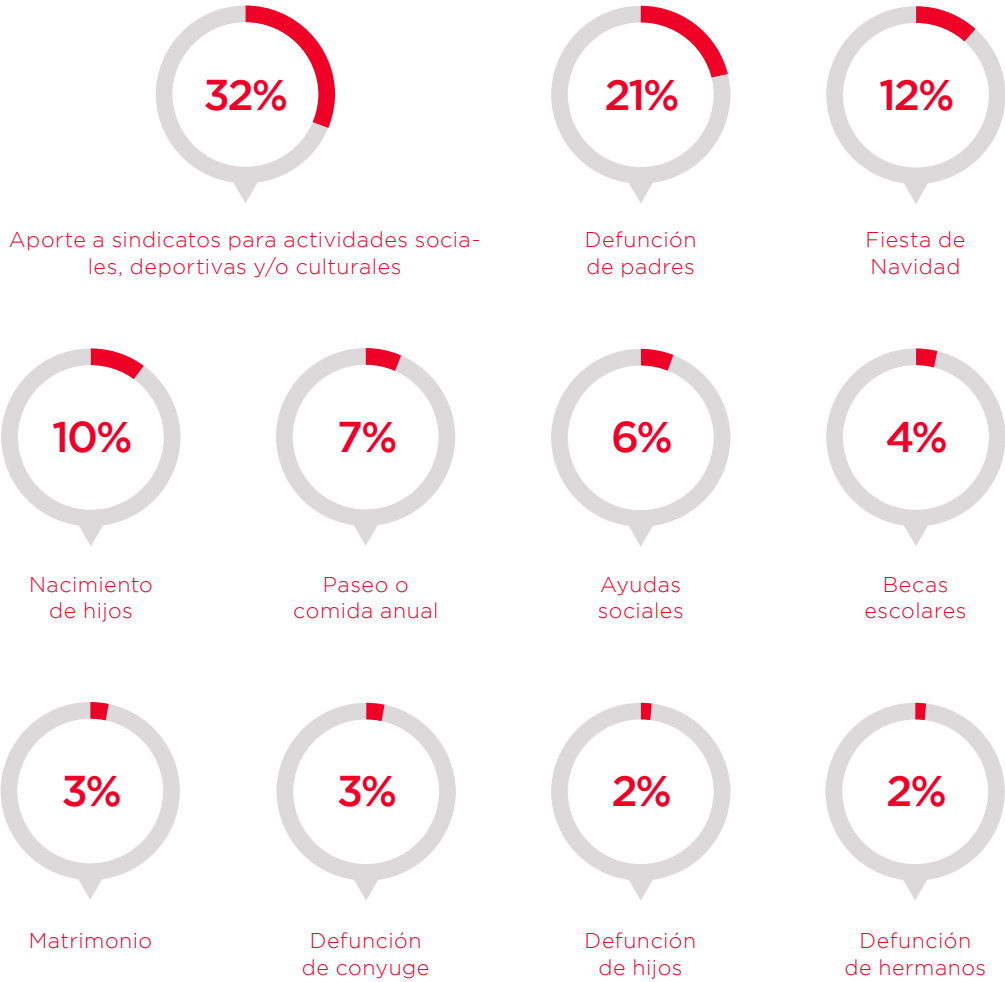
DISTRIBUCIÓN DE FONDOS BIENESTAR



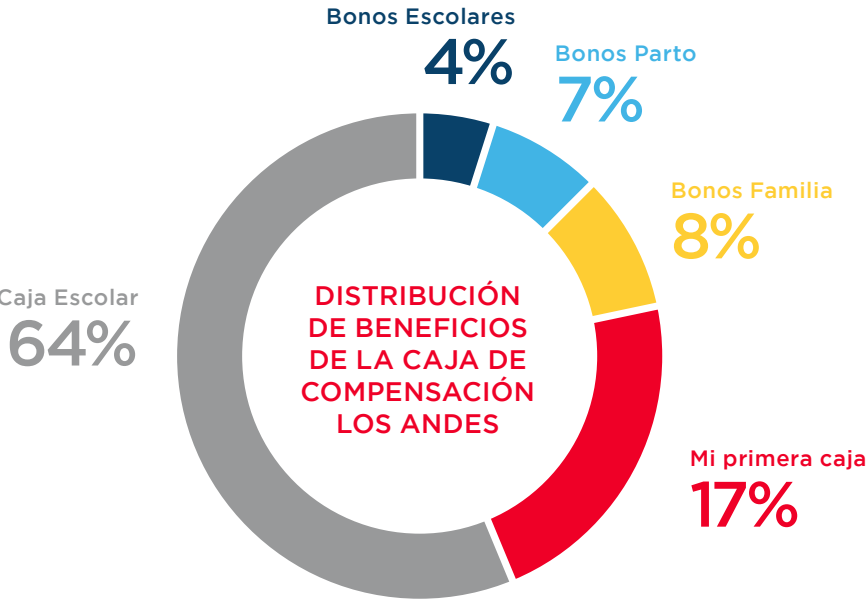
Destacan diferentes beneficios como las becas otorgadas a hijos de empleados que obtuvieron el mejor rendimiento en su establecimiento educacional, bonos por matrimonio o defunción.

Además es importante mencionar aquellos beneficios asociados a los instrumentos colectivos celebrados entre los trabajadores y las empresas que los agrupan en el marco de las organizaciones sindicales.

DISTRIBUCIÓN DE BENEFICIOS DE INSTRUMENTOS COLECTIVOS EN ARAMARK CHILE



Las empresas de Aramark Chile mantienen vigente el convenio con la Caja de Compensación y Asignación Familiar Los Andes, cuyo rol principal es el de administrar y entregar directamente beneficios y subsidios, además de entregar créditos sociales y otras prestaciones a sus afiliados. Por ejemplo, se entregan prestaciones como pagos de asignación familiar, pago pre y post natal, bonos por nacimiento y bonos de escolaridad.



Por otro lado, en Aramark Argentina contamos con una serie de beneficios para los trabajadores:

BENEFICIOS	DESCRIPCIÓN	TRABAJADORES NO SINDICALIZADOS	TRABAJADORES SINDICALIZADOS
COMEDOR	Almuerzo en planta	✓	✓
COBERTURA MÉDICA PREPAGA	Galeno con diferentes planes de acuerdo al cargo	✓	✓ Cuentan con la obra social correspondiente a su convenio colectivo de trabajo
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	✗	✓

SEGURIDAD DE LOS TRABAJADORES

Velamos por la seguridad de todos los trabajadores, no sólo cumpliendo con las disposiciones vigentes en materia de salud y seguridad ocupacional e inocuidad en la producción, sino también desarrollando diferentes programas y capacitaciones que potencian nuestros esfuerzos de seguridad y salud.

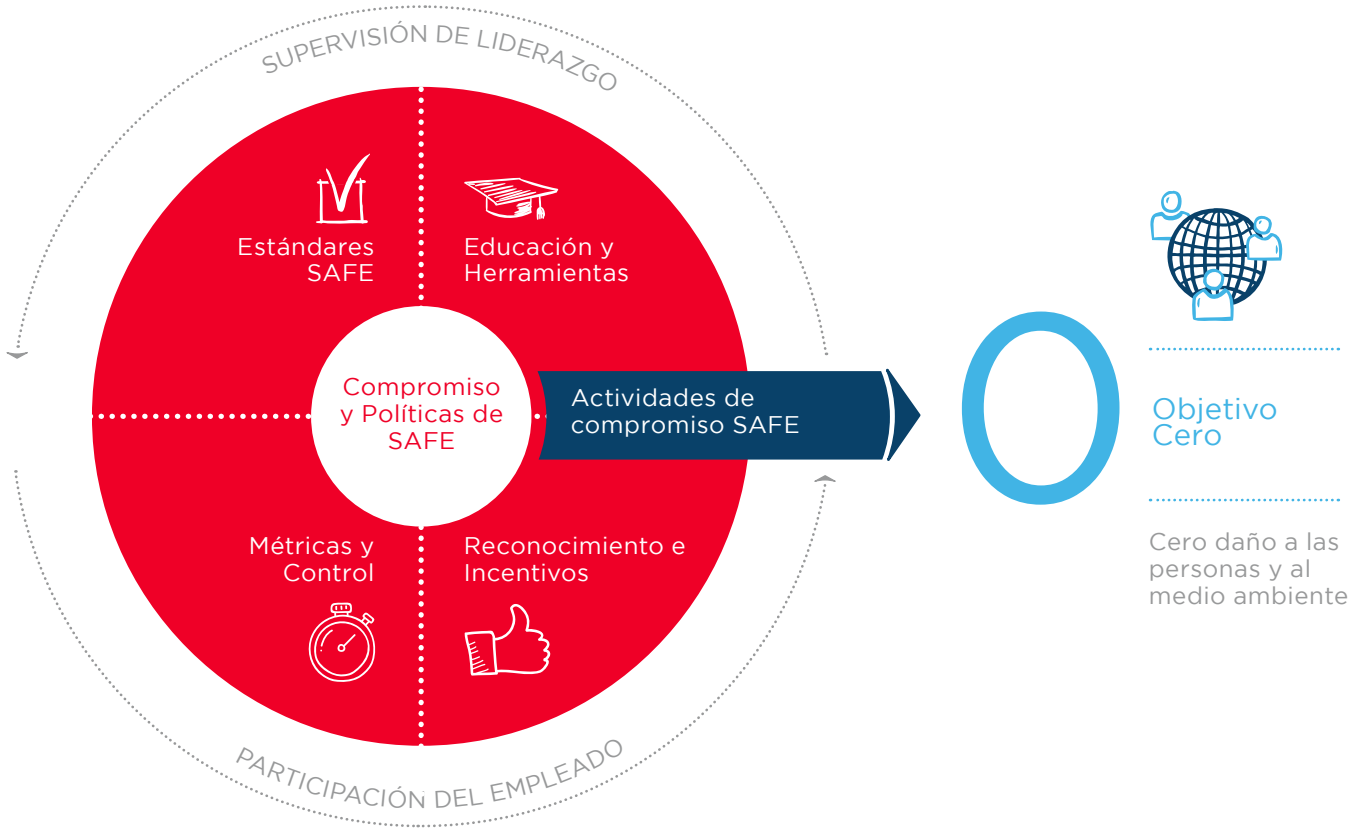
Promovemos y trabajamos por una cultura “Cero Daño” que se concreta a través de un Programa de Seguridad, Salud, Medioambiente y Calidad en cada empresa, donde nuestro equipo global de HSEQ entrega herramientas estandarizadas para su correcta aplicación en terreno.



COMPROMISO SAFE

Somos empresas de servicio que destacan por su compromiso de operar de forma responsable. El Compromiso SAFE fue diseñado para proporcionar un marco común a los trabajadores para identificar, evaluar y gestionar el riesgo en la operación de cada empresa. Este sistema

contempla procesos, programas y métricas de primera línea para mejorar el rendimiento en las áreas de seguridad alimentaria, ocupacional y medioambiental.



Para garantizar la seguridad Aramark SAFE se apoya en el Compromiso SAFE, el cual describe los principios y responsabilidades de cada trabajador. Este Compromiso es llevado a la práctica a través de diferentes actividades que permiten controlar el riesgo e impulsar la mejora continua compartiendo contenidos orientados a educar, validar, motivar e investigar.

Este programa promueve entornos laborales seguros, fomentando conductas seguras a través del reconocimiento y el refuerzo permanente, con el fin de mantener instalada una cultura de seguridad.

Los planes y programas son diseñados de modo tal que son transversales y permiten la bajada adecuada al tipo de servicio que para cada cliente sea pertinente, en la empresa de que se trate.



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.

PROGRAMAS



PLAN Y PROGRAMA DE SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL (SSO)

Durante el 2017 se desarrollaron planes de seguridad para enfrentar adecuadamente la acciden- tabilidad y la aparición de enfermedades profesionales. Para ello se tomaron como foco el trabajo en equipo, el liderazgo en terreno, la mejora de competencias en materias de seguridad, salud ocupacional y reportabilidad de incidentes y alertas, las que impactan en la conducta de los tra- bajadores, sus condiciones de trabajo y el entorno.



PLAN Y PROGRAMA DE HIGIENE Y SALUD OCUPACIONAL

Se realizan actividades permanentes de prevención de accidentes y enfermedades profesionales, las que permiten consolidar una metodología que da visibilidad y seguimiento a trabajadores que pudiesen estar expuestos a agentes de riesgos y/o condiciones de trabajo que afectasen su salud, incluso con seguimiento médico.



PLAN Y PROGRAMA DE CALIDAD

Este plan contempla la integración de los lineamientos de los estándares de la Norma ISO 9001, Buenas Prácticas de Manufactura y HACCP. El Plan de Calidad, Higiene e Inocuidad Alimentaria es entonces un sistema documental que cubre todos los requerimientos normativos basados en un análisis de peligros, que abarca la identificación de flujos productivos, compra de materias primas y entrega de servicios entre otros.



PLATAFORMA DE REPORTABILIDAD

Con el objetivo de dar mayor visibilidad y difusión para el aprendizaje a las experiencias adquiri- das a través de los accidentes ocurridos, se desarrolló una plataforma web para levantar alertas tempranas que impidan el desarrollo de un accidente. Esta plataforma dispone de forma centra- lizada -y permanente- información actualizada de todos los hallazgos identificados en los centros de trabajo, para difundir de manera instantánea a la línea de mando cualquier evento que pudiese afectar a la operación.

RESULTADOS DESTACADOS DE LA GESTIÓN DE LA SEGURIDAD



Disminución del
30%
de la gravedad de los
accidentes ocurridos

Finalización del año fiscal con sólo 3 acci- dentes entre más de 6.000 empleados de Aramark en Minería

Reducción de un
11%

de accidentes en la línea de ne- gocios de empresas, industria, salud y educación.



En esta área, bajamos la tasa de cotización adicional de la ACHS en un tramo, gracias a los buenos resultados en materias de segu- ridad y salud ocupacional.



CERO ETA'S

(Enfermedades Transmitidas por Alimentos)

en los servicios de alimentación prestados.



En línea con los compromisos con la Diversidad e Inclusión, se instalaron dentro de varios contratos señalizaciones inclusivas.



Realización de un segundo taller del programa con- ductual “Safe Start” para Veladero en San Juan, Ar- gentina, el cual tuvo una excelente convocatoria y participación.

Consolidación de los Comités Paritarios y participación activa en el desarrollo del Plan de Trabajo 2017.

Mantenión de la vigencia de las certificaciones ISO 9001 y OHSAS 18001.

COMITÉS PARITARIOS

Cada Comité Paritario de Higiene y Seguridad se conforma con el objetivo de informar y por tanto prevenir accidentes laborales, apuntando a mejorar las condiciones generales en que se desempeñan los trabajadores.

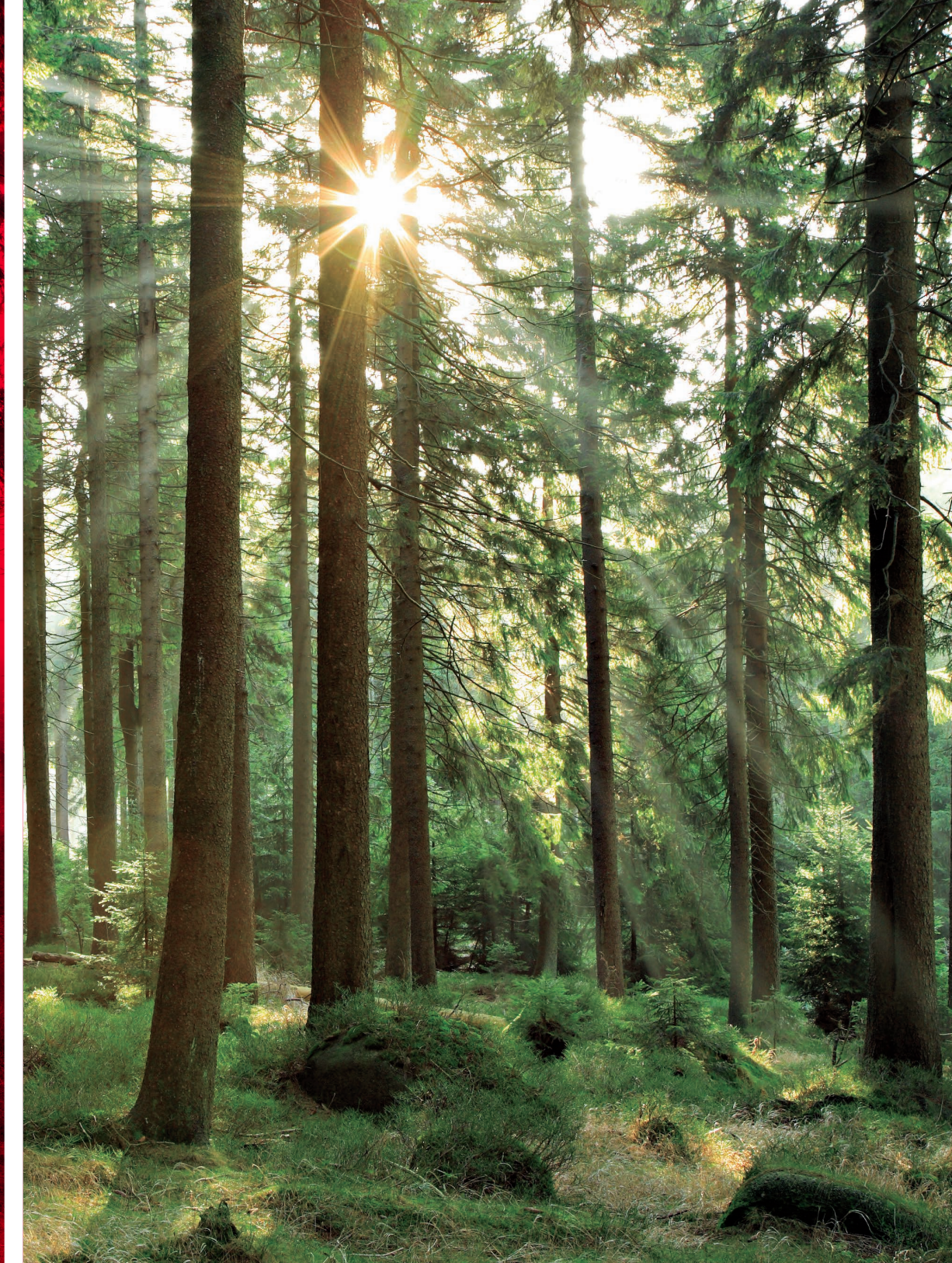
Se incentiva la participación y conformación de Comités Paritarios, con las siguientes líneas de acción:



A LA FECHA
FUNCIONAN MÁS DE

100

COMITÉS PARITARIOS



07

GESTIÓN
MEDIOAMBIENTAL

GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL

COMPROMISOS CORPORATIVOS

Los compromisos ambientales de Aramark buscan abarcar todas las etapas de la cadena de valor, desde el origen de las materias primas y la logística de distribución que permite hacerlos llegar a todo el país hasta la etapa de producción y servicio de alimentos para los clientes de cada empresa.

En función de esto, la gestión medioambiental se enfoca transversalmente en tres etapas, aquellas que se han identificado como las de mayor impacto y capacidad de control:

01



Desde la fuente, es decir exigiendo a los proveedores ciertos parámetros de producción, lo cual da origen a nuestros compromisos con el Bienestar Animal.

02



En la gestión de la cadena de valor, trabajando de la mano de los proveedores y buscando eficiencias en la distribución.

03



En la etapa de producción, a través de programas de gestión de residuos y velando por la generación de operaciones eficientes a través de la optimización de recursos.

BIENESTAR ANIMAL

Nuestro objetivo es mejorar los lugares donde los trabajadores, clientes, usuarios y miembros de la comunidad trabajan, aprenden, juegan y se recuperan. Hemos creado soluciones prácticas para minimizar los impactos medioambientales en nuestras operaciones y en la comunidad, proporcionando alimentos inocuos, nutritivos y de calidad respondiendo así a uno de los pilares de nuestra visión: enriquecer y nutrir la vida de las personas.

Para llevar más allá los esfuerzos en esta línea, en 2015 la casa matriz de Aramark en Estados Unidos lanzó la **Política de Bienestar Animal**, esperando de los proveedores que se alineen incorporando protocolos de bienestar y ayudando a prevenir el maltrato animal en cualquier proceso: cuando los animales son criados, transportados y/o procesados.

De esta manera los proveedores con los que trabajamos deben alcanzar un entorno coherente con las cinco libertades de bienestar animal desarrolladas por el Comité de Bienestar Animal de Granja (FAWC) del Reino Unido. Estas libertades buscan asegurar la nutrición de los animales, su comodidad, que no estén expuestos a dolor o lesiones, y que las condi-

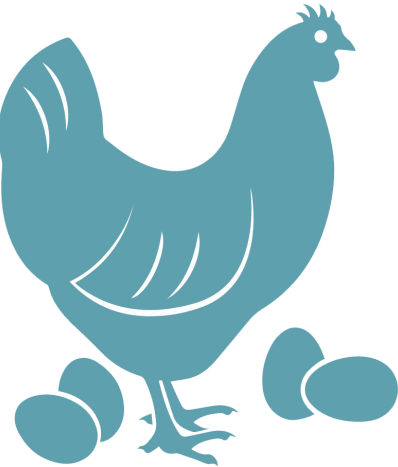
ciones de habitabilidad aseguren que puedan expresar un comportamiento normal.

Estos compromisos nacieron en 2011, cuando nuestra casa matriz se comprometió a eliminar el foie gras de todos nuestros menús, y se han ido ampliando para abarcar paulatinamente cada vez más productos y materias primas.

A su vez, el compromiso se ha extendido también a otros mercados en los que Aramark tiene presencia.

En esta línea Aramark espera abastecerse a nivel global de todas las materias primas de origen animal de proveedores comprometidos con el bienestar animal para el año 2025. Esto incluye carne de cerdo, ternera, pollo, pescados y mariscos y huevos.

Aramark Sudamérica adhiere a estos principios y este compromiso probablemente se verá primeramente reflejado en la compra de huevos de gallina libre de jaula, aunque existe un gran desafío a nivel local en el desarrollo de productos que cumplan con los requerimientos de bienestar animal manteniendo un precio viable para nuestra operación.



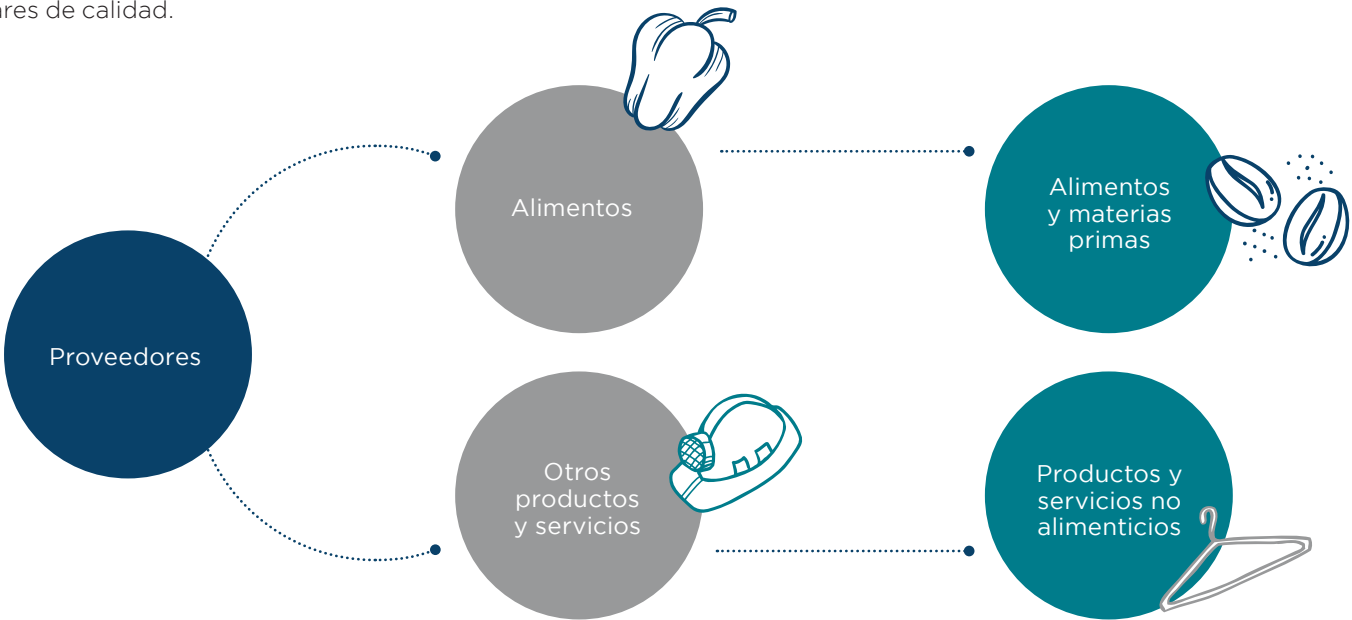
CADENA DE VALOR

NUESTROS PROVEEDORES

Para las empresas de Aramark, los proveedores constituyen socios estratégicos y, por lo mismo, establecemos con ellos una relación basada en la confianza y transparencia. Se trata de uno de los pilares clave en el funcionamiento de nuestras cadenas de producción, para llegar a los clientes con los más altos estándares de calidad.

PERFIL

Estamos en constante búsqueda de dos tipos de insumos: materias primas de alta calidad para la elaboración de las preparaciones de alimentos en el caso de alimentos, y productos y servicios con la mejor calidad en el caso de otros insumos.



RELACIÓN CON PROVEEDORES

Cada empresa cuenta con Reglamentos de Proveedores que regulan las instancias y procesos con éstos, asegurando las garantías necesarias para clientes y consumidores. Este tipo de Reglamento vela por las siguientes dimensiones:

- ★ 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

EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

Los proveedores se convierten en socios estratégicos de nuestros negocios, representando también un eslabón fundamental en el camino hacia la sostenibilidad. En las empresas de Aramark se han establecido y regulado los procesos de evaluación de proveedores, a través de auditorías y solicitudes de antecedentes considerando criterios como:

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

Tanto los proveedores de alimentos como los de otros productos y servicios son evaluados y categorizados según su criticidad, de acuerdo al Procedimiento para la Incorporación de Proveedores.

Para cada uno de ellos se exigen normas y procesos de Calidad y Medioambiente aplicables a los productos y/o rubros que corresponda:

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

POLÍTICA DE CONDUCTA Y COMPRA

La calidad e inocuidad de los productos y servicios que se entregan son pilares fundamentales para alcanzar nuestra misión. Es por esto que el área corporativa de Supply Chain aplica estrictos y rigurosos criterios de selección orientados a evaluar las dimensiones de abastecimiento, materia prima utilizada y calidad de ésta.

Dentro de la Política de Conducta y Compra que ha adoptado cada empresa, es fundamental:

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

Para el caso de la producción de alimentos, la empresa se ajusta a las especificaciones técnicas generales de los productos, las que deben a su vez adecuarse a los requisitos del Reglamento Sanitario de Alimentos vigente; para otros productos y servicios de Aramark Facility o utilizados en otras divisiones, las especificaciones responden a la normativa que aplica en cada caso.



EL CENTRO DE DISTRIBUCIÓN TRABAJA

24^h

ATIENDE ACTUALMENTE A TODAS LAS EMPRESAS ARAMARK CON MÁS DE

1.000

PUNTOS DE ENTREGA EN TODO EL PAÍS

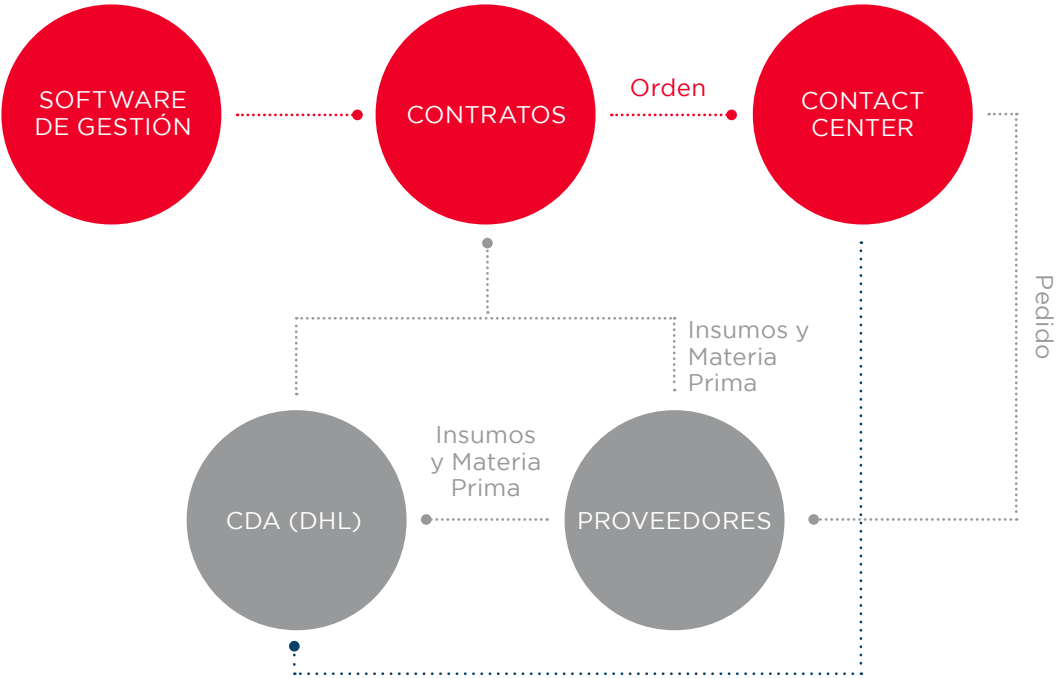
MODELO DE DISTRIBUCIÓN Y ALMACENAMIENTO

El área corporativa de Supply Chain cuenta con un moderno y exclusivo centro de distribución, ubicado en la Región Metropolitana e inaugurado en octubre del 2014. Durante sus primeros dos años de funcionamiento, trabajamos en la consolidación de todas las operaciones en dicho centro, optando por **DHL** como único operador logístico del centro de acopio y distribución desde el cual se abastece a cada empresa. Esta **alianza estratégica con uno de los líderes mundiales de la industria logística** permitió elevar el estándar en la cadena de abastecimiento, incorporando tecnología de punta y mejores prácticas de la industria.

El CD (Centro de Distribución) trabaja 24 horas al día y atiende actualmente a todas las empresas Aramark con más de 1.000 puntos de entrega en todo el país, permitiendo además absorber de manera ágil e inmediata cualquier crecimiento de volúmenes.

La operación del CD cuenta con los sistemas adecuados y el personal capacitado para resguardar cada producto bajo estrictas normas de seguridad y calidad, asegurando la mantención de la cadena de frío y la inocuidad de toda materia prima a través de la cadena logística para todas las empresas que conforman Aramark Chile.

FLUJO DE PEDIDO



GESTIÓN EFICIENTE

IMPACTO DE RESIDUOS

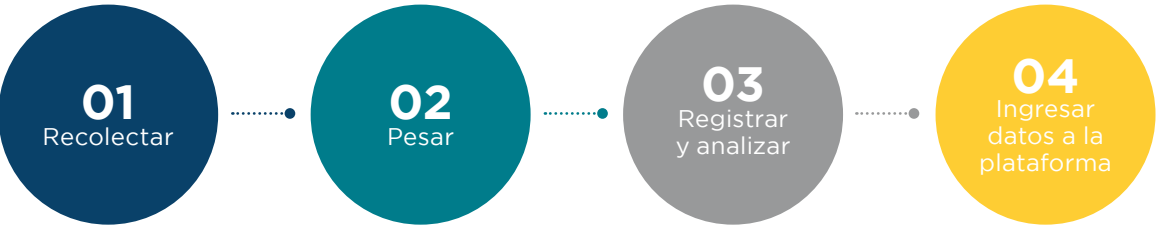
WASTE REDUCTION

El Marco de Productividad de Materia Prima incluye el lineamiento de reducir los desechos. En función de este objetivo, se iniciaron los pilotos del Programa Waste Reduction en el 2011, buscando disminuir la cantidad de desechos orgánicos generados en la producción mediante su medición, monitoreo y análisis. Y a fines del 2013 se desplegaron estos pilotos también en Argentina.

En el 2015 se realizó la implementación transversal, formal y definitiva de Waste Reduction logrando actualmente un nivel de alcance del 84% de las operaciones de Aramark Alimentación y Aramark Minería en Chile y 54% de las operaciones en Argentina, ampliando el grado de cobertura año a año.

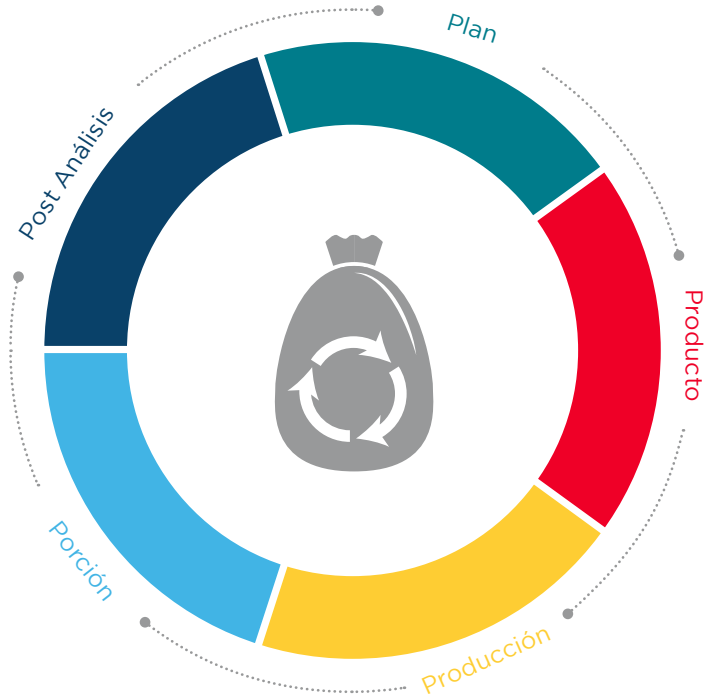
Waste Reduction se basa en un monitoreo diario que permite **medir y tener visibilidad del desecho** que se produce en las operaciones, el cual es registrado en forma manual y clasificado por cada área de producción.

EL MONITOREO CONSISTE EN 4 PASOS:



En definitiva, el programa apunta a evitar el sobre-stock de materias primas en el área de la bodega y la sobreproducción de alimentos, además de permitir ajustes en la tendencia de planificación, logrando así un mejor control en la producción. Se alcanza entonces un impacto positivo tanto para el medioambiente como en relación a la optimización de recursos.

El programa Waste Reduction es parte del Proceso de Gestión de Producción Estandarizada 5P. Este proporciona herramientas estándares con el fin de obtener un producto seguro y de alta calidad, con una producción eficaz, entregando resultados predecibles y repetibles, y logrando como consecuencia calidad en el servicio y gestión económica de las operaciones.



Waste Reduction ha otorgado claridad sobre el verdadero volumen de desecho que se genera en la prestación de servicios de alimentación y el impacto que éste genera en los procesos. Gracias a este seguimiento constante se ha alcanzado una disminución del desecho generado, pasando de un 4% detectado al inicio de su implementación a un 1.8% registrado en 2017 (agrupando los totales de cada empresa).

“El Programa Waste Reduction facilita la visibilidad de una oportunidad de mejora en el impacto medioambiental de cada operación, a través de mejorar la gestión de la bodega y las proyecciones de demanda y tendencia.”

Andrea Alcántara, Directora de Excelencia Operacional Aramark Sudamérica

ENTRE
2015 y 2017

EL DESECHO SE REDUJO EN UN:

2,2%



LEAN PATH

Waste Reduction se implementa en forma manual, siendo los operarios de los casinos quienes realizan las mediciones y registro de datos. Esto introduce un margen de error en los datos que es asociado a la gestión humana.

El proyecto Lean Path da un paso más adelante, a través de una herramienta tecnológica que entrega datos en línea con las siguientes ventajas:

- ★ Registrar los datos de una manera rápida, sencilla y dinámica.
- ★ Realizar un mejor análisis de los datos.
- ★ Devolver el tiempo a los empleados al dejar de hacer el proceso en forma manual.

Esta herramienta está en etapa de desarrollo y próxima a ser implementada para continuar mejorando los procesos de gestión de residuos.



PRÁCTICAS SOSTENIBLES

En Aramark Sudamérica fomentamos el cuidado y la conciencia medioambiental, diseñando e impulsando prácticas sustentables que buscan reducir nuestro impacto medioambiental y cuidar no sólo al planeta sino también a las comunidades. Se estructuran diferentes alianzas con proveedores especializados que nos permiten reducir la huella de nuestras operaciones.

ALIANZAS ARGENTINA



Desde el 2010 nos hacemos cargo del aceite vegetal usado, proveniente de la cocción y fritura. A través de la compañía SODIR, especialistas en la recolección y el reciclaje de este tipo de residuo, certificamos el proceso cumpliendo con todas las normativas de tratamiento y disposición.

Durante el 2017 reutilizamos y transformamos a bioenergía más de 8.000 litros de aceite vegetal usado.



Desde el 2014, Aramark Argentina mantiene una alianza con Fundación Garrahan, reciclando papel y tapitas de plástico usadas en nuestras oficinas corporativas. La Fundación entrega atención social y emocional a pacientes y familiares del hospital que provienen de los sectores más vulnerables del país.

Durante el año fiscal 2017 recolectamos 460 kilos de papel y 17 kilos de tapitas de botellas.



Y adherimos al Programa de Reducción de Pérdida y Desperdicios del Ministerio de Agroindustria de la Nación en conjunto con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), a través de la campaña “Valoremos los Alimentos”. En el marco de este proyecto trabajamos para generar conversaciones, lograr avances y acompañar políticas públicas que eviten el desperdicio de alimentos.

Desde el año 2015 el trabajo en alianza ha evitado el desperdicio total de 8.500 kilos de comida.

ALIANZAS CHILE



Se estableció una alianza con Fundación San José para entregar el papel desechado. Al depositar éste en las cajas de recolección ubicadas en los edificios corporativos y en algunos contratos, se brinda ayuda a menores y lactantes en riesgo social.

En 2017 las empresas del grupo Aramark donaron en conjunto más de 7.000 kilos de papel, lo que equivale a 52.600 pañales o 26.300 mamaderas.

A través de distintas entidades se gestiona el aceite utilizado en las instalaciones de servicio de alimentación. El aceite retirado es refinado y transformado en materia prima, utilizado para la fabricación de biodiesel y jabones, entre otros. Esto evita que sea arrojado al desagüe con la consecuente contaminación de agua.

Durante el 2017 se consolidó un total de casi 13.000 litros de aceite reciclados, evitando la contaminación del agua que se utilizaría en 42.000 duchas de 5 minutos.

Con el apoyo de una empresa del sector, se gestionaron residuos de telefonía de celular. A través de un contenedor dispuesto en el edificio corporativo de Ciudad Empresarial, se reciclaron celulares y accesorios como cargadores, cables USB y audífonos. De esta manera se reintegran las materias primas que son rescatadas a nuevos procesos productivos.



Y además Fundación Chilenter brinda apoyo para la donación de residuos electrónicos como notebooks, CPUs, cables, pantallas, etc. que no se puedan reutilizar, asegurando que esos equipos no se envíen a rellenos sanitarios y se reacondicionen para fines sociales.

En el 2017 se reciclaron más de 270 kilos de residuos electrónicos.

CONSUMO DE ENERGÍA

En los últimos años se han evaluado diferentes métodos para alcanzar ahorros en los consumos energéticos, evitando el uso desmedido de los recursos.

El objetivo es hacer un uso eficiente de los recursos tanto en los casinos como en todos los lugares donde se opere. Por eso se orienta a los trabajadores de todas las líneas de negocio a través de señaléticas y sensibilizaciones para que utilicen los recursos de manera consciente.

De esta manera, en Chile se ha logrado reducir el consumo interanual de agua, gas y electricidad.

VARIACIÓN DE CONSUMOS EN CHILE



ELECTRICIDAD

Disminuyó su consumo en un

✓ 16%



AGUA

Disminuyó su consumo en un

✓ 46%

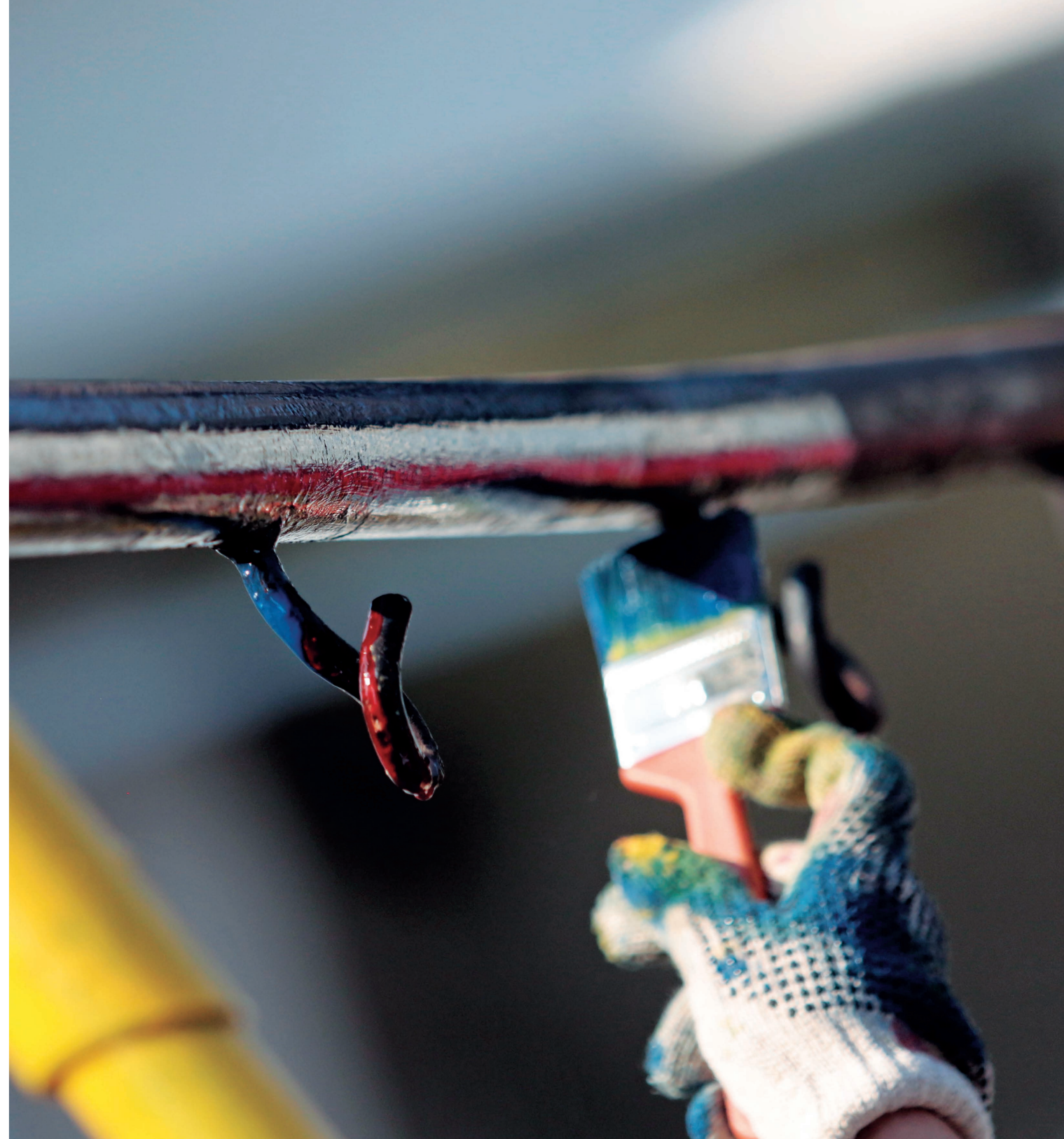
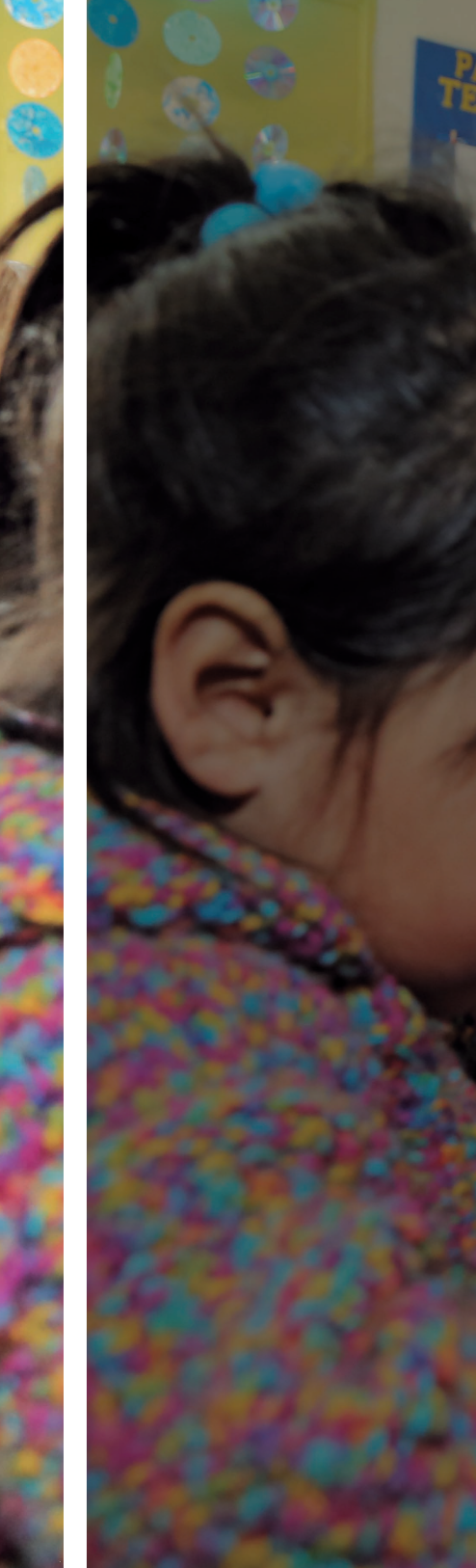


GAS

Disminuyó el consumo en un

✓ 25%

Estos cálculos consideran aquellas instalaciones o casinos que son administrados directamente por Aramark Alimentación y Aramark Minería.



08

COMPROMISO
CON LAS
COMUNIDADES

COMPROMISO CON LAS COMUNIDADES

VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Aramark Sudamérica sirve miles de comidas diarias y atiende miles de metros cuadrados de superficie de aseo. En consecuencia, estos servicios llevan a compartir el día a día de miles de personas. Esta presencia es importante en los territorios y áreas de influencia de clientes y trabajadores. Es por esto que potenciamos las habilidades de los trabajadores en forma transversal, para desarrollar actividades comunitarias y marcar una verdadera diferencia.

Durante el Día del Voluntariado Corporativo o ABC Day (por sus siglas en inglés, "Aramark Building Community"), a nivel global más de 12.000 trabajadores impactaron la vida de 500.000 personas en 13 países, a través de 400 proyectos de voluntariado.

Este programa de voluntariado y filantropía establece el marco para crear alianzas con instituciones y fundaciones locales y abordar en forma



conjunta diversas problemáticas sociales, desarrollando relaciones y asociaciones estratégicas.

En Chile y Argentina se celebró simultáneamente en el mes de septiembre la cuarta edición del Día del Voluntariado Corporativo, haciendo posible para los empleados brindar un impacto social significativo. Este se demuestra a través de diferentes actividades basadas en las necesidades de cada fundación aliada y permite construir vínculos más sólidos con los trabajadores, compartiendo una actividad que dispara su orgullo y sentimiento de pertenencia.

MÁS DE

12.000

TRABAJADORES
IMPACTARON LA VIDA DE

500.000

PERSONAS EN

13

PAÍSES



ARGENTINA

Por segundo año consecutivo se desarrolló la alianza con el Banco de Alimentos para desplegar actividades en las ciudades de Buenos Aires y Córdoba.

Voluntarios de Aramark Argentina clasificaron alimentos que, por diferentes motivos², no pueden ser comercializados aun siendo aptos para

su consumo. Gracias a la participación de más de 50 trabajadores, **se evitó que 3.100 kilos de alimentos llegaran a la basura.**

Además, **se donaron más de 100 kilos de snacks saludables** y estos junto con los alimentos re-clasificados fueron distribuidos a 10 organizaciones sociales.



“Acciones como ésta nos hacen sentir orgullosos de la empresa para la que trabajamos. Saber que estamos haciendo cosas no sólo por nuestro bien, sino para ayudar a la gente.”

Constanza Galletto, Analista de marketing

² Como el etiquetado defectuoso, cambio de temporadas o devoluciones.

CHILE

En alianza con tres instituciones desplegamos **actividades de voluntariado en 13 centros en 11 ciudades del país**, contando con la participación de más de 400 trabajadores.

✦ **Fundación Teletón:** conocimos el corazón de esta fundación y acompañamos a niños en un día de su rehabilitación. Además, realizamos trabajos de mejoramiento y reconstrucción de espacios en las sedes de Calama y Santiago.

✦ **Fundación Coanil:** desplegamos actividades recreativas para los beneficiarios de la fundación, además de realizar trabajos de reconstrucción y mejoramiento de espacios en sus centros de Antofagasta, Castro, Chillán, Hualpén, San Antonio, Santiago y Talca.

✦ **United Way:** voluntarios prepararon kits de alimentación saludable de los edificios corporativos en Santiago, que fueron luego entregados en dos jardines compartiendo juegos interactivos con los niños para educar sobre la importancia de una buena alimentación.

Gracias a la colaboración de estas fundaciones y el esfuerzo y dedicación de los participantes, este año las actividades de voluntariado alcanzaron a más de 11.000 beneficiarios en todo el país.



“La importancia de este tipo de acciones radica principalmente en poder entregar experiencias a niños de escasos recursos que en su día a día no tienen acceso a estas posibilidades, ya que para muchos de ellos fue la primera vez que recibieron orientación con respecto a sus hábitos alimenticios, generando una experiencia lúdica en torno a la alimentación sana.”

Alejandra Fuenzalida,
Directora Ejecutiva de United Way Chile



IMPACTOS ALCANZADOS

ARGENTINA

52 voluntarios

56% más que en 2016

2 ciudades

624_h

de trabajo cedidas a la comunidad

CHILE

413 voluntarios

20% más que en 2016

11 ciudades

2150_h

de trabajo cedidas a la comunidad

El grupo de empresas Aramark en Chile obtuvo el reconocimiento internacional en la categoría de Mejor Foto Selfie gracias a la participación de nuestros trabajadores de todas las divisiones a nivel nacional.

#soyvoluntarioAramark



VOLUNTARIO DESTACADO DEL AÑO



El Programa “Outstanding Volunteer Award” (Voluntario Destacado) reconoce a aquellos empleados que no sólo participan del Voluntariado Corporativo realizado por nuestras empresas, sino que también se comprometen en entregar experiencias que enriquezcan la vida y generen un impacto positivo en su comunidad. El trabajador destacado se convierte entonces en un **actor de cambio en su propia comunidad**, a la vez que materializa un trabajo de excelencia y un compromiso destacado con la empresa en la que trabaja.

Esta iniciativa es parte del programa global de reconocimiento Encore! Encore! y desde su implementación en 2008 más de 375 empleados han sido reconocidos a nivel mundial a.

Este año se reconoció a Leonardo Muñoz, Administrador de Contrato en Chile y a Karen Kaduk, del equipo de Recursos Humanos en Argentina.



VÍNCULOS SOCIALES

RED DE ALIMENTOS

Según la FAO, el volumen de desperdicio de alimentos a nivel mundial alcanza 1,6 billones de toneladas al año, con un costo estimado de 750 billones de dólares. Esto significa que un tercio de los alimentos aptos para el consumo es desperdiciado en el transporte, en la producción, venta u otras etapas de su cadena de comercialización.

Dentro de este total, América Latina constituye el 6% de las pérdidas y desperdicio mundial de alimentos, equivalente a 127 millones de toneladas.

Para contribuir a esta causa, se firmó en el 2016 un convenio con Red de Alimentos, organización sin fines de lucro cuya misión es rescatar alimentos aptos para el consumo pero que por diferentes motivos no pueden ser comercializados, y distribuirlos a personas vulnerables, convirtiéndose la Red en nexo entre las empresas de Aramark y una red de organizaciones sociales.

De esta manera durante el 2017 **se donaron más de 40.000 kilos de alimentos, beneficiando a 140 instituciones sociales** que alcanzan en total a más de 110.000 personas necesitadas.



“El aporte que Aramark realiza va mucho más allá de lo material. Con esto nos permiten regalar dignidad y elevar la calidad de vida de tantas personas que no tienen acceso a una alimentación completa y permanente por sus circunstancias de vida.”

Hna. M. Macarena Mc Kay, Comedor “Hogar de María” ubicado en la Villa O`Higgins, Santiago.





LES TOQUES BLANCHES



Les Toques Blancos es una asociación de chefs que fomenta el desarrollo de la identidad cultural gastronómica nacional y regional. Desde el año 2003 y a través de uno de sus proyectos más emblemáticos, la asociación ha ido en apoyo de liceos técnicos de bajos recursos que imparten la carrera de alimentación colectiva, permitiendo gracias a una alianza con 5 empresas privadas del rubro que los jóvenes más talentosos continúen sus estudios. De esta manera las “Becas Les Toques Blancos” entregan a los estudiantes destacados de estos establecimientos el **100% de financiamiento en el arancel y matrícula de la carrera de Gastronomía Internacional** en Inacap, por una duración de 2 años, permitiendo así la consolidación de sus carreras.

Darinka Novoa Lazo, del Centro Educacional Santa Rosa de La Cisterna, fue beneficiada este año por la beca otorgada por Aramark. Darinka comentó que “este primer año ha sido difícil y más exigente que el liceo, pero es una muy buena experiencia”. Su deseo cuando termine su carrera es poder tener su propia pastelería, deseo que confiamos pueda alcanzar gracias a esta oportunidad.



Les Toques Blancos

“Aramark y Les Toques Blancos son aliados hace ya 15 años, trabajando en el proyecto social más emblemático de nuestra asociación, dando una solución real a jóvenes de escasos recursos que sin esta oportunidad tendrían pocas opciones de poder cumplir su sueño. Gracias por ayudarnos a transformar la realidad de todas estas familias.”

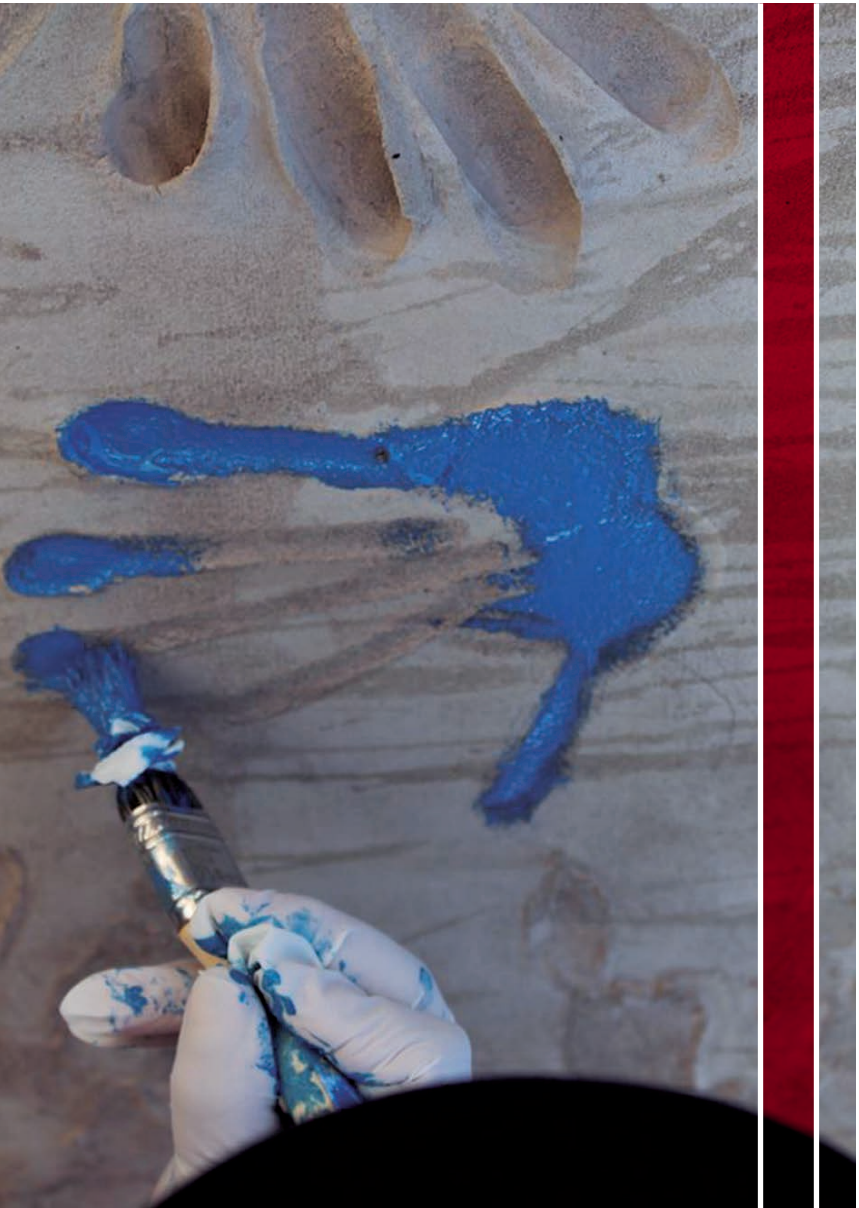
Betty Rodriguez, Gerente de Asuntos Corporativos de Les Toques Blancos

TELETÓN

Los trabajadores de las empresas Aramark están comprometidos con la campaña nacional de Fundación Teletón. Esta tiene el objetivo de 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 profesionales multidisciplinarios.

Durante el período de campaña se realizaron diferentes actividades, como feria de pulgas, jeans day y rifas Chao Jefe, con el objetivo de generar oportunidades para facilitar los aportes de los trabajadores.

De esta manera, el compromiso de nuestros equipos se vio reflejado en la donación de CLP \$ 7.358.920 en 2017, fondos reunidos en su totalidad por donaciones voluntarias de los trabajadores del grupo Aramark.





09

EL ROL DE
ARAMARK
COMO ALIADO
ESTRATÉGICO

EL ROL DE ARAMARK COMO ALIADO ESTRATÉGICO

NUESTROS COMPROMISOS

Los clientes y consumidores de cada división de servicio tienen altas expectativas sobre cómo desarrollamos nuestros negocios. Por eso articulamos proyectos como socios estratégicos de los clientes y en el marco de las asociaciones de las que las empresas Aramark son miembro, asumiendo diferentes compromisos que definen las líneas de acción en sostenibilidad y que responden a iniciativas locales o corporativas.

Con el objetivo de impactar positivamente en las economías locales vinculadas a los diferentes proyectos colaborativos implementados por las empresas Aramark, se busca fomentar la empleabilidad, fortalecer el tejido de emprendedores y contribuir a una alimentación más saludable.

LÍNEAS DE ACCIÓN DE PROYECTOS COLABORATIVOS

Alimentación saludable ●.....

Desarrollo de proveedores locales ●.....

Contratación local ●.....



De esta manera, el grupo de empresas Aramark colabora con el

40%

DE LOS CLIENTES ESTRATÉGICOS (QUE REPRESENTAN MÁS DEL 85% DE LAS VENTAS),

quienes se involucran activamente en la implementación de iniciativas conjuntas con impacto directo en las comunidades en las que se comparte presencia.



IMPACTOS COLABORATIVOS

ANGLOAMERICAN LOS BRONCES

Como proveedor de servicios de alimentación y aseo en la faena Los Bronces operada por AngloAmerican en la zona de Farellones, Santiago, Aramark Minería desarrolló de la mano con el cliente un Plan de Gestión Social que da cobertura a las diferentes dimensiones de impacto de nuestro trabajo en la zona.

Por un lado, asumiendo el compromiso de contratar mano de obra de las localidades identificadas como zona de influencia. Por otro lado, fomentando el crecimiento de productores de las mismas localidades y participando activamente en las rondas de emprendedores desarrolladas por TechnoServe, aliado de Anglo American en el desarrollo de estos programas. De esta manera se han identificado potenciales proveedores que podrían abastecer determinados productos, como por ejemplo frutos secos, y se los está acompañando activamente en su proceso de crecimiento para la obtención de las auditorías requeridas por los estrictos parámetros de compras que rigen los procesos de abastecimiento de alimentos.

Con el objetivo de contribuir a la calidad de vida de los habitantes de Corral Quemado y La Ermita, se desarrolló también un **plan de fomento de la alimentación saludable** a lo largo de los meses de junio, julio y agosto. Junto a chefs y nutricionistas se realizaron 6 actividades destinadas a un grupo de 15 mujeres, compartiendo con ellas más de 45 **recetas ricas, sanas y accesibles**. También se visitó un supermercado cercano a sus hogares para identificar en la práctica qué productos son recomendados por los expertos y aprender a leer los etiquetados para detectar contenidos nocivos como por ejemplo los añadidos de azúcar y derivados.

“El programa ha sido muy bueno, he aprendido bastante. La ayuda que nos prestan no se entrega en cualquier parte. Ha sido un apoyo súper integral, aprendimos a regular las calorías y ahora en mi familia comemos más sano porque lo que aprendo acá lo llevo para que todos ellos lo sepan.”

Norma Aravena, participante de la localidad de Corral Quemado



ARAUCO

En alianza con Arauco, Aramark Alimentación trabaja desde 2014 en la habilitación de productores locales de las zonas de influencia de determinados contratos en los que presta servicio. En este contexto agricultores de la comuna de Ránquil fueron evaluados para abastecer de productos hortofrutícolas.

Tras un intenso proceso de selección, cuatro agricultores se asociaron constituyendo una sociedad comercial, contando con el apoyo de ambas empresas, la Unidad de Desarrollo Local de

la Municipalidad de Ránquil y Sercotec. De esta manera la cooperativa regularizó su producción y la **oferta de productos como cilantro, tomate y otros**, abasteciendo de éstos a los casinos de Aramark que operan en la zona.

Como fruto de esta alianza, la sociedad ha entregado en este período **más de 3.5 toneladas** de productos entre tomates, zapallos italianos y pepinos para ensaladas, equivalentes a aproximadamente CLP \$ 3.4 millones, beneficiándose así de un flujo de demanda constante.

arauco

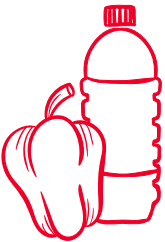


“Asociarnos a Aramark es muy importante para nosotros porque antes era difícil entregar nuestros productos y ahora con la entrega fija, más el apoyo de una empresa de prestigio como lo es Arauco, nos ayuda muchísimo”.

Mercedes Sepulveda, socia de la cooperativa

BRIDGESTONE

Por octavo año consecutivo Aramark Argentina participó de la Caravana Solidaria Bridgestone, recorriendo la provincia de La Rioja para llevar alimentos, bebidas y ropa a aquellas poblaciones más necesitadas. Como compañía realizamos una importante donación de alimentos no perecederos y agua.



BARRICK PROYECTO ALTURAS

En el Proyecto Alturas de Barrick, Aramark Minería entrega servicios de alimentación, aseo, mantención y hotelería.

Para esto se han seguido los requerimientos del cliente de pautas de contratación local, fomentando así el empleo en las zonas de influencia directa del contrato como Chipalca, Varillar, Viña y Paihuano.

Además, estos esfuerzos de impacto local se han reforzado con la contratación de determinados servicios a través de emprendedores de ferretería y lavandería, por ejemplo.



BARRICK VELADERO

De la mano de nuestro cliente Barrick hemos puesto en marcha un proyecto de desarrollo local en la provincia argentina de San Juan. Este se articula a través de una alianza público-privada conformada por Aramark, Barrick, organismos de gobierno local y cooperativas de productores.

El programa tiene como objetivo potenciar el nivel de las instalaciones productivas, a través de un plan de mejora y tecnificación, donde Aramark cumple el rol de asegurar la demanda de los productos comprometiendo acuerdos de compra a largo plazo.

En una primera etapa el programa se centró en la compra de cebollas, alcanzando un volumen de venta para los productores de más de 100.000 kilos.

En una segunda etapa se expandió el proyecto para incluir un abanico más amplio de productos, incluyendo la siembra y cosecha de otros productos.

Además de la materia prima hortofrutícola, hemos trabajado en el desarrollo de otros productos y servicios, como procesados de pan y fruta. En todos los casos apoyamos a los proveedores delineando programas de desarrollo adecuados a las particularidades de cada caso, implementando: desarrollo de productos, seguimiento bromatológico, asesoramiento contable y comercial, acompañamiento en habilitaciones y registros de productos. La implementación, seguimiento y monitoreo de estos esfuerzos de desarrollo permite un acompañamiento en la formalización de cada productor.



IMPACTOS DEL PROYECTO

Conformación de
20 mesas
de diálogo
interinstitucionales

Más de
300
familias
involucradas

Más de
ARS \$400.000
en compras de hortalizas locales
compradas por Aramark

CAMANCHACA

Los productos de mar son un ingrediente clave en la alimentación por su alto contenido de nutrientes saludables como el Omega 3. Sin embargo, los chilenos solamente consumen en promedio 13 kilos de pescados y mariscos por persona al año, versus un promedio mundial de 20 kilos anuales.

Con el objetivo de impactar positivamente en la salud de la población chilena se integró la alianza público-privada que articula el **Plan Estratégico Nacional “Del Mar a Mi Mesa”**, liderado por la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura (Subpesca) en conjunto con 40 empresas y entidades. El objetivo de esta iniciativa es elevar en un 50% el consumo nacional de productos del mar en el plazo de diez años.

En este contexto, y conscientes de la importancia de este nutriente en la alimentación de todos los clientes, se participó activamente de las mesas de trabajo que se desarrollan en Fundación Chile, colaborando en la identificación de barreras y la generación de propuestas para la implementación del plan.

El cliente Camanchaca, empresa productora en acuicultura, también forma parte de esta alianza, dando a conocer especies menos populares entre los consumidores como por ejemplo el jurel. Junto a ellos, Aramark Alimentación ha desarrollado **iniciativas comunes para el fomento del consumo de productos de mar**, participando en febrero de 2017 en el Día del Mejillón ce-

lebrado en la Plaza de Armas de Castro, con un stand conjunto en el que se prepararon tres recetas en base a mejillón que los cientos de asistentes pudieron degustar y también aprender a preparar.

En la misma línea, en el mes de mayo se participó también de la mano de Camanchaca en la primera versión de la Feria del Pesca'o organizada por la Sociedad Nacional de Pesca (Sonapesca) en el Parque Araucano de Santiago. El stand atrajo a cerca de 2.000 personas que se acercaron a observar y degustar las preparaciones que realizó uno de los chefs corporativos en base a los



productos de Camanchaca. Se compartieron tres recetas de las cuales la más celebrada fue el chupe de jurel, por la simpleza de sus ingredientes y lo sabrosa que resultó.





CODELCO NORTE Y OFICINAS CORPORATIVAS

Desde Aramark Minería se da servicio a la Corporación Nacional del Cobre y como aliados de la compañía minera colaboramos en el fomento de la alimentación saludable.

Por un lado, se desarrolló en sus oficinas corporativas de Santiago un taller para sensibilizar sobre la importancia de elecciones saludables.

Por otro lado, se introdujeron mejoras en el menú ofrecido en los casinos como mayor variedad de sopas y bebidas saludables, cambios que fueron acompañados por diversas campañas para incentivar el consumo de dichas alternativas dados sus beneficios para la salud.



GENERAL MOTORS

En el mes de septiembre junto a nuestro cliente General Motors organizamos un festejo por el Día Del Niño en la ciudad santafecina de Rosario, donde 25 niños de barrios rurales de la zona pudieron celebrar este día con juegos y comidas para toda la familia.

SQM EXAR

Participamos en la celebración de agradecimiento a la Pachamama realizada por las comunidades locales en Susques, Jujuy, zona de influencia del contrato minero EXAR de SQM. Estos festejos ancestrales recibieron nuestro apoyo a través de donación de alimentos.

Además, en línea con nuestros compromisos de desarrollo de comunidades locales, beneficiamos a las comunidades de Susques y Olaroz en Jujuy, contratando servicios a nivel local.

SQM MARÍA ELENA

De la mano del cliente SQM, se colaboró en la zona del Salar de Atacama en el fomento de las economías locales a través del apoyo a emprendedores. Gracias al apoyo directo de los expertos en Calidad de Aramark Minería, se acompañó a la Cooperativa Hidropónica de Quillagua y a productores de la localidad de Socaire en el mejoramiento de sus procesos. Esto con el objetivo de que alcancen los requerimientos de calidad necesarios para ser incorporados como proveedores de Aramark Minería y poder iniciar la compra de productos hidropónicos.

MINERA CANDELARIA

En el compromiso por impactar positivamente la calidad de vida de los consumidores, Aramark Minería promueve hábitos de alimentación saludable que contribuyan a evitar enfermedades que puedan afectar la capacidad de subir a faena de trabajadores mineros. Por ello se estableció una **alianza con la Universidad de Atacama** para desplegar diferentes actividades:

- ★ Medir el IMC de los comensales y entregar indicaciones generales para bajar peso.
- ★ Educar sobre el rol del consumo de agua en la dieta y concientizar sobre la importancia de hidratarse correctamente.
- ★ Otorgar opciones saludables para bebidas y snacks.

En 2017 se realizaron 3 campañas de Vida Saludable, evaluando a **430 trabajadores que recibieron asesoría profesional** e interactuaron de manera activa con la nutricionista.

Y también en alianza con la Universidad de Atacama, trabajadores del área cocina participaron del **taller de microbiología** “Aprender Haciendo” para entender en la práctica cómo se realizan los análisis a las contramuestras enviadas a laboratorio. Se compartieron contenidos básicos de microbiología y se realizó el análisis y recuento de un set de muestras. Todo esto con el objetivo de reforzar la inocuidad alimentaria del servicio y mejorar así la experiencia de consumidores.



PROGRAMA MINI CHEF

Este programa apunta a reforzar los vínculos entre los empleados y sus entornos de trabajo, invitando a los hijos de trabajadores a visitar los casinos y convertirse durante un día en los maestros y dueños de la cocina. La iniciativa se instaló en el año 2012 y se celebra en forma anual, con su 6ta edición en noviembre 2016. En esta oportunidad 30 contratos del área de Salud de Aramark Alimentación desplegaron Mini Chef, contando con la **participación de más de 900 niños en Región Metropolitana, Rancagua, La Serena y otras ciudades a lo largo del país.**



SODIMAC

Sodimac, empresa con más de 17.000 empleados en Chile, implementa el programa “+Sano ¡Qué rico es comer así!” para crear conciencia en sus equipos y motivar cambios de hábitos que permitan a sus trabajadores llevar una vida más sana.

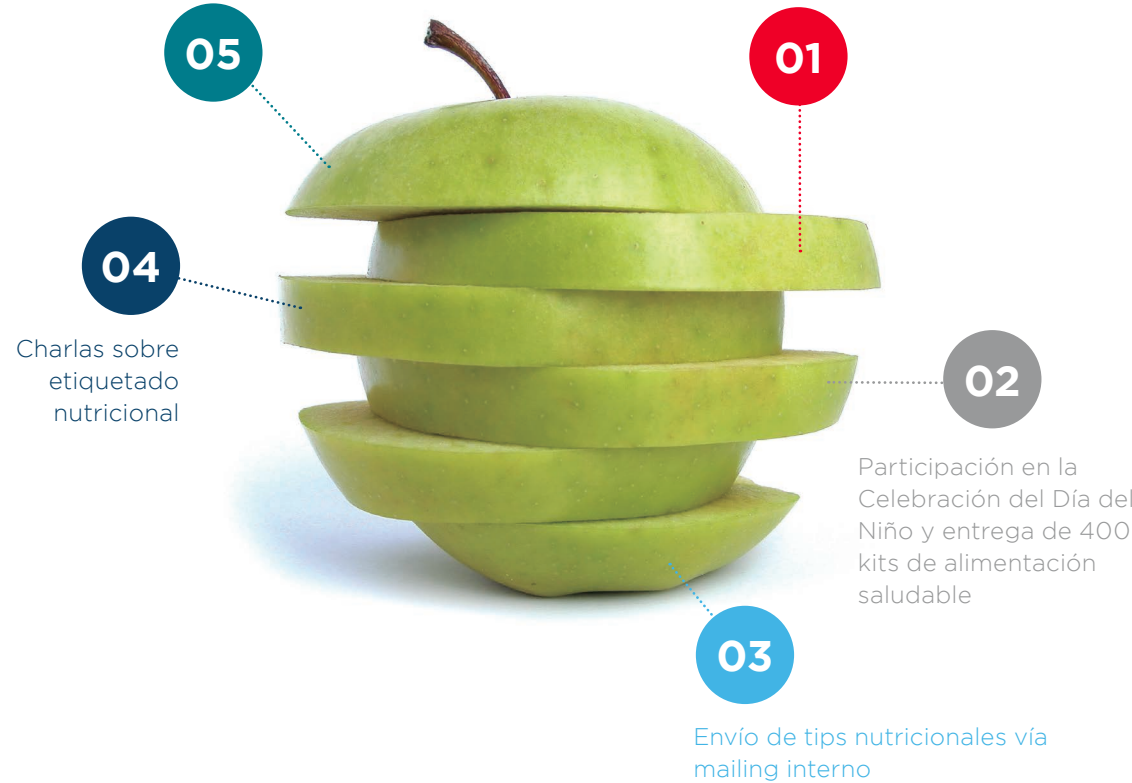
Esta iniciativa se **enmarca dentro del programa Elige Vivir Sano del Gobierno de Chile** y cuenta con la **asesoría de Aramark**. La coordinadora del Programa Vida Saludable de Aramark apoya la realización de diferentes actividades implementadas directamente en los espacios de trabajo del cliente, para brindar herramientas que permitan a los empleados modificar gradualmente sus hábitos alimenticios. El programa también se extiende a las familias de los trabajadores, sumando por ejemplo a los hijos en la celebración del Día del Niño.



ACTIVIDADES DEL PROGRAMA + SANO

Desarrollo de contenidos nutricionales para pantallas y trípticos

Desarrollo de la “Opción Saludable” en el menú diario



IMPACTOS CORPORATIVOS

GUÍA PARA LA SALUD Y BUEN VIVIR

En el 2017 rediseñamos el programa de salud y bienestar, Guía para la Salud y Buen Vivir (GPS), basándonos en la experiencia obtenida desde su implementación en el 2008. Esta guía persigue la **promoción y difusión de hábitos saludables** mediante charlas articuladas alrededor de tres ejes temáticos: consumo responsable, hábitos saludables y prevención. Las charlas son complementadas a su vez por un consultorio nutricional móvil, donde a través del encuentro con profesionales de la salud se realizan consultas orientativas con recomendaciones para el paciente.

Junto a diversos clientes, **más de 150 trabajadores participaron de estas actividades** en este año, beneficiándose así de los conocimientos compartidos por nuestros profesionales.



PROGRAMA ALIMENTA TU VIDA

Sólo en Chile, Aramark Alimentación y Aramark Minería son parte de la alimentación de más de 40 millones de usuarios al año. Esto supone una gran responsabilidad, dado el impacto que tienen en la calidad de vida de tantas personas. Por eso se desarrolló el programa Alimenta tu Vida y en el 2017 se trabajó en reformular el programa para promover entre consumidores hábitos de alimentación saludable, tanto dentro como fuera de su lugar de trabajo, con el fin de prevenir enfermedades crónicas no transmisibles tales como el sobrepeso, obesidad, diabetes e hipertensión.

Se apostó por incentivar la incorporación gradual de estos hábitos a través del aprendizaje colectivo e individual y se compartieron conocimientos con clientes y consumidores, brindando acceso a información y asesoramiento nutricional experto. Por ejemplo, ayudando a entender el **Plato de Guías Alimentarias Basadas en Alimentos**, más conocido como Plato Gaba, que explica de forma clara la variedad y porciones de los alimentos que se recomiendan consumir, compartiendo recetas y explicando

las propiedades y beneficios de los superalimentos e incentivando la actividad física para entregar consejos que permiten aumentar la actividad física en el día a día. Con estos programas, **se espera impactar a más de 50 clientes en el año fiscal 2018.**

“El Programa ATV tiene el objetivo de informar y educar sobre temas de alimentación trascendentes para la comunidad en todo el ciclo de vida, ya que la educación que se entrega en las diversas campañas hace que los trabajadores lleven a sus familias el conocimiento e ideas de cómo alimentarnos de una forma más equilibrada, adquiriendo hábitos de vida saludable, aumentando el gusto por una mejor calidad de vida que eventualmente lleva a disminuir el sobrepeso u obesidad.”

Evelyn Figueroa, Coordinadora del Programa Vida Saludable



Además, en las oficinas corporativas se celebró el Día Mundial de la Salud, compartiendo tips nutricionales con los 400 empleados que trabajan en el edificio.



TABLA DE INDICADORES GRI

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES			
CÓDIGO GRI	NOMBRE INDICADOR	UBICACIÓN O COMENTARIO	PÁGINA
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS			
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.	Nuestras marcas	38
G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes de la organización.	Nuestras marcas	38
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede de la organización.	Nuestra Organización	24
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 Organización	24
G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.	Gobierno Corporativo	32
G4-8	Se indica a qué mercados se sirve (con desglose geográfico, por sectores y tipos de clientes y destinatarios).	Nuestra Organización	24
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 Organización	24

CÓDIGO GRI	NOMBRE INDICADOR	UBICACIÓN O COMENTARIO	PÁGINA
G4-10	a. Tamaño de la plantilla por empleados, trabajadores contratados y sexo.	Nuestros trabajadores	44
	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).		
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	Relaciones Laborales	69
G4-12	Describa la cadena de suministro de la organización.	Cadena de Valor	86
G4-13	a. Se indican cambios significativos que hayan tenido lugar durante el período objeto de análisis de la memoria, en el tamaño, la estructura, la propiedad accionarial o la cadena de suministro de la organización.	En 2017 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.	Seguridad de los trabajadores	75
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	16

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:	Alianzas y asociaciones	128
	- 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.		
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.	Resultados Financieros	26
	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.		
G4-18	a. Describa el proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada Aspecto.	Sobre el Reporte de Sostenibilidad	10
	b. Explique cómo ha aplicado la organización los Principios de elaboración de memorias para determinar el Contenido de la memoria.		

CÓDIGO GRI	NOMBRE INDICADOR	UBICACIÓN O COMENTARIO	PÁGINA
G4-19	Elabore una lista de los Aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria.	Análisis de Materialidad	11
G4-20	Cobertura dentro de la organización de cada Aspecto material.	Aspectos Materiales para nuestra gestión de RSE	12
G4-21	Cobertura fuera de la organización de cada Aspecto material.	Aspectos Materiales para nuestra gestión de RSE	12
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.	Análisis de Materialidad	11
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS			
G4-24	Lista de los grupos de interés vinculados a la organización.	Análisis de Materialidad	11
G4-25	En qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja.	Análisis de Materialidad	11
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.	Análisis de Materialidad	11
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.	Aspectos Materiales para nuestra gestión de RSE	12

CÓDIGO GRI	NOMBRE INDICADOR	UBICACIÓN O COMENTARIO	PÁGINA
PERFIL DE LA MEMORIA			
G4-28	Período objeto de la memoria (por ejemplo, año fiscal o año calendario).	Límites y Alcances	10
G4-29	Fecha de la última memoria (si procede).	Aspectos Materiales para nuestra gestión de RSE	12
G4-30	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	Frecuencia Anual	
G4-31	Facilite un punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido de la memoria.	Datos Editoriales	142
G4-32	a. Se Indica qué opción «de conformidad» con la Guía ha elegido la organización.	Límites y Alcances	10
	b. Se Facilita el Índice de GRI de la opción elegida.	Tabla de Indicadores GRI	131
	c. Se Facilita la referencia al informe de Verificación externa si la memoria se ha sometido a tal verificación.	Aramark no realiza verificación externa de los Reportes de Sostenibilidad.	
	GRI recomienda la verificación externa, aunque no es obligatoria para que la memoria sea «de conformidad» con la Guía.		
G4-33	a. Describa la política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria.	Aramark no realiza verificación externa de los Reportes de Sostenibilidad.	-
	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.		

CÓDIGO GRI	NOMBRE INDICADOR	UBICACIÓN O COMENTARIO	PÁGINA
GOBIERNO			
G4-34	Describa la estructura de gobierno de la organización, sin olvidar los comités del órgano superior de gobierno.	Gobierno Corporativo	32
	Indique qué comités son responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales.		
ÉTICA E INTEGRIDAD			
G4-56	Describa los valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos.	Nuestro Compomiso Ética Corporativa	27, 29

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS			
CÓDIGO GRI	NOMBRE INDICADOR	UBICACIÓN O COMENTARIO	PÁGINA
ECONOMÍA			
PRESENCIA EN EL MERCADO			
G4-EC6	Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en los lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	Gobierno Corporativo	32
CONSECUENCIAS ECONÓMICAS INDIRECTAS			
G4-EC8	Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos.	Impactos Colaborativos	112
PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN			
G4-EC9	Porcentaje del gasto en lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.	Impactos Colaborativos	112
MEDIO AMBIENTE			
ENERGÍA			
G4-EN3	Consumo energético interno.	Consumos de energía	95
G4-EN6	Reducción del consumo energético.	Consumos de energía	95
EFLUENTES Y RESIDUOS			
G4-EN23	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	Gestión eficiente	90

CÓDIGO GRI	NOMBRE INDICADOR	UBICACIÓN O COMENTARIO	PÁGINA
PRODUCTOS Y SERVICIOS			
G4-EN27	Grado de mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios.	Compromisos corporativos Bienestar Animal Gestión eficiente	84, 85, 90
DESEMPEÑO SOCIAL			
EMPLEO			
G4-LA1	Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, por sexo, y por región.	Nuestros trabajadores Rotación	44, 68
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	71
RELACIÓN ENTRE LOS TRABAJADORES Y LA DIRECCIÓN			
G4-LA4	Plazos mínimo de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de estos en los convenios colectivos.	Relaciones laborales	69
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.	Comités Paritarios	80
G4-LA6	Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.	Seguridad de los Trabajadores	75



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.	Oportunidades de Desarrollo	52
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.	Oportunidades de Desarrollo	52
DIVERSIDAD E IGUALDAD			
G4-LA12	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional, sexo y edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	Gobierno Corporativo Nuestros Trabajadores Diversidad e inclusión	32, 44, 46
DERECHOS HUMANOS			
INVERSIÓN			
G4-HR2	Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluido el porcentaje de empleados capacitados.	Ética Corporativa	29
LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA			
G4-HR4	Identificación de centros y proveedores en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos.	Relaciones laborales	69
TRABAJO INFANTIL			
G4-HR5	Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil.	Ética Corporativa	29

CÓDIGO GRI	NOMBRE INDICADOR	UBICACIÓN O COMENTARIO	PÁGINA
TRABAJO FORZOSO			
G4-HR6	Centro y proveedores significativos con un riesgo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso.	Ética Corporativa	29
SOCIEDAD			
COMUNIDADES LOCALES			
G4-SO1	Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	Compromisos con las Comunidades El rol de Aramark como aliado estratégico	98, 110
RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS Y SERVICIOS			
ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS			
G4-PR5	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.	Clientes y Consumidores	39



Para más información, comentarios o sugerencias puede contactar a:

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

ARGENTINA
Tamara Chichik
Gerente de Recursos Humanos, RSE y HSEQ
chichik-tamara@aramark.com.ar

Este reporte fue elaborado por:

GESTIÓN DE CONTENIDOS
Constanza Urrutia
Favio Lagos

REDACCIÓN Y EDICIÓN
María Francisca Hernández

DISEÑO
Daniela Letelier
Trinidad Besa
Luciana del Campo

FOTOGRAFÍAS
Aramark Corp. The Market
Archivo fotográfico Aramark Sudamérica

IMPRESIÓN
Fyrma



www.aramark.cl