



Reporte de

Sostenibilidad

2020



**MEJORES INGREDIENTES.
MEJOR PIZZA.**

Índice



01.
INTRODUCCIÓN

PÁG. 3



02.
**HITOS
Y CIFRAS**

PÁG. 8



03.
PRESENTACIÓN

PÁG. 9



04.
**PERFIL DE PAPA
JOHN'S**

PÁG. 13



05.
**COMPROMISO CON
LA SOSTENIBILIDAD**

PÁG. 24



06.
**NUESTRO
NEGOCIO**

PÁG. 32



07.
**EQUIPO
Y COMUNIDAD**

PÁG. 53



08.
MEDIO AMBIENTE

PÁG. 81



09.
ANEXOS

PÁG. 89

CAPÍTULO 1

Introducción

PIZZA
PAPA JOHN'S[®]
MEJORES INGREDIENTES.
MEJOR PIZZA.



Alcance del reporte

[102-45 102-50 102-52]

En línea con nuestro compromiso de integrar la sostenibilidad de manera transversal en nuestro negocio, y así otorgar valor a aspectos sociales y ambientales para la toma de decisiones en todas las áreas de la empresa, este reporte presenta la mirada de sostenibilidad de nuestra compañía y da cuenta de los aspectos más relevantes de nuestro desempeño económico, social y ambiental del año 2020 a nuestros grupos de interés. Es nuestro segundo reporte de sostenibilidad, donde damos cuenta de nuestro desempeño en la materia, entre el 1 enero al 31 de diciembre del 2020.



Definición de contenidos

[102-54 102-56 102-43 102-46]

Este reporte cumple con las directrices para la Comunicación de progreso de Pacto Global (COP) y ha sido elaborado considerando las recomendaciones de los Estándares de Global Reporting Initiative (GRI) en sus versiones más actualizadas, siguiendo la opción “esencial” y no será sometido a proceso de verificación de terceras partes.

Para determinar el contenido de este documento se realizó un proceso de materialidad que consideró los temas relevantes levantados en 2019 para el primer reporte de Papa John's Chile.

Este proceso, incorporó la opinión de los principales ejecutivos de la empresa y los grupos de interés más relevantes, a través de un taller y encuestas respectivamente. Para el proceso 2020, incorporamos temas que surgieron de acuerdo a la contingencia mundial, cambios, tendencias y nuevos desafíos, identificados a través de entrevistas, análisis de información interna de la empresa y prensa.

Los temas identificados fueron priorizados por el Consejo de Administración para elaborar la matriz de materialidad 2020 de Drake Food Service International (DFSI).

Además, los resultados de nuestra materialidad fueron revisados por Papa John's International y están alineados con los temas definidos como prioritarios.

Temas Materiales y cobertura

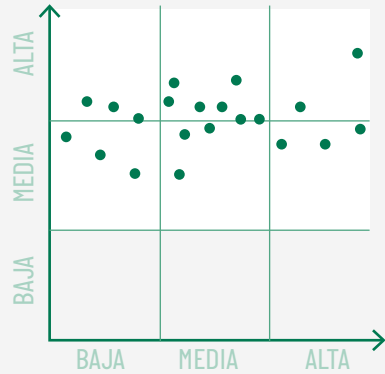
[102-46 102-44 102-47]

Temas 2020	Impacto dentro de la organización	Impacto fuera de la organización
GOBERNANZA Y ÉTICA		
Cumplimiento normativo	✓	✓
Impactos económicos indirectos		✓
Políticas públicas y la prevención de la corrupción	✓	✓
Prácticas de adquisición	✓	✓
NEGOCIO		
Calidad y seguridad de productos	✓	✓
Impactos económicos directos	✓	✓
Presencia en el mercado	✓	✓
* Efecto del Covid-19 en nuestras operaciones	✓	
* Transformación digital y Ciberseguridad	✓	✓

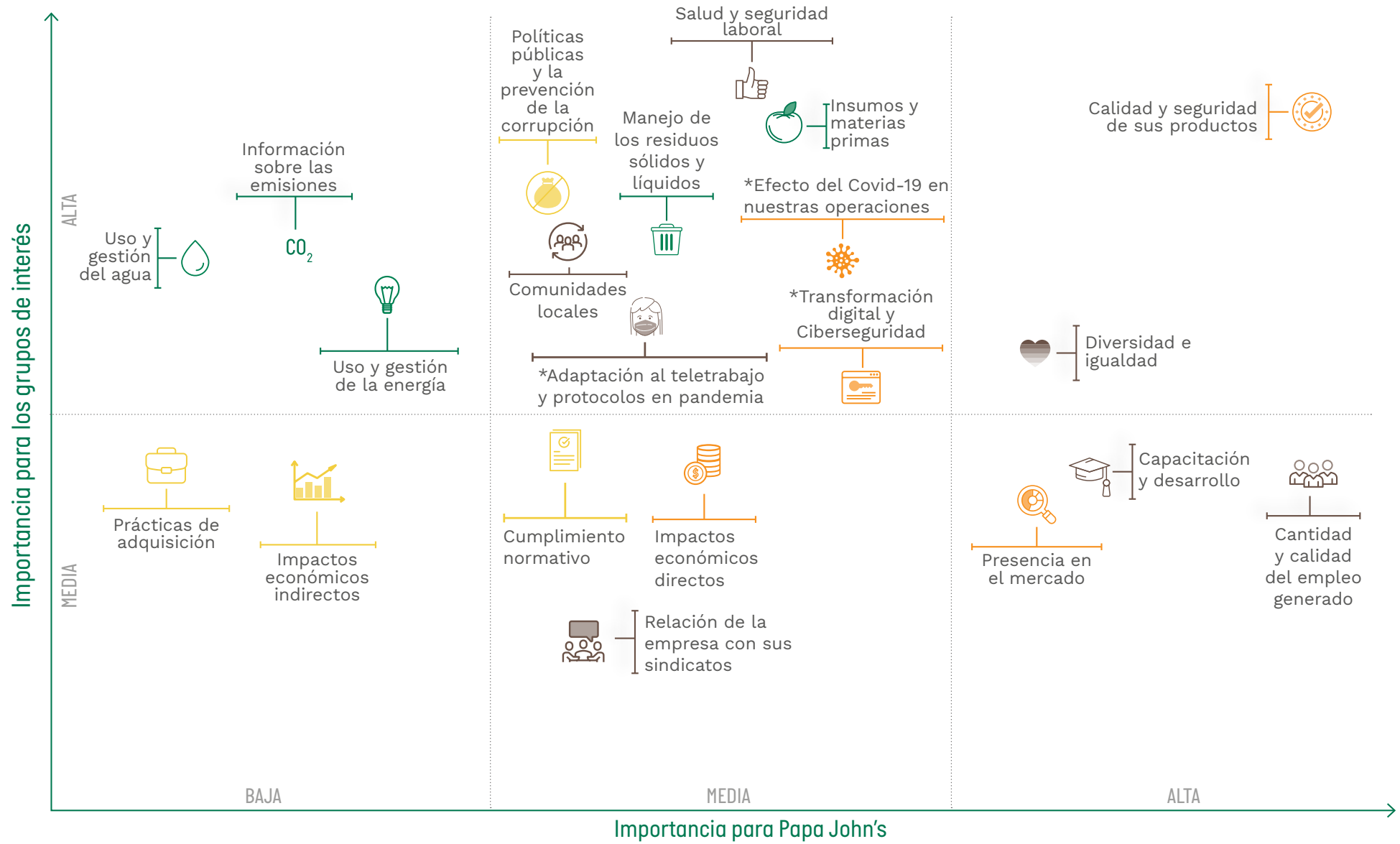
Temas 2020	Impacto dentro de la organización	Impacto fuera de la organización
MEDIO AMBIENTE		
Información sobre las emisiones		✓
Insumos y materias primas	✓	✓
Manejo de los residuos sólidos y líquidos	✓	✓
Uso y gestión de la energía		✓
Uso y gestión del agua		✓
EQUIPO Y COMUNIDAD (SOCIAL)		
Cantidad y calidad del empleo generado	✓	✓
Capacitación y desarrollo	✓	
Comunidades locales		✓
Diversidad e igualdad	✓	✓
Salud y seguridad laboral	✓	
Relación de la empresa con sus sindicatos	✓	
* Adaptación al teletrabajo y protocolos en pandemia	✓	✓

* Indican los nuevos temas introducidos en el ejercicio de materialidad 2021.

Matriz de Materialidad (102-47)



- GOBERNANZA Y ÉTICA
- NEGOCIO
- MEDIO AMBIENTE
- EQUIPO Y COMUNIDAD (SOCIAL)



Nuestros Grupos de Interés

[102-40 102-42]

A continuación presentamos la identificación de nuestros grupos de interés, describiendo cuáles son sus expectativas y las diferentes formas en las que nos relacionamos con cada uno de ellos.

¿CÓMO NOS RELACIONAMOS CON ELLOS?

¿CUÁLES SON SUS EXPECTATIVAS?



COLABORADORES

- » Encuesta “Great Place to Work”
- » Comunicaciones internas
- » Voluntariado corporativo
- » Canal de denuncia
- » Código de Ética



SINDICATOS

- » Reuniones mensuales
- » Procesos de negociación colectiva



ACCIONISTAS

- » Reuniones de Directorio
- » Participación en comités
- » Memoria Anual
- » Reporte Sostenibilidad
- » Informes mensuales



PROVEEDORES Y CONTRATISTAS

- » Licitaciones
- » Reuniones
- » Comunicación de políticas
- » Capacitaciones y entrenamientos
- » Contratos
- » Procesos
- » Validación de controles



CLIENTES

- » Página web
- » App y comunicaciones *push*
- » Encuesta de satisfacción de clientes
- » Canales de denuncia
- » Redes sociales
- » Estudios de mercado
- » Focus testeo de productos
- » Canales de atención al cliente
- » Comunicación de políticas



COMUNIDADES

- » Reuniones de trabajo colaborativo
- » Proyectos
- » Diálogos
- » Voluntariado corporativo



SOCIEDAD CIVIL Y FUNDACIONES

- » Membresías
- » Comités
- » Reuniones temáticas
- » Participación en instancias de trabajo colaborativo



AGREGADORES

- » Reuniones y capacitación
- » Visitas mensuales
- » Planes de negocios conjuntos
- » Reportes de satisfacción de clientes
- » Integración tecnológica



GOBIERNO Y AUTORIDADES

- » Reuniones y consultas
- » Reportes fiscales mensuales, trimestrales y anuales
- » Envío de información periódica (transacciones, datos clientes)
- » Impresos y formularios
- » Comunicación transacciones *on-line*
- » Requerimiento y respuestas
- » Consultas formales e informarles



PAPA JOHN'S INTERNATIONAL

- » Contrato subfranquicia
- » Contrato de desarrollo para cada país
- » Reuniones y visitas periódicas
- » Reporte de ventas
- » Licencia de la marca
- » Auditorías de calidad
- » Certificación de proveedores

- » Condiciones laborales
- » Remuneraciones y beneficios
- » Capacitación y formación
- » Desarrollo de carrera
- » Salud y seguridad ocupacional
- » Excelencia operacional
- » Comunicación

- » Rentabilidad
- » Crecimiento
- » Sostenibilidad
- » Gestión de riesgos

- » Altos estándares de cumplimiento
- » Oportunidades de desarrollo.
- » Generación de ganancias
- » Cumplimiento de la ley
- » Planificación y transparencia
- » Transparencia y orden
- » Mitigación de riesgos

- » Calidad del producto.
- » Precio y promociones
- » Seguridad / protocolos COVID
- » Lanzamientos
- » Sostenibilidad
- » Horarios de atención y delivery
- » Comunicación de políticas y derechos del consumidor

- » Contribución al desarrollo local, de la industria y del desarrollo sostenible
- » Atención ante crisis
- » Orden y estructura

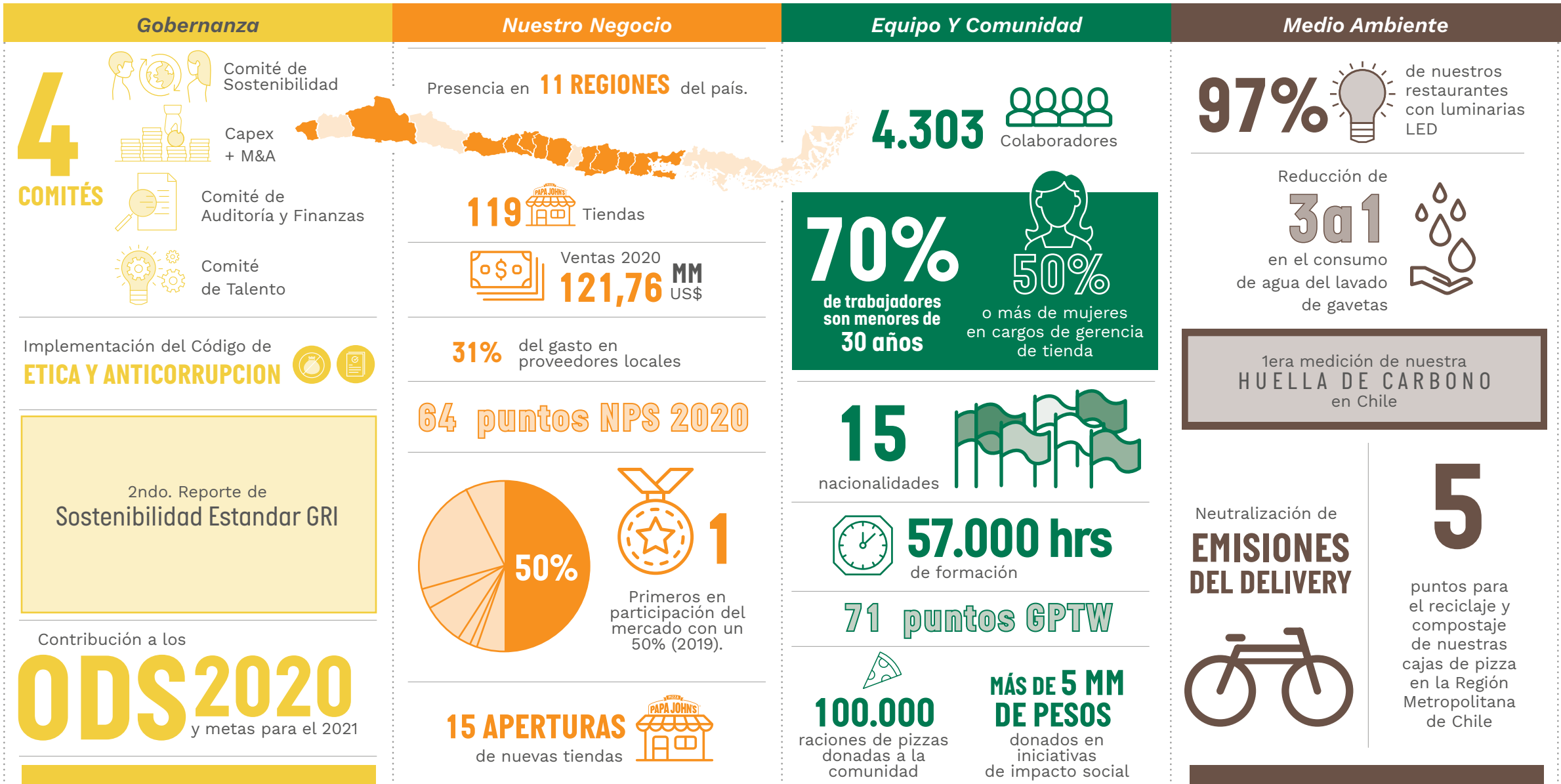
- » Contribución al desarrollo local, de la economía, de la industria y del desarrollo sostenible
- » Atención ante crisis.
- » Relacionamento constante.

- » Acuerdos comerciales beneficiosos
- » Calidad y seguridad del producto
- » Disponibilidad y atención
- » Rentabilidad
- » Crecimiento y retención
- » Productividad y eficiencia operativa

- » Cumplimiento regulatorio.
- » Contribución al desarrollo de la industria
- » Aporte al desarrollo local y nacional
- » Comportamiento de buen ciudadano
- » Transparencia

- » Excelencia en la calidad del producto y servicio
- » Cuidado de la reputación de la marca
- » Desarrollo y expansión del negocio e identificación de áreas geográficas de interés
- » Acuerdos beneficiosos recíprocos (*win/win*)
- » Alineamiento con la visión y estrategia internacional
- » Gestión de riesgos operativos y reputacionales





CAPÍTULO 3

Presentación



MEJORES INGREDIENTES.
MEJOR PIZZA.



Carta del Gerente General

(102-14)

Tenemos el orgullo de compartir con ustedes el segundo Reporte de Sostenibilidad que rescata los resultados alcanzados en el 2020 por Papa John's Chile desde la perspectiva económica, social y ambiental.

Desde el 2019 que en Papa John's Chile estamos comprometidos con integrar la sostenibilidad de manera transversal en la estrategia del negocio e impulsando la creación de valor compartido a lo largo de toda su cadena de valor. No solo buscamos entregar las mejores pizzas y un sobresaliente servicio, sino que también mitigar y reducir los impactos que genera nuestro negocio en la sociedad y el medioambiente.

Este reporte es una herramienta de gestión interna y forma parte del plan de sostenibilidad de Papa John's Chile. En este documento damos cuenta de nuestros avances en las metas que nos hemos establecido a corto y mediano plazo con el fin de contribuir directamente a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 y a los Principios del Pac-

to Global fijados por la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

Este documento es aún más relevante, pues además de presentar los significativos resultados que obtuvimos en el 2020, relata el desafío de adaptación que significó la pandemia causada por Covid-19 para nuestro negocio y para la sociedad global. La crisis sanitaria exigió que reordenásemos nuestras prioridades, con esfuerzos y acciones concentradas en nuestro compromiso inmediato: cuidar a las personas.

Me gustaría comenzar destacando el recorrido que hemos tenido como empresa el año 2020, en el cual gracias al trabajo en conjunto de nuestros 4.303 colaboradores logramos operar en 117 tiendas y 2 foodtrucks, cumpliendo nuestro objetivo de hacernos presentes a lo largo y ancho del país, desde Arica hasta Punta Arenas.



Javier González R.
Gerente General

Como sabemos, el 2020 se presentó como un desafío transversal para todos. La pandemia causó incertidumbre, crisis económica, pérdidas de trabajos y de vidas. En este contexto, en Papa John's Chile respondimos de manera cohesionada y con un solo objetivo que es seguir haciendo lo que mejor sabemos hacer: entregar alimentos con los más altos estándares de calidad, servicio y excelencia. Esto, cumpliendo con el compromiso de mantener a nuestros colaboradores y consumidores a salvo, resguardando siempre su salud y bienestar. Gracias a esto, logramos mantener nuestra continuidad operacional, destacando dentro del mercado en este incierto escenario, los que nos permitió asegurar la fuente de trabajo de nuestros más de 4.300 colaboradores.

Otro aspecto de gran relevancia fue la transformación digital, la cual significó una ventaja competitiva en el contexto de pandemia, permitiéndonos estar preparados para los desafíos que se impusieron en este contexto y poder estar, más cerca que nunca, de nuestros consumidores a través de nuestro sitio web y App. Además, mantuvimos importantes alianzas con agregadores, y así generamos un mayor alcance en cada ubicación. Debido a estos factores destacamos entre la competencia, manteniendo con solidez y excelencia

la continuidad operacional en cada una de las tiendas que representa la marca.

Mantener nuestra operación intacta significó, a su vez, un desafío en términos de salud y seguridad. Para ello, los colaboradores de soporte adoptaron el trabajo remoto y nos aseguramos de que los equipos de nuestras fábricas, centros de distribución y tiendas contaran con todos los implementos de protección necesarios para continuar con sus operaciones garantizando su seguridad y la de sus familias.

Quiero destacar que este año, más que nunca, las personas han sido la prioridad y foco en nuestro negocio. Somos una empresa que promueve el desarrollo profesional guiado por la formación, la meritocracia y la excelencia. Por ello, también nos preocupamos de dar continuidad a nuestros programas de capacitación en todos los niveles, siendo una de las principales fuentes de desarrollo y movilidad dentro de la compañía. En el 2020 completamos más de 57.000 horas de capacitación, ejecutando planes de formación de manera remota o presencial, según lo permitiera el contexto. Destacamos programas como “Potenciando tu talento”, que busca descentralizar y diversificar las oportunidades entre nuestros colaboradores y el curso de

“Excelencia operacional”, dirigido a personal con gente a cargo.

También me gustaría resaltar el trabajo que hicimos con las comunidades, en línea con nuestro compromiso de ser una marca que trabaja para generar impacto positivo donde está presente. Reconociendo la importancia que tuvo para muchos contar con el acceso a una fuente de alimentos en este adverso contexto, realizamos donaciones de pizzas a diferentes iniciativas, con el objetivo de apoyar a aquellas comunidades organizadas con alto nivel de necesidad, complementando las ollas comunes con alimentos frescos y de calidad. Además, aportamos directamente a las “primeras líneas” del personal de salud y de bomberos. En total, entregamos más de 100 mil raciones de pizza. En paralelo aportamos parte de los ingresos obtenidos en el año 2019, lo que se tradujo en una donación de más de 4.300 millones de pesos al fondo de emergencia creado por la Confederación de Producción y del Comercio (CPC) para colaborar a los afectados por el Covid-19.



Todo lo anteriormente mencionado fue valorado por parte de la sociedad y obtuvimos importantes avances respecto al reconocimiento de nuestra marca. Por una parte, ascendimos en la encuesta “Marcas Ciudadanas” que destaca a aquellas marcas que generan un impacto relevante en la sociedad y en la calidad de vida de las personas, resaltando el propósito de su negocio y la relación que construye con la comunidad. Y, por otro lado, fuimos reconocidos con un Effie de Plata por la campaña que realizamos para el lanzamiento de nuestras “Pizzas Veganas”.

En línea con este lanzamiento, también potenciamos una alianza estratégica con Not Co (“foodtech” chilena que usa inteligencia artificial para crear alimentos *plant based*), para el desarrollo la Not Meat, ingrediente 100% de origen vegetal e insumo clave de nuestra línea vegana. Con ello, buscamos ofrecer productos y alternativas de alimentación vegetariana y con menor impacto ambiental, que se adapten a las tendencias y preferencias de nuestros consumidores.

Por último, debido a que comprendemos que somos un actor relevante para cuidar nuestro medioambiente, buscamos impulsar iniciativas que apunten a la mitigación de nuestros impactos. Para ello, en el 2020 establecimos una alianza con Sodimac y Triciclos, la que permite sumar lugares especializados en la red nacional de puntos limpios para depositar nuestras cajas de pizza de modo que sean valorizadas por medio del compostaje y reciclaje. También hemos establecido desafiantes metas para primero medir y luego reducir, compensar y neutralizar las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) en nuestras operaciones.

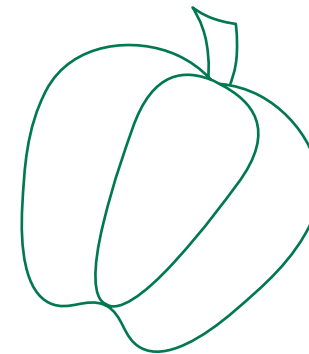
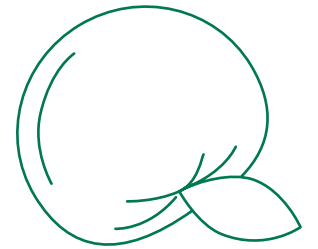
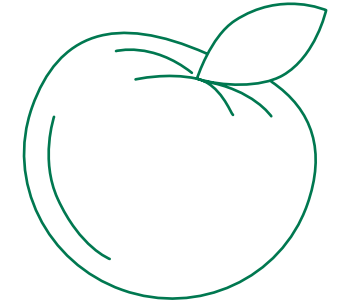
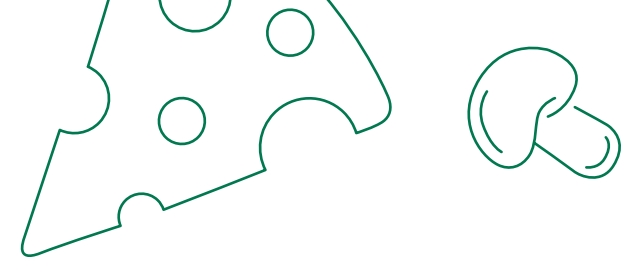
Creemos que en nuestra industria hay muchas oportunidades para hacer las cosas mejor. Los esfuerzos y la hoja de ruta de nuestro compromiso con la sostenibilidad se ven reflejados en este reporte. Sin duda hemos dado grandes pasos de los que estamos muy orgullosos, sin embargo, nuestra ambición es aún mayor y estamos conscientes de que aún tenemos grandes desafíos por abordar.

Los invito a recorrer el segundo Reporte de Sostenibilidad de Papa John’s Chile, y enviarnos cualquier sugerencia o aporte que estimen conveniente.

Un cordial saludo,

JAVIER GONZÁLEZ R.

Gerente General



CAPÍTULO 4

Perfil de Papa John's



1. ¿Quiénes somos?

Descripción de la compañía

[102-1 102-2 102-4 102-7]

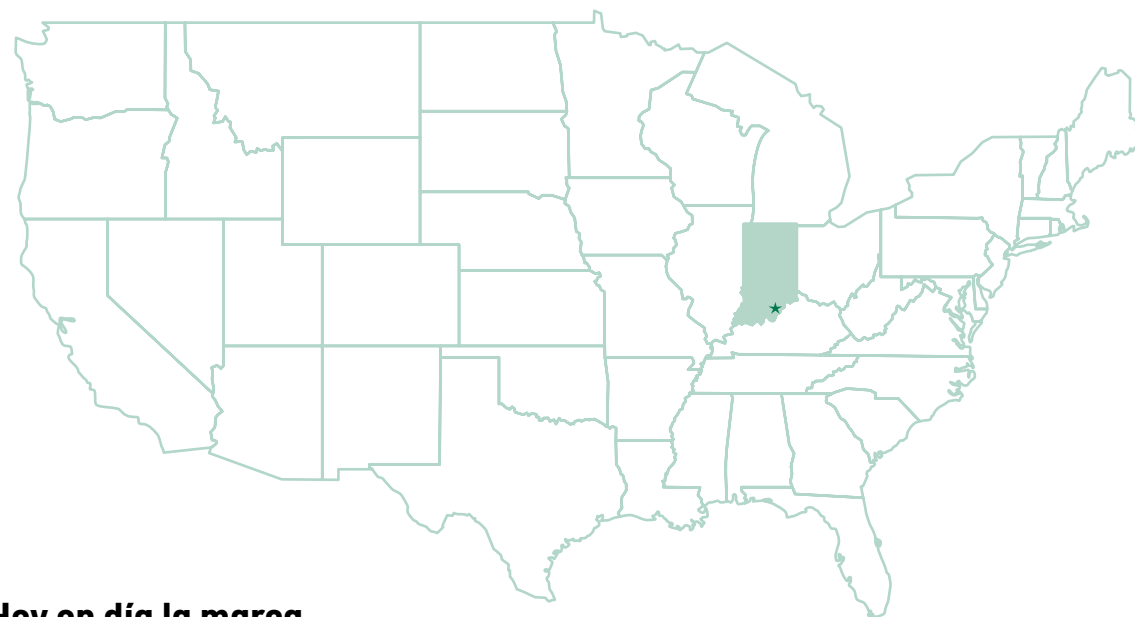
Papa John's Chile pertenece a Drake Food Service International (DFSI), el franquiciado más grande de la marca Papa John's a nivel mundial, con los derechos exclusivos para operar en España, Portugal, Costa Rica, Guatemala, Panamá y Chile, con un total de 266 tiendas con diferentes formatos; *foodcourt*, *foodtrucks*, *take away*, *full dining*, y socios operadores. En sus operaciones trabaja con más de 6.400 colaboradores, inspirados bajo la consigna corporativa de "Mejor Pizza, Mejor Servicio, para todos, Siempre".

Pertecemos a la industria del retail alimentario que elabora y distribuye pizzas. Asimismo,

somos un socio de confianza para Papa John's International, completamente alineados con su visión, ética, liderazgo y receta exclusiva que nos diferencia del resto del mercado. Nuestros criterios de calidad están basados en exigentes parámetros y proveedores certificados por el consejo internacional, teniendo como foco siempre priorizar la calidad de los productos. La obsesión por la calidad resulta clave en la estrategia del negocio, razón por la cual estamos en constante búsqueda de nuevos insumos que consigan satisfacer las tendencias de consumo y acompañar las constantes innovaciones de la marca.



Es una empresa fundada en
JEFFERSONVILLE / INDIANA
 en el año 1984.



Hoy en día la marca
 está presente en

49
 PAÍSES

con más de

5.500
 RESTAURANTES

siendo la **TERCERA**

MAYOR
 FRANQUICIA
 de pizzerías
 a nivel mundial

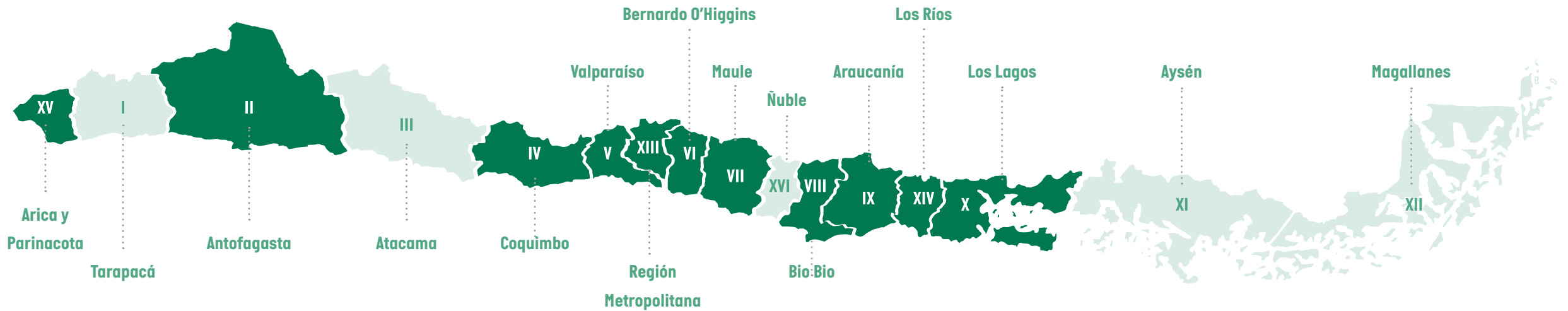


Ubicación geográfica [102-6]

Cuando DFSI adquirió Papa John's Chile en el año 2015 la operación abarcaba 32 tiendas en el país. Al final del año 2019, transcurrido un poco más de 4 años desde la toma de control, superamos las 100 tiendas, distribuidas desde la ciudad de Calama hasta

Puerto Montt. Cerramos el 2020 con una operación de 117 tiendas y 2 foodtrucks en el país. Este crecimiento a lo largo de toda la geografía chilena trae un desafío logístico añadido. Por ejemplo, la apertura de un foodtruck en Punta Arenas, una de las zonas más

australes del país, logrando de este modo cubrir todo el territorio nacional.



Mercados y ubicación de nuestras operaciones [102-4]

Región	XV	I	II	III	IV	V	RM	VI	VII	XVI	VIII	IX	XIV	X	XI	XII	Total
No. de locales	1	0	6	0	4	15	71	3	4	0	9	2	1	2	0	0	119

Nuestros principios

[102-16]

PROPÓSITO

“Mejorar la calidad de vida de las personas, generando oportunidades y valor compartido para la sociedad.”



VALORES

SERVICIO

EXCELENCIA

RESPECTO

Disponemos de todas nuestras capacidades para servir a nuestros clientes.

Nos apasiona el trabajo bien hecho.

Valoramos y respetamos a las personas con las que trabajamos creando un ambiente de confianza.

2. Gobernanza

[102-22 102-26]

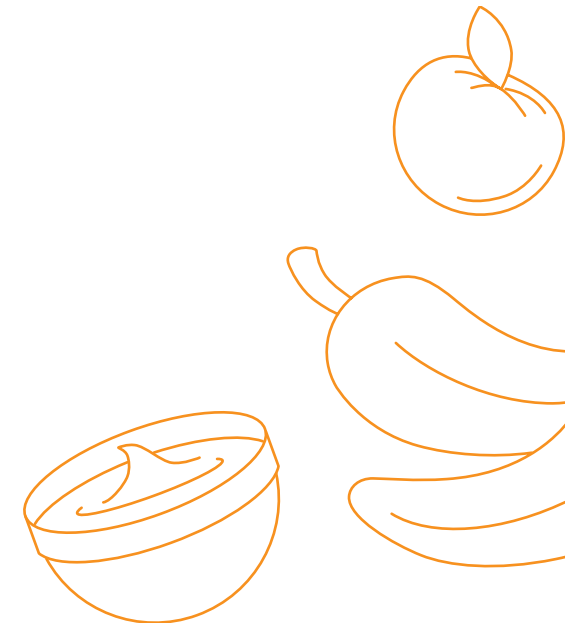
Tenemos la convicción de que la transparencia es el sustento para superar los desafíos que enfrenta una organización. Para ello, resulta prioritario dar visibilidad a todas las prácticas de conducción del negocio, reportando nuestros resultados e impactos, y fortaleciendo constantemente los instrumentos y mecanismos de control para garantizar una actuación ética.



Funcionamiento del Consejo de Administración

Drake Food Service International ETVE es la cabecera del grupo, cuyo órgano de administración subyace en un Consejo de Administración altamente comprometido, que define las directrices y lineamientos estratégicos para llevar a cabo las labores operativas de la manera más eficiente y sustentable. El Consejo está compuesto por seis miembros y un secretario no-consejero. Este Consejo se reúne mensualmente y cuenta con diferentes comités delegados que focalizan su actuar y posibilitan la

realización de un seguimiento constante de las áreas clave de la compañía. Pese a tener un socio único, el Consejo de DFSI se encarga de la estructura de capital, las reorganizaciones societarias dentro del Grupo, la estrategia de crecimiento, sostenibilidad, el análisis de inversiones, la revisión de indicadores de gestión.





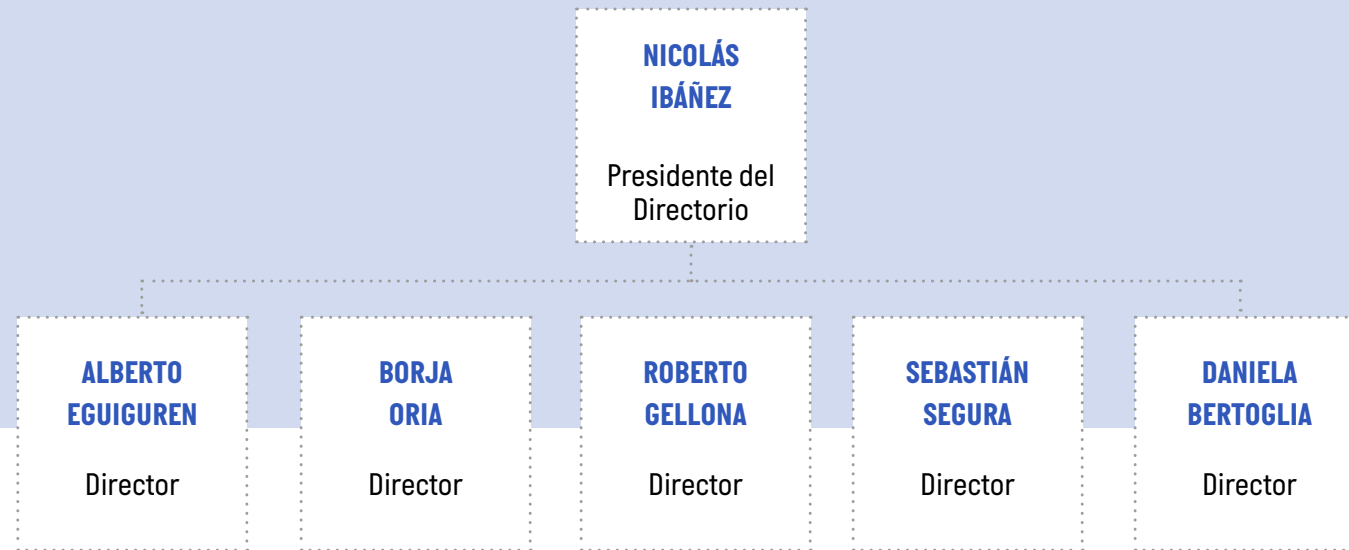
RESPONSABILIDADES DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

[102-20 102-26]

<p>01.</p>  <p>Liderar y entregar dirección estratégica.</p>	<p>02.</p>  <p>Supervisar la implementación de los objetivos estratégicos de la compañía.</p>	<p>03.</p>  <p>Nombrar al Presidente y Vicepresidente.</p>	<p>04.</p>  <p>Nombrar al Director Ejecutivo, CEO y otros ejecutivos senior.</p>	<p>05.</p>  <p>Asegurar que exista un plan de sucesión adecuado.</p>	<p>06.</p>  <p>Asegurar una relación clara entre el desempeño y la compensación de los ejecutivos y directores ejecutivos.</p>	<p>07.</p>  <p>Asegurar que directores senior y ejecutivos sean monitoreados y evaluados.</p>	<p>08.</p>  <p>Aprobar y monitorear los principales programas de gastos e inversión.</p>
<p>09.</p>  <p>Monitorear el desempeño operacional y financiero de la compañía.</p>	<p>10.</p>  <p>Supervisar la integridad de los sistemas de informes corporativos y contables de la compañía, incluyendo la auditoría externa.</p>	<p>11.</p>  <p>Supervisar la compañía y desarrollar políticas clave para la empresa, incluyendo sistemas de control y de accountability.</p>	<p>12.</p>  <p>Asegurar el cumplimiento de las leyes, regulaciones, estándares contables apropiados y políticas corporativas, incluyendo el Código de Conducta.</p>	<p>13.</p>  <p>Asegurar que la compañía tenga establecido un marco de gestión de riesgos adecuado y establecer el apetito de riesgos en línea con las expectativas del directorio.</p>	<p>14.</p>  <p>Asegurar que, tanto el mercado, como los grupos de interés, estén completamente informados de todos los desarrollos materiales relacionados con la compañía que podrían tener un efecto en los valores de ésta.</p>	<p>15.</p>  <p>Reconocer la importancia y legítimos intereses de los grupos de interés.</p>	<p>16.</p>  <p>Promover el equilibrio entre la contribución económica de las empresa y sus impactos en materia ambiental, social y de gobernanza, en concordancia con los compromisos suscritos relacionados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).</p>



Miembros del Consejo de Administración [102-18 102-23]



*Directorio vigente durante el 2020, para el 2021 se planifica un cambio de estructura.

Comités del Directorio

[102-22]

DFSI Consejo de Administración

COMITÉ DE SOSTENIBILIDAD

► **OBJETIVO**
Guiar y promover el proceso de transformación necesario para hacer de DFSI una compañía sostenible, velando por una correcta implementación de la estrategia de sostenibilidad, definiendo y priorizando acciones que aseguren que la sostenibilidad se mantenga en el centro del negocio.

► **PERIODICIDAD**
Trimestral

► **INTEGRANTES**
CEO
Gerentes Generales de los mercados
2 miembros del Directorio

CAPEX+ M&A

► **OBJETIVO**
Analizar proyectos de inversión de nuevas ubicaciones asegurando una rentabilidad esperada, que cumpla el costo del capital y cree valor para el accionista.

► **PERIODICIDAD**
A demanda en función de las necesidades de cada mercado (Iberia, Chile o Centroamérica) o avance del proyecto de M&A.

► **INTEGRANTES**
CEO
Gerentes Generales de los mercados
1 ó 2 miembros del directorio

COMITÉ DE AUDITORÍA Y FINANZAS

► **OBJETIVO**
Validar los Estados Financieros que serán presentados al Directorio para su aprobación. Aprueba el financiamiento y la estructura de capital de cada una de las filiales. Además, es el comité encargado de aprobar las estrategias financieras y monitorear sus resultados. Evalúa proyectos suspendidos o bloqueados para su reactivación y aprueba las políticas financieras y contables.

► **PERIODICIDAD**
Trimestral

► **INTEGRANTES**
CEO / CFO
3 miembros del Directorio
Contralor
Secretario

COMITÉ DE TALENTO & REMUNERACIÓN

► **OBJETIVO**
Que exista un equipo de calidad, debidamente empoderado para conducir la compañía, articulado por una estrategia y un plan de acción que permita el desarrollo, la retención y atracción del talento, exigiendo que los valores y principios se respeten y propaguen.

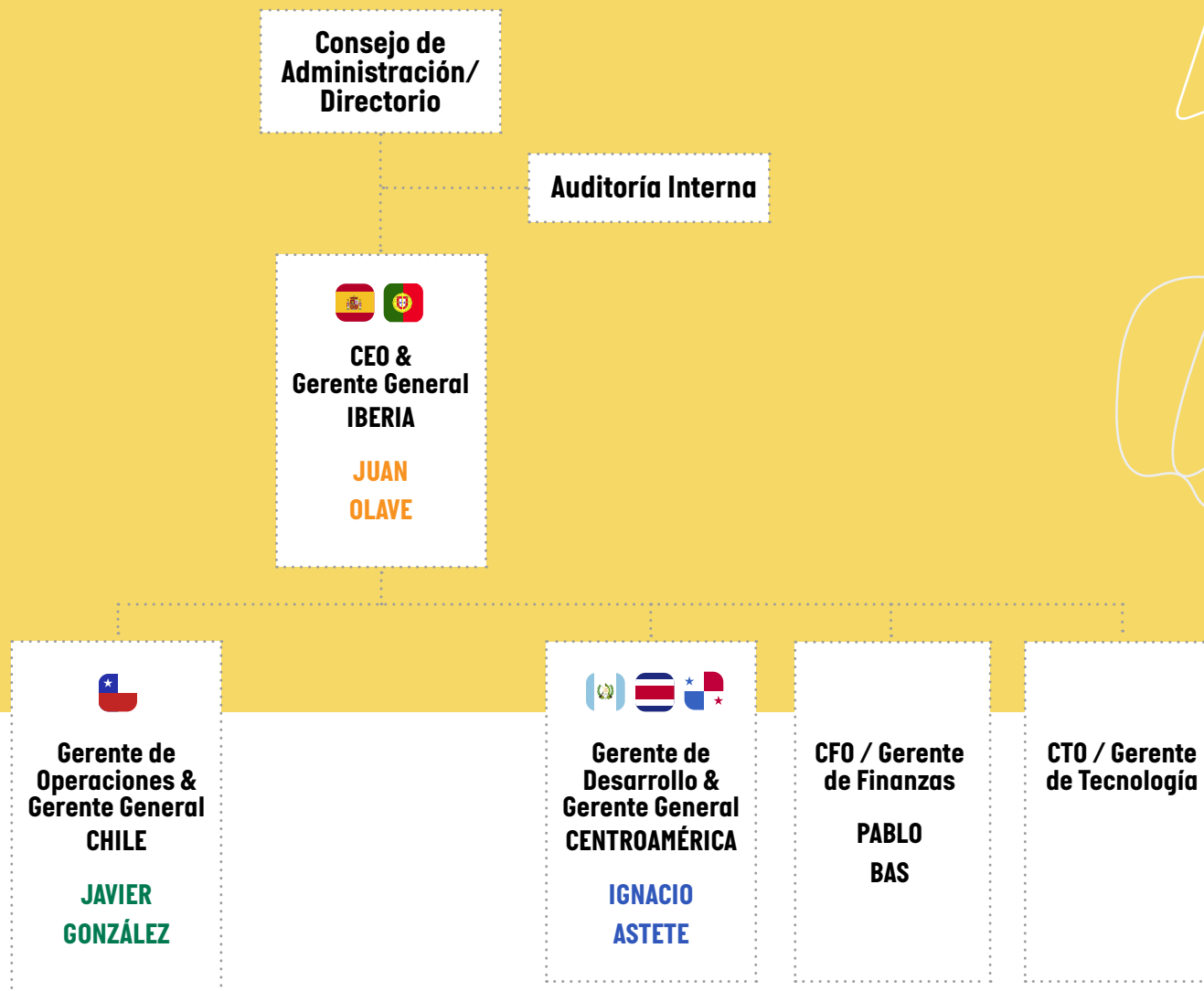
► **PERIODICIDAD**
Mensual

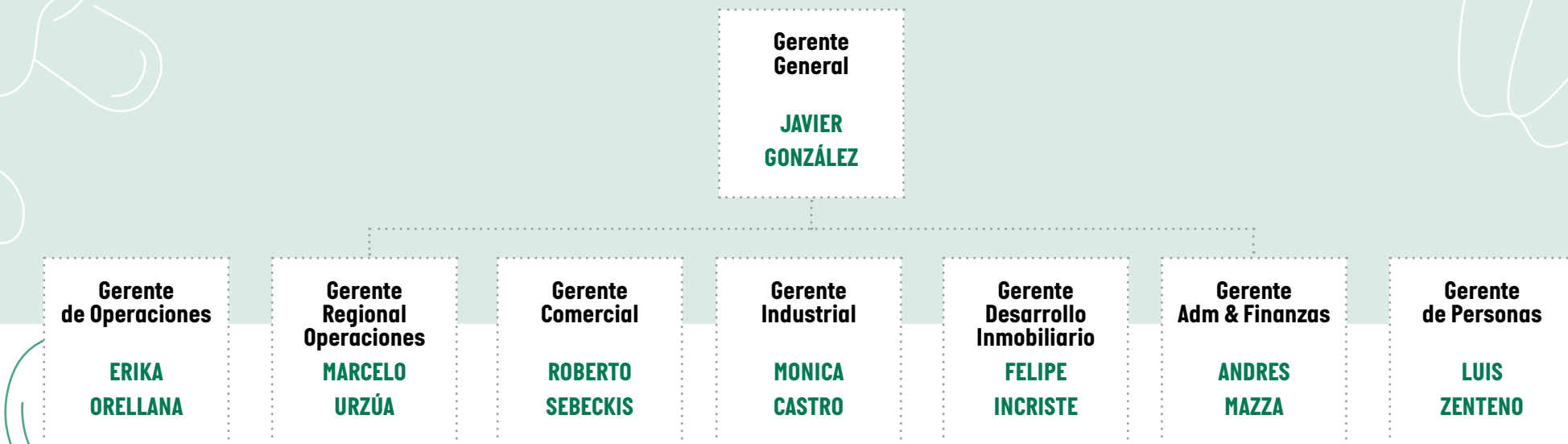
► **INTEGRANTES**
CEO
2 miembros del Directorio
Gerentes Generales de los mercados
Gerentes de Personas Iberia
Asesor/a de Personas



Organigrama DFSI

[102-19]





3. Ética y Anticorrupción

[102-11 102-15 102-17 205-1]

-  Políticas públicas y la prevención de la corrupción
-  Cumplimiento normativo

Durante el 2020 implementamos el Código de Ética y Anticorrupción. En paralelo, realizamos capacitaciones a gerentes y miembros del Consejo de Administración sobre el Modelo de Prevención de Delitos. Éste es un marco de referencia que establece las conductas correctas para quienes son parte de la empresa, orientando las prácticas dentro y fuera de la compañía, además de contemplar la relación con sus colaboradores, accionistas, proveedores, clientes, autoridades y comunidad. Asimismo, facilita el conocimiento y aplicación de los valores, principios y comportamientos que promueve nuestra empresa.

En el 2021 ajustaremos nuestro actual Código de Ética e implementaremos el Código de Conducta y Procedimientos, respondiendo al Programa de Compliance de DFSI y las diferentes políticas asociadas. Este Código será aplicado al resto de los mercados de DFSI y considerará al menos los siguientes contenidos:

- ▶ Prácticas laborales de la organización, garantizando la protección social, la salud y seguridad en el entorno laboral y favoreciendo el diálogo social.
- ▶ Políticas corporativas respecto al uso razonable de las nuevas tecnologías por el colaborador y puestas a su disposición por la entidad.

- ▶ Políticas corporativas de uso de las redes sociales por el colaborador.
- ▶ Gestión medioambiental de los procesos empresariales y productivos, los cuales deben adecuarse para favorecer un desarrollo sostenible, optimizando el uso de los recursos naturales, reduciendo la contaminación y asumiendo prácticas de protección y restauración del medio natural.
- ▶ Políticas “Anti Bribery” (Anti Corrupción) para cubrir el riesgo asociado a la actividad propia de Papa John’s en su relación con las administraciones públicas.
- ▶ Prácticas de competencia justa.
- ▶ Buenas prácticas en materia de información al consumidor.
- ▶ Respeto por los Derechos Humanos, garantizando la no discriminación de los distintos grupos de interés, velando por el cumplimiento de los derechos civiles, políticos, económicos, culturales, laborales y sociales aplicables en su esfera de influencia.

Canal de denuncias



Contamos con canales de denuncias en todos los países donde tenemos operaciones. Éstos son una vía de comunicación, confidencial y libre de riesgo, a través de la cual colaboradores, vendedores, proveedores y otros grupos de interés, pueden enviar información de manera anónima acerca de una denuncia, falta a la ética o normativa, actividad ilegal o cualquier otra circunstancia que atente contra los valores, transparencia o la ética de la empresa.

Estos canales son manejados por un ente independiente que se encarga de recepcionar, custodiar, registrar y comunicar las sugerencias o denuncias que se reciban, para que sean investigadas y se logre rápidamente poner fin a la brevedad a cualquier conflicto o irregularidad.



CAPÍTULO 5

Compromiso con la Sostenibilidad

PIZZA
PAPA JOHN'S[®]
MEJORES INGREDIENTES.
MEJOR PIZZA.



1. Visión de Sostenibilidad

En Papa John's Chile somos conscientes de que la ambición de crecer y generar valor económico son intereses intrínsecos de la actividad empresarial que deben ejercerse de manera ética, generando un impacto positivo para la sociedad en su conjunto.

Impulsados por nuestra visión, buscamos ser una empresa que marque la pauta por su constante innovación y compromiso con las comunidades donde estamos presente, generando valor compartido.

Buscamos ser parte del desafío de hacer del mundo un lugar mejor. Para ello, entendemos que nuestra empresa es una plataforma que debe contribuir al bien común, mediante el fortalecimiento de sus valores, un comportamiento ético y transparente, y el desarrollo de una nueva economía, que incluya dignidad, respeto y mejora continua de las condiciones laborales. Estamos convencidos de que las empresas que comprendan los retos adaptativos del momento actual y que formen parte de la agenda de transformación, serán las que construirán y marcarán la diferencia en el futuro.



NUESTRO COMPROMISO

Es integrar la sostenibilidad de manera transversal y progresiva en nuestro negocio y en todos los mercados donde operamos, contemplando y valorizando los impactos sociales y ambientales en nuestra la toma de decisiones.

Pilares estratégicos de sostenibilidad

Para comenzar este camino, decidimos evaluar nuestros impactos y adoptar marcos internacionales como los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), los Principios de Pacto Global de las Naciones Unidas, los estándares de Global Reporting Initiative y el B *Impact Assessment*.

En la búsqueda de un modelo que nos permitiera alcanzar logros claros y visibles, y que contribuya directamente a los ODS de la Agenda 2030 y los Principios del Pacto Global, en el 2020 identificamos las principales brechas y oportunidades, para así definir un ambicioso plan de trabajo con iniciativas, hitos y metas específicas que guiarán nuestros focos de actuación en el corto y mediano plazo.

El plan de sostenibilidad está estructurado en 4 pilares estratégicos que reflejan nuestra visión y compromiso.

Gobernanza y ética

Creemos que la transparencia es lo que sostiene la confianza, clave para superar los desafíos por los que atraviesan las organizaciones. Por ello, para Papa John's Chile es prioritario ampliar la visibilidad y transparencia de las prácticas de conducción de nuestro negocio, informar nuestros resultados e impactos, y fortalecer constantemente los instrumentos y mecanismos para garantizar una actuación ética.

Negocio

Mejores ingredientes, mejor pizza y el mejor servicio para todos, siempre, es lo que nos hace diferentes.

Buscamos la excelencia lo cual se traduce en:

- ▶ Garantizar el mejor servicio, con la máxima calidad, seguridad y trazabilidad de cada uno de nuestros insumos.
- ▶ El permanente desarrollo e innovación de nuevos productos y canales.
- ▶ En la generación de impacto económico en toda nuestra cadena de valor.

Medio ambiente

Buscamos continuamente innovar, repensar y hacer más eficientes nuestros procesos para reducir los impactos que tiene nuestro negocio en el medio ambiente.

Equipo y comunidad

Entendemos que el corazón y motor de nuestra empresa son las personas.

Por ello, buscamos contribuir positivamente al desarrollo de todos aquellos vinculados directamente a nuestro negocio, concentrando los mayores esfuerzos en los públicos de interés definidos como prioritarios

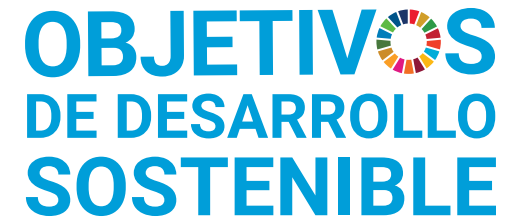


Nuestra contribución los Objetivos de Desarrollo Sostenible

En el 2015, 193 Estados miembros de las Naciones Unidas aprobaron la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, que consiste en 17 objetivos de aplicación universal, donde los países se comprometen a intensificar sus esfuerzos para poner fin a la pobreza, reducir la desigualdad y luchar contra el cambio climático, garantizando, al mismo tiempo, que nadie se quede atrás.

Para nuestra compañía, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) representan una oportunidad para cumplir nuestro propósito, enfocado en

mejorar la calidad de vida de las personas y crear valor compartido, con un fuerte compromiso social, comunitario, con nuestros colaboradores y el medio ambiente. Por ello, en 2019 Papa John's Chile adhiere a Pacto Global Chile, con foco en comprender los desafíos que representan cada uno de los ODS para nuestro negocio. De esta manera mapeamos las oportunidades, definimos las prioridades y establecimos una robusta agenda de trabajo orientada a potenciar la contribución del negocio en el corto y mediano plazo.



Cruce de iniciativas de sostenibilidad 2020 con Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

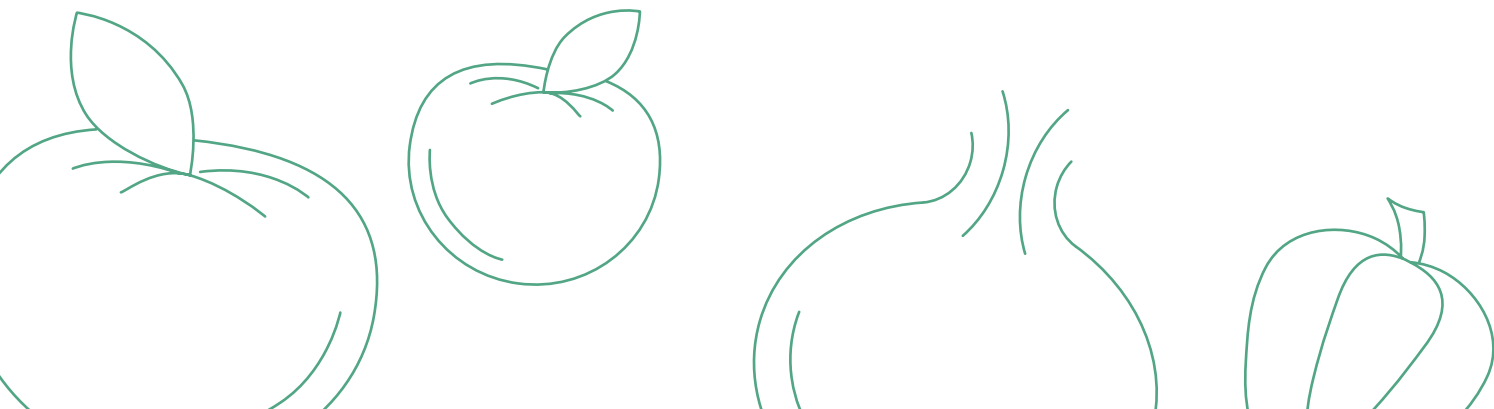
PILAR	INICIATIVA	DESCRIPCIÓN	ODS
EQUIPO Y COMUNIDAD	Programa “Potenciando tu Talento” by Drake Food Service College	Este programa busca fomentar el desarrollo integral de nuestros colaboradores por medio de ejes tales como: capacitación a través de competencias técnicas y transversales, planes de desarrollo laborales e incentivos que apuntan a mejorar su empleabilidad.	
	Programa de Beneficios	Para mejorar la calidad de vida de los colaboradores y lograr la conciliación laboral, ofrecemos una serie de beneficios que permiten aumentar la productividad organizacional, además de atraer a los mejores candidatos y retener a las personas con alto desempeño.	
	Apoyo Social y asesorías en bienestar	Contamos con un área atendida por profesionales expertos en la materia para entender las diversas necesidades sociales de nuestros colaboradores, con la misión de acompañarlos y orientarlos en temáticas sociales, de salud, vivienda y educación, de manera de lograr impactar positivamente en su calidad de vida.	
	Implementación de protocolos Covid-19	Con el fin de garantizar la salud y bienestar de nuestros clientes y colaboradores, en Papa John's nos aseguramos de contar con protocolos sanitarios y todos los Equipos de Protección Individual (EPIs) para prevenir el Covid-19.	



PILAR	INICIATIVA	DESCRIPCIÓN	ODS
EQUIPO Y COMUNIDAD	Resguardo de la salud y seguridad laboral	Certificamos el Centro de Producción y Distribución (QCC) en sistema PEC2 de Mutual de Seguridad. Nos certificamos en la Matriz de Identificación de Peligros y Evaluación de Riesgos (MIPER) impulsada por la Superintendencia de Seguridad Social.	
		Protegemos la salud y seguridad de nuestros colaboradores identificando los peligros, evaluando los riesgos y estableciendo los controles respectivos. Incluyendo planes de prevención, actuación ante emergencias y simulacros.	
	Implementación de la flexibilidad y el teletrabajo.	Impulsamos la modalidad teletrabajo para todos aquellos colaboradores cuyos cargos no requieren de presencia física.	
	Programa de Inclusión social	Trabajamos con fundaciones y organizaciones del mundo público para atraer dotación de personas en situación de discapacidad. De esta manera La Fundación Emplea y La Fundación Señales identifican candidatos para nuestras tiendas, apoyándonos en sus procesos de inserción. Además, colaboramos con la Oficina Municipal de Intermediación Laboral (OMIL) y sus áreas de trabajo con personas en situación de discapacidad.	
	Colaboración con la Municipalidad de La Pintana	Establecimos una alianza con la Ilustre Municipalidad de La Pintana y sus instituciones, para contribuir al desarrollo comunal, el bienestar y la calidad de vida de sus habitantes, ofreciendo ofertas laborales y actividades con la comunidad.	
	Declaración pública de respeto a Derechos Humanos	El 2019 adherimos al Pacto Global de las Naciones Unidas por lo que aplicamos todas las medidas y normas establecidas por la Organización Internacional del Trabajador. De esta forma, profundizamos nuestro compromiso con los Derechos Humanos.	
	Vinculación con las comunidades	Durante la pandemia identificamos comunidades con alto nivel de necesidad y vulnerabilidad, con el fin de complementar las ollas comunes de gestión local con alimentos frescos y de calidad.	
	Colaboración como parte del sector empresarial en respuesta a la pandemia	Participamos mediante donaciones del Fondo Privado de Emergencia para la Salud de Chile, el cual canalizó recursos en cuatro líneas de acción: Alimentos, Salud, Apoyo Humanitario, Investigación e Innovación.	
	Donaciones de Pizza	A través de distintas campañas en las regiones donde operamos donamos pizzas a comunidades que trabajaron en la primera línea durante la crisis sanitaria: organizaciones benéficas, personal de salud y bomberos.	



PILAR	INICIATIVA	DESCRIPCIÓN	ODS
GOBERNANZA	Código de Ética y Anticorrupción	Contamos con un Código de Ética el cual es un marco de referencia que establece las conductas y acciones a seguir para quienes forman parte de la organización. El código orienta las prácticas, tanto dentro como fuera de la compañía, y contempla el manejo de las relaciones con el entorno.	
	Alimentos inocuos y de calidad	Para promover el consumo de alimentos inocuos, trabajamos con ingredientes de la más alta calidad. Bajo estrictas normas y certificaciones de calidad, además de un Sistema de Gestión de la Calidad e Inocuidad basado en las principales certificaciones de estándares internacionales.	
NEGOCIO	Lanzamiento de Pizzas Veganas	Incorporamos una línea vegana con el objetivo de ofrecer productos y alternativas de alimentación más saludables y con menor impacto ambiental, adaptándonos a las tendencias y preferencias de nuestros consumidores.	
	Información nutricional	Con el objeto de proteger la salud de nuestros consumidores en nuestra web se encuentra disponible la información nutricional y de componentes alérgenos de todos los productos que forman parte de nuestro menú.	
	Modelo Socio Operador	Son tiendas propias que incorporan un incentivo económico complementario para retribuir la gestión eficiente de los líderes que los administran. De esta manera, se distribuye una parte de las utilidades generando un valor compartido sobre las eficiencias generadas.	
MEDIO AMBIENTE	Compostaje de cajas de Pizza	Habilitamos contenedores de reciclaje en 5 puntos limpios de la Región Metropolitana, con el objetivo de incentivar el consumo responsable y reciclaje de residuos en nuestros clientes y comunidad. Además, se concretó el rediseño y la reducción del 9% del gramaje de las cajas.	
	Eficiencia en la gestión de recursos	Los más altos impactos ambientales de DFSI tienen que ver con el consumo de agua, energía y combustible. En este sentido, se busca fomentar un enfoque de eficiencia en la gestión de recursos que minimice el efecto de estos impactos.	



Metas de sostenibilidad 2021

Pilar de la estrategia de sostenibilidad

EQUIPO Y COMUNIDAD		
Temática	Metas 2021	ODS Impactado
Capacitación y Desarrollo	Lograr que el 75% de los pizzeros y repartidores completen el programa Potenciando tu Talento.	
	Capacitar al 75% de los colaboradores en salud y bienestar.	
	Realizar la evaluación de desempeño al 100% de los colaboradores.	
	Capacitar al 100% de los colaboradores en diversidad y sesgos inconscientes.	
	Lograr la contratación local del 100% de trabajadores en comunas vulnerables.	
Desarrollo comunitario	Desarrollar 3 locales sociales: Tiendas que donarán el 20% de su utilidad para apoyar el financiamiento de proyectos de desarrollo comunitario.	
	Donación mensual de una cantidad de pizzas a la comunidad local (tiendas en comunas vulnerables).	

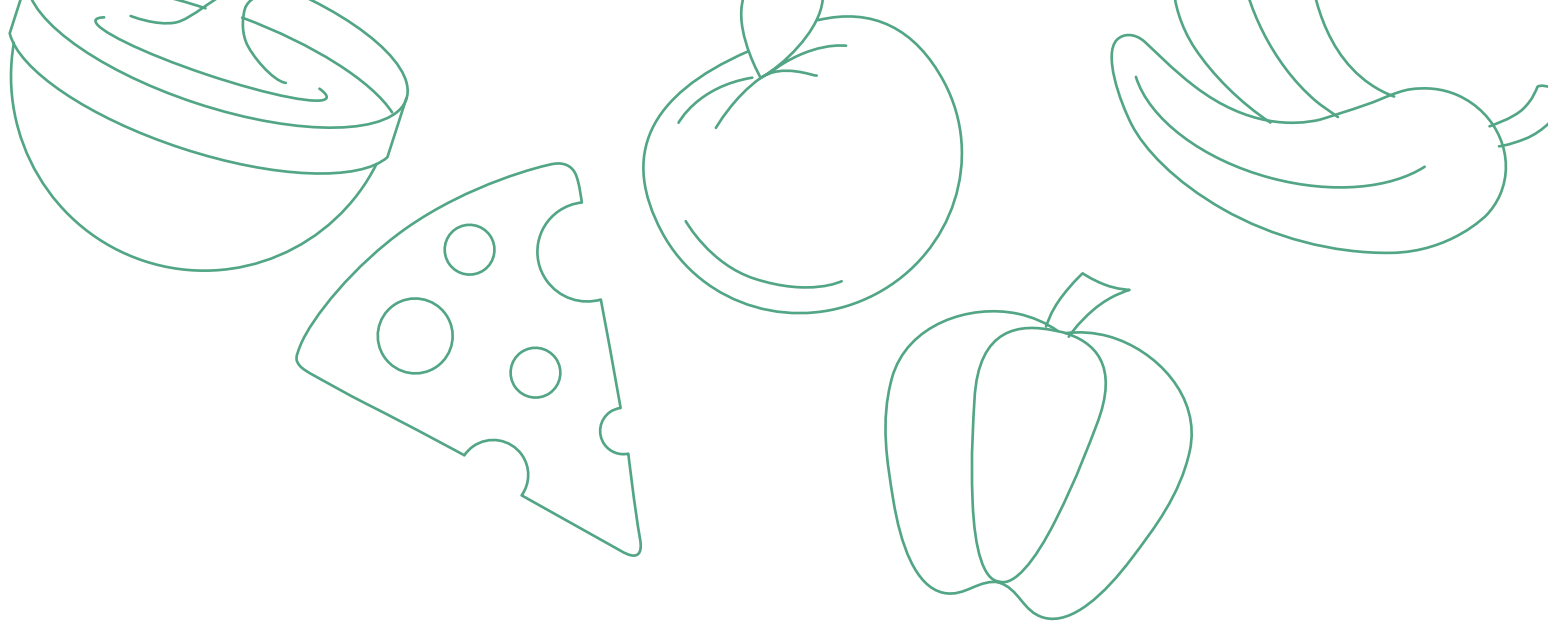
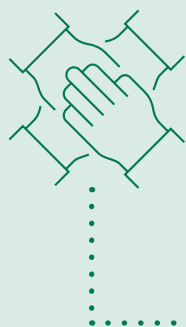
Pilar de la estrategia de sostenibilidad

MEDIO AMBIENTE		
Temática	Metas 2021	ODS Impactado
Residuos	Recuperación de 10.400 kilos de cartón (cajas de pizza y complementos).	
	Medición de línea base de residuos.	
Cambio climático	Medición huella de carbono con línea base el año 2020.	
	Compensación de emisiones en 100% del <i>delivery</i> .	
	Certificación LEED de la primera tienda (Punta Arenas).	
GOBERNANZA		
Ética y transparencia	Capacitar sobre el código de ética al 100% de los colaboradores.	
	Desarrollar el código de ética para proveedores.	
NEGOCIO		
Proveedores	Aumentar el número de proveedores locales cumpliendo el parámetro calidad y certificación.	
Experiencia de cliente	Metas NPS: 66 puntos (2020:65). Metas GPTW: 73 puntos.	

2. Asociaciones y membresías

[102-12 102-13]

Participamos en distintas organizaciones, entendiendo la sinergia y enriquecimiento mutuo como resultado de la colaboración con varios actores de la sociedad para la consecución de objetivos comunes. Esto lo hacemos velando siempre por nuestro compromiso de generar valor compartido en las comunidades donde estamos presente.



ASOCIACIÓN	DESCRIPCIÓN
Cámara Chilena de Comercio	Institución abocada en apoyar el desarrollo empresarial del país, para lo cual cuenta con una serie de productos y servicios orientados, principalmente, a proporcionar a sus asociados -y a los empresarios en general- las herramientas adecuadas para mejorar su gestión.
Achiga	Asociación Chilena de Gastronomía que reúne a las principales empresas del sector, integrando a restaurantes, cadenas de comida rápida, servicio de alimentación institucional y empresas proveedoras del sector.
USEC	Unión Social de Empresarios, Ejecutivos y Emprendedores Cristianos enfocada en aportar al desarrollo humano de la sociedad, motivando a empresarios, ejecutivos y emprendedores para que, guiados por los principios de la Doctrina Social de la Iglesia, se comprometan a su mejoramiento personal, el de sus organizaciones y el medio empresarial.



CAPÍTULO 6

Nuestro Negocio

PIZZA
PAPA JOHN'S[®]
MEJORES INGREDIENTES.
MEJOR PIZZA.



1. Modelo de negocio

[102-7]

Papa John's Chile tuvo sus inicios en el 2015 cuando el holding Drake Food Service International (DFSI) compra los derechos de la franquicia Papa John's y comienza la operación de la cadena de tiendas de esta marca en el país. Desde entonces hemos destacado por trabajar con los mejores ingredientes, y entregar el mejor servicio y propuesta de valor. Participamos de un negocio caracterizado por una alta competitividad, lo que nos desafía a ofrecer los mejores productos e innovar

constantemente para ser la marca de pizza preferida de los más exigentes consumidores. Además, ofrecemos acompañamientos, entradas, postres y bebidas, siempre escogiendo los ingredientes de mejor calidad para nuestras elaboraciones. En estos cinco años de historia en Chile, nos hemos desarrollado y hemos crecido: al cierre del 2020 contamos con 117 Tiendas y 2 *foodtrucks*, en los que operan 4.303 colaboradores distribuidos a lo largo del país.

**PAPA JOHN'S:
MEJORES INGREDIENTES,
MEJOR PIZZA.**



Modelo de Tiendas

Papa John's en el mundo opera con diferentes modelos de tiendas. En el caso de Chile, se trabaja con tiendas propias que comprenden formatos como: *foodcourt*, *foodtrucks*, *take away*, *full dining*, y socios operadores. Para el 2021, abriremos un nuevo formato, las "tiendas sociales" y el modelo de subfranquiados.

TIENDAS PROPIAS	SOCIO OPERADOR
<p>Tiendas administradas directamente por DFSI, ubicadas en centros comerciales, supermercados, <i>strip centers</i>, <i>foodtrucks</i> y <i>stand alone</i>.</p> <p>Todos estos formatos cuentan con un soporte de la oficina central, y se abastecen gracias a nuestro centro de distribución y fábrica.</p>	<p>Son tiendas propias que, para maximizar los beneficios, incorporan un incentivo económico complementario para retribuir la gestión eficiente de los líderes que las administran.</p> <p>El beneficio consiste en una bonificación adicional para el equipo de liderazgo que administra la tienda (Gerente de tienda, jefe de turno y jefe de turno fin de semana). De esta manera, se distribuye una parte de las utilidades generando un valor compartido sobre las eficiencias generadas.</p>



La entrega de nuestros productos se realiza a través de tres canales de venta, según las preferencias del consumidor: el modelo *pick up*, *dine in* y *delivery* propio o con agregadores.



2. Nuestra cadena de valor

[102-9]



ÁREAS DE SOPORTE

- ▶ DESARROLLO Y MANTENCIÓN
- ▶ INDUSTRIAL
- ▶ PERSONAS

- ▶ MARKETING
- ▶ OPERACIONES
- ▶ TECNOLOGÍA

- ▶ ADMINISTRACIÓN & FINANZAS
- ▶ SOSTENIBILIDAD



* Efecto COVID, más detalle en la página 36.



Factores de éxito de nuestra cadena de valor

El éxito de nuestro negocio se basa en el cuidado de la calidad, la excelencia y el buen servicio en cada uno de los eslabones de nuestra cadena de valor. Todo comienza con nuestros proveedores, considerados aliados estratégicos, quienes deben cumplir con altos estándares de calidad, homologación y certificaciones, para abastecernos de los mejores ingredientes. Nuestro centro de distribución y fábrica de masas, conocido internamente como *Quality Control Center* (QCC), se encarga de coordinar los procesos de adquisición de los insumos, la producción de masas y distribución de las distintas materias primas a todas nuestras tiendas.

Luego, las tiendas son las encargadas de preparar en el momento las mejores pizzas. Habitualmente, ofrecemos a nuestros clientes la oportunidad de disfrutar de un agradable ambiente y la experiencia de la mejor pizza y sus respectivos acompañamientos. También disponemos la alternativa de retirar en la tienda o pedir a través de nuestras plataformas en línea (sitio web o App), entregando nuestras pizzas a domicilio, ya sea a través de nuestro *delivery* propio o diferentes *partners* agregadores. Una vez que el cliente recibe su pedido, lo contactamos a través de una encuesta para conocer su experiencia, evaluar su satisfacción e identificar oportunidades de mejora. Todo este proceso es realizado gracias a las distintas áreas de soporte que velan por la calidad y crean diferentes estrategias para seguir creciendo y fortaleciendo la experiencia con nuestra marca.



2020

2020: La resiliencia de nuestro negocio

En el 2020, debido al impacto provocado por la pandemia generada por el Covid-19, los canales de venta se vieron modificados en su distribución. El formato *delivery*, que tradicionalmente representaba un 50% de las ventas, incrementó a un 71%; y el *pick up* y *full dinning* pasó a representar un 29%.

El *delivery* y la adaptación tecnológica, fueron tendencias que se incrementaron exponencialmente durante la pandemia y se convirtieron en una ventaja competitiva para Papa John's Chile. Nuestra compañía ya contaba con la experiencia, inversiones y plataformas para adaptarse rápidamente a las nuevas tendencias de consumo. Debido a que en 2019 habíamos definido y priorizado la innovación y la transformación digital como elementos diferenciadores y estratégicos para atender a nuestros clientes con el mejor servicio siempre, es que logramos sortear con firmeza este incierto escenario.

Entre las claves de éxito se encuentran el fortalecimiento de nuestro comercio electrónico a través de nuestro sitio web y App, y que mantuvimos importantes alianzas con agregadores, los que fueron necesarios para generar un mayor alcance en cada ubicación. Destacamos entre la competencia, al mantener con solidez y excelencia la continuidad operacional en cada una de las tiendas que representa la marca.



Elementos distintivos



MASA E INGREDIENTES:

La masa tradicional de nuestras pizzas se elabora en nuestra fábrica a partir de harina, azúcar, aceite, agua, sal y levadura, en una línea productiva semi automatizada que funciona todos los días y despacha masa fresca a cada local junto con otras materias primas como queso, salsa de tomate, vegetales y cárnicos que están presentes en nuestras recetas.



TIENDAS:

Cada tienda es una pequeña fábrica de pizzas, en la que un equipo hornea y reparte a su respectivo sector geográfico.



SMART KITCHEN:

Este sistema corresponde a la asignación de despachos minimizando el tiempo de entrega según la carga que tengan las distintas tiendas, independiente del sector geográfico al que corresponda atender por su ubicación.



PÁGINA WEB Y APP:

El lanzamiento de la App de Papa John's y la mejora continua de nuestro sitio web, creados y diseñados para ofrecer una mejor experiencia a nuestros clientes, fueron determinantes en la calidad de servicio y diferencian a Papa John's Chile como una empresa en constante innovación.



REPARTIDORES Y AGREGADORES:

El crecimiento exponencial de la demanda y los nuevos hábitos de consumo requieren contar las plataformas e integraciones digitales necesarias para asegurar el acceso y mejor servicio disponible. Por ello, los repartidores propios de nuestra empresa se complementan con agregadores. Estas son empresas de pedidos *online*, aliados externos muy relevantes para nuestra organización, que sirven de apoyo en la etapa de reparto para aumentar el alcance geográfico.



3. Prácticas de Adquisición



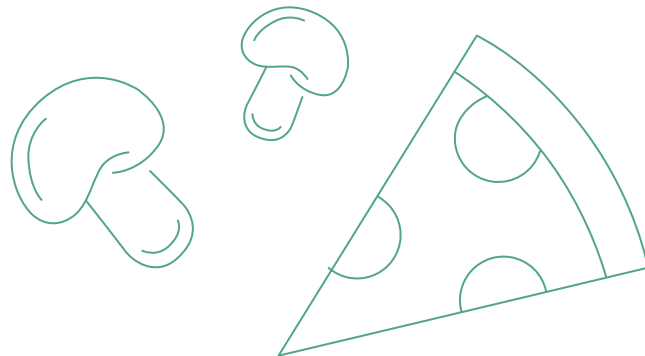
Prácticas de adquisición



Insumos y materias primas

Nuestras pizzas saben igual en todo el mundo y se elaboran bajo el lema de la marca “**Mejores ingredientes, Mejores pizzas**”. Para lograrlo, una correcta elección de proveedores de insumos resulta fundamental, y es por esto que nos enfocamos en generar alianzas estratégicas y mantener una relación a largo plazo que produzca confianza y flexibilidad. Nuestro objetivo es garantizar la calidad, disponibilidad y servicio a un precio competitivo.

El proceso de selección de proveedores implica un análisis que nos permita garantizar y certificar la mejor calidad, sabor y correcta manipulación de las materias primas que utilizamos. Nuestras políticas de compra consideran requisitos asociados a certificaciones internacionales de inocuidad alimentaria tales como; HACCP¹, entre otras. En el caso de que un proveedor no cuente con estas certificaciones, se realiza un proceso de certificación a través de una entidad externa definida por Papa John’s International.



¹ Hazard Analysis and Critical Control Points.

Proporción del gasto en proveedores locales (204-1)

NÚMERO DE PROVEEDORES

	2019	2020
Número total de empresas proveedoras	96	114
Número de proveedores críticos	9	9
Porcentaje de proveedores críticos	9%	8%
Número de proveedores locales (nacionales)	70	87
Porcentaje de proveedores locales (nacionales)	72,92%	76%
Número de proveedores PyME	3	3
Porcentaje de proveedores PyME	4,3%	3,4%

GASTO EN PROVEEDORES (MILLONES DE CLP)

	2019	2020
Gasto total en proveedores	19.439.085	21.258.234
Gasto en proveedores locales (GRI 204-1)	3.486.723	5.829.913
Porcentaje del Gasto en proveedores locales	18%	27%
Gasto en proveedores críticos		4.145.337

HITOS DEL AÑO

[102-10]

El 2020 fue un año particularmente crítico, dado que implicó una mayor dificultad para el correcto abastecimiento de nuestras tiendas. Para enfrentarlo, se adoptaron una serie de medidas, entre ellas; aumentar el nivel de inventario de ingredientes en los mercados e implementar planes de contingencia, para abordar los escenarios de incertidumbre. En esta misma línea, un foco adicional del año fue la necesidad de abastecimiento de insumos sanitarios para garantizar el cuidado y la seguridad de nuestros colaboradores y clientes, por lo cual se realizó una compra estratégica de materiales como; mascarillas, alcohol gel y guantes, entre otros.

Se presentaron diferentes focos de gestión que por un lado complicaron el contexto de las operaciones y por otro generaron oportunidades para potenciar el posicionamiento de la cadena en el mercado.

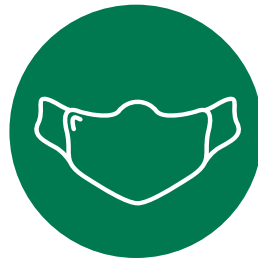
2020

FOCOS DE GESTIÓN



1. CRISIS SOCIAL:

Se creó un plan estratégico para enfrentar un posible resurgimiento de la crisis; se arrendó una bodega externa de almacenaje capaz de mantener 2 semanas de inventario de cajas, previniendo así cualquier inconveniente logístico en los ingresos a Santiago (nuestro producto proviene desde el sur del país). Asimismo, se habilitó una planta en Peñaflores para asegurar la producción de harina, insumo crítico de nuestras masas. Por último, se incrementó el stock de seguridad de aquellas materias primas consideradas como insumos críticos.



2. PANDEMIA:

Se activó un plan de compra de mascarillas, buscando disponibilidad en una etapa crítica de demanda. Nuestra prioridad fue que a nuestros colaboradores nunca les faltara este implemento de protección personal. Asimismo, se aumentó el inventario de insumos sanitarios para prevenir el Covid-19, tales como; alcohol gel, termómetros, implementos de limpieza y escudos faciales. Todas nuestras tiendas estuvieron siempre abastecidas al 100% con estos productos.



3. ALIANZAS:

Se generó una nueva alianza estratégica con Not Co (“foodtech” chilena que usa inteligencia artificial para crear alimentos “plant based”), para el desarrollo la Not Meat, ingrediente 100% de origen vegetal e insumo clave de nuestra línea vegana.

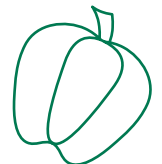
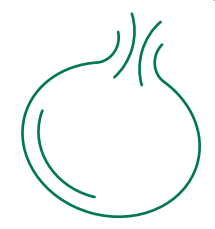


4. Marca y productos

Liderar la preferencia de marca en la industria del consumo masivo es particularmente complejo, debido a la atomización y proliferación de nuevos competidores. En ese sentido, como compañía estamos en una constante búsqueda de herramientas que nos permitan potenciar la marca Papa John's, y para ello realizamos estudios evaluando el poder de la marca, identificando los principales atributos con los que nos asocian y los factores que influyen en su valoración.

ATRIBUTOS DE LA MARCA

Higiénicos	Diferenciación
Las pizzas más sabrosas.	Me permite compartir buenos momentos.
Las pizzas de mejor calidad, con los mejores ingredientes.	Es una marca innovadora en los aspectos de: Producto, Tecnología y Comunicación.



Marca Papa John's

“Mejores Ingredientes, Mejor Pizza” es la promesa de la marca Papa John's, siendo la calidad y el sabor nuestros principales atributos que han marcado la preferencia de nuestros consumidores.

Asimismo, en Chile estamos trabajando para que uno de los atributos de diferenciación de Papa John's sea ser reconocidos como una marca sostenible; con una buena relación con la comunidad y respetuosa con el medio ambiente.

En general, este 2020 fue un año positivo para Papa John's Chile en términos de indicadores de marca. Nos mantuvimos como líderes de la industria, y obtuvimos importantes reconocimientos: Avanzamos sustancialmente en la encuesta “Marcas Ciudadanas”, elaborada por la empresa de investigación de mercado y opinión pública Cadem, y recibimos el premio “Effie” categoría plata por nuestra campaña “Pizzas Veganas”.

EFFIE

Es uno de los reconocimientos más importantes a nivel publicitario que una marca puede recibir y el primero de Papa John's Chile. Si una campaña tiene una estrategia basada en un notable insight, creatividad sobresaliente, y sus resultados de mercado prueban su éxito, entonces califica para ganar un Effie.

MARCAS CIUDADANAS

Son aquellas marcas que tienen un impacto relevante en la sociedad y en la calidad de vida de las personas. Son marcas que tienen un propósito y que han puesto en el corazón de su negocio la relación con la comunidad, buscando de forma coherente y permanente hacer un aporte significativo, haciendo tangible el papel que juegan en la sociedad.



Participación de Mercado

Somos primeros en participación con un

50% en el mercado chileno

según Euromonitor 2019 y estimaciones internas que consideran información de facturación.



Estrategia de innovación de productos

En Papa John's Chile buscamos estar siempre innovando en nuestra línea de productos, adaptándonos a las tendencias del mercado y a las oportunidades de la industria.

En esta línea, es que en el 2020 intensificamos nuestra estrategia de lanzamientos, agregando variedades de pizzas de especialidad en líneas más gourmet a nuestro menú, como la "Philly Cheesesteak", la "Napolitana Caprese", la "Sweet Blue Cheese" y la variedades veganas, además de un postre helado con Óreo y distintas variedades de Papadías.

Últimos lanzamientos 2019 - 2020

Pizzas	Acompañamientos y postres
The Vegan Royal (2020)	Papadía Philly Cheesesteak (2019)
The Vegan Queen (2020)	Papadía Pollo BBQ (2019)
Sweet Blue Cheese (2020)	Papadía Vegetariana (2020)
Philly Cheesesteak (2020)	Shots de salsas (2020)
Napolitana Caprese (2019)	Helado de Oreo (2020)
Pollo Caprese (2019)	Waffles (2020)



Productos veganos

Reconociendo las necesidades alimentarias no cubiertas de personas que buscan llevar una dieta con productos sin ingredientes de origen animal, es que en Papa John's Chile hemos apostado por incluir productos con ingredientes de origen vegetal e incorporar una línea vegana que agregue valor y variedad a nuestra oferta. Esto, con el objetivo de ofrecer productos y alternativas de alimentación más saludables y con menor impacto ambiental, que se adapten a las tendencias y preferencias de nuestros consumidores.

En esta línea, nos unimos al programa “Opción V” de la fundación Vegetarianos Hoy, lanzando dos pizzas vegetarianas en el menú: “The Vegan Queen” y “The Vegan Royal”. Asimismo, ampliamos la oferta de productos *plant-based* junto con la empresa de *food tech* chilena *Not Co*, con quienes establecimos una alianza estratégica para el desarrollo de la *Not Meat*, con ingredientes 100% de origen vegetal que ha revolucionado la industria por su similitud con la carne de origen animal.



THE VEGAN QUEEN
THE VEGAN ROYAL



Alianzas 2020



Otra importante estrategia y factor de éxito fueron nuestras alianzas con diversas empresas para potenciar nuestra marca, con el fin colaborar con diversas organizaciones y entregar valor agregado generamos diversas alianzas con empresas de bienes y servicios las cuales generan beneficio a mediano y largo plazo.



Segmento Gamers

A nivel global, hicimos una campaña con el exitoso juego internacional Call of Duty. Para acercarnos a este segmento de consumidores ofrecimos un combo especial que permitiera a los clientes acceder a contenido exclusivo del juego. Adicionalmente, realizamos en conjunto con Game Club un torneo promocional con *influencers* y sus amigos, donde los ganadores fueron premiados con diversos productos y merchandising de la marca.



Alianzas deportivas

En alianzas deportivas, cerramos un acuerdo con Santiago Wanderers de Valparaíso, alianza que tuvo como foco generar nuevas activaciones centradas en los fans del club, con el objetivo de posicionar la marca y asociarla con el espíritu deportivo y el centro del 3er tiempo. Queremos que los jugadores compartan buenos momentos fuera de la cancha y que los hinchas disfruten de nuestras pizzas cuando ven los partidos en casa.



Auspicios deportivos

Dentro de otras iniciativas deportivas, tenemos nuestro programa de apoyo a deportistas de disciplinas poco conocidas y de bajo apoyo como: karate, skate, motocross, ciclismo, entre otros. Estos auspicios tienen un fin social importante, además nos permiten llegar a otros segmentos del mercado y demostrar que es posible compatibilizar el alto rendimiento con el placer de compartir una pizza.



Alianzas comerciales

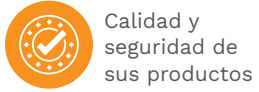
En términos comerciales, las alianzas se desarrollaron con foco en las promociones y descuentos especiales en nuestros productos de cara a los clientes de diversas empresas en Chile. Destacando alianzas como la del Banco de Chile, WOM, Huawei, Sodexo, Coca-Cola, Notco, entre otras.

Destacamos, además, nuestra alianza en temas medioambientales con Sodimac y Triciclos que nos permitieron ser pioneros de la industria en la gestión de nuestros residuos de manera proactiva. Esta alianza demuestra el compromiso que tenemos como marca con las comunidades y el impacto que generamos en ellas, buscando incentivar hábitos de consumo responsable y cuidar nuestro planeta. *(Mayor información en el capítulo Medio Ambiente)*



5. Calidad y Seguridad Alimentaria

[416-1]



Calidad y seguridad de sus productos

Enfocamos nuestra gestión en la mejora continua de los procesos relacionados con la elaboración de nuestros productos, siendo la calidad y la inocuidad alimentaria nuestra prioridad. Para ello, contamos con procedimientos estandarizados y equipos de calidad, tanto en nuestros centros de producción y distribución, como en todas nuestras tiendas. Estos procedimientos y estrictos protocolos nos permiten verificar y asegurar los más altos estándares en la entrega de productos inocuos y seguros a nuestros consumidores.



Certificaciones y auditorías

- ▶ Certificación de Marca Papa John's International.
- ▶ Sistema de Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos (HACCP).
- ▶ Revisión Puntos Críticos de Control y Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).



En el 2019 realizamos la certificación del sistema de Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos (HACCP), basándose en los principios de *Codex Alimentarius*⁵ del proceso de producción, almacenamiento y despacho de masa fresca refrigerada para la elaboración de pizzas. Durante el 2020, realizamos el seguimiento y confirmación de dicha certificación, a través de la empresa *DQS Chile Ltda.*

Los principales métodos de aseguramiento de calidad son:

1. En nuestro Centro de Producción y Distribución usamos el sistema HACCP⁶ con validación anual y seguimiento de certificación, para el cual Papa John's International realiza una auditoría externa de forma anual, adicional a esto se realizan auditorías internas de manera trimestral.
2. Por otro lado, en nuestras tiendas aplicamos auditorías mensuales, donde realizamos seguimiento al cumplimiento normativo legal vigente y a los procedimientos definidos por la compañía para la producción y venta de alimentos de calidad e inocuidad.



Cuatro sumarios sanitarios conducentes a multas por infracción del código sanitario vigente, los cuales fueron oportunamente resueltos. [416-2]

⁵ El Codex Alimentarius es un programa conjunto de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura y la Organización Mundial de la Salud que establece normas alimentarias que son de referencia internacional.

⁶ Sistema de Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos.



6. Cercanía con nuestros clientes

En un año lleno de incertidumbre marcado por la pandemia del Covid-19, nuestras operaciones no se detuvieron, estuvimos siempre a disposición de nuestros clientes en la entrega de nuestros productos, con la misma calidad y servicio que nos distingue. Esto fue premiado y reconocido con la preferencia de los consumidores, y nos permitió conseguir números positivos en un escenario complejo a raíz de la contingencia sanitaria mundial.

Nuestra visión innovadora nos permitió estar preparados y contar con las plataformas necesarias para dar soporte comercial a nuestra operación. En los últimos años, Papa John's Chile decidió invertir y robustecer el área digital de la compañía, con el objetivo de usar la tecnología como una herramienta facilitadora para mejorar la experiencia de nuestros clientes y de nuestros equipos en tiendas, buscando siempre iniciativas que nos posicionan como una empresa líder en

innovación. El hecho de contar nuestra propia plataforma de e-commerce, tanto para *web*, *web responsive* y *Mobile App*, como también las alianzas estratégicas con diversos servicios de última milla (agregadores), nos permitió estar siempre cerca de nuestros clientes y ofrecerles una experiencia de compra única.

De esta manera, Papa John's fue uno de los pocos actores del mercado en mantener la continuidad operacional, teniendo siempre como prioridad garantizar la salud y seguridad de nuestros colaboradores y clientes.

Un factor determinante de nuestra ventaja en el contexto de la pandemia fue la sinergia y comunicación constante entre los distintos mercados en los que opera el holding DFSI, especialmente con España, cuya situación sanitaria estaba más avanzada y logrando de esta manera anticipar al posible desarrollo y medidas para hacer frente y que deberíamos implementar en Chile.



Satisfacción de clientes

En la búsqueda de la evolución y mejora continua, para Papa John's Chile el nivel de satisfacción y experiencia de nuestros clientes es un factor crucial para la dirección del negocio.

Es por lo que trabajamos con el indicador *Net Promoter Score* (NPS) en toda la gestión de la compañía. Este índice entrega información sobre recomendaciones de productos, parámetros de calidad, preparación, temperatura y tiempo de espera, entre otros factores que impactan en la experiencia y relación con los consumidores. Estos datos son gestionados por el área comercial, con el objetivo de ir identificando oportunidades de mejora de manera constante, para así poder innovar y entregar soluciones eficientes.

El cambio en el porcentaje de participación de los canales de ventas que se produjo como consecuencia de la pandemia, donde las ventas digitales aumentaron de un 50% a un 80%, incidió de manera directa en los resultados obtenidos en el indicador NPS, esto debido a que se produjo un incremento en el número de encuestas, las que eran respondidas directamente luego de terminar el proceso de compra a través del dispositivo electrónico.



Los resultados de estas encuestas nos han permitido afinar nuestro trabajo en *Costumer Service*, ya que, si el cliente entrega una mala evaluación en el NPS, nos encargamos de contactarlo directamente para evaluar y compensar la situación.

NPS 2019	NPS 2020	Metas NPS 2021
69	64	66



La encuesta de NPS llega directamente al celular o mail al momento terminar el proceso de compra.



Satisfacción de Compra determina qué tan felices quedaron los clientes después de resolver su queja.



Experiencia del cliente

En Papa John's Chile tenemos vocación de servicio, lo que nos lleva a estar en constante comunicación con nuestros clientes y responder a todas sus inquietudes, sugerencias y reclamos, en distinto nivel según sea el caso. Contamos con un departamento de calidad que da respuesta cuando existe un requerimiento por parte de la autoridad sanitaria o para trazar una posible incidencia.

Se lleva un registro sobre los documentos recogidos y acciones tomadas para acompañar el caso hasta su completa resolución.

Servicio de Atención al Cliente

Como compañía contamos con un Departamento de Atención al Cliente que recibe, a través de diferentes canales de comunicación, las quejas, reclamos y sugerencias.

Este departamento se encarga de dar las respuestas formales a los clientes.



Requisitos de etiquetado y seguridad (417-1)

Nos importa la comunicación transparente y fluida con nuestros consumidores acerca de nuestros productos y su contenido. En ese sentido, cumplimos con todas las legislaciones correspondientes al etiquetado e información nutricional.

En Chile conocemos la Ley 20.060 sobre etiquetado de alimentos y sellos de advertencia (alto en azúcar, alto en grasas, alto en sodio) pero esta norma no es aplicable a nuestro producto, debido a que es de consumo inmediato. Sin embargo, en las cajas de pizzas se encuentra una advertencia

que indica que el contenido podría estar muy caliente que tiene como objetivo cuidar la seguridad del cliente. En el caso de los productos importados, como postres, estos sí deben cumplir con la Ley 20.060, por lo que son debidamente etiquetados antes de la distribución a nuestras tiendas.

No hemos recibido multas ni sanciones por el incumplimiento de las leyes o normativas. (417-2)

7. Innovación y transformación digital

La era de la transformación digital demanda que las compañías sean innovadoras para poder diferenciarse permanentemente de la competencia, mantenerse vigente con las evolutivas tendencias de consumo y ofrecer la mejor experiencia de compra y consumo a los clientes. En esta línea, contamos con un área de tecnología a nivel del holding DFSI, la cual asume el desafío de estandarizar procesos digitales y aprovechar las sinergias en los canales propios para lograr un posicionamiento de marca, demostrando la calidad del producto, agilidad de servicio y una significativa experiencia de compra tanto en canales digitales como en los físicos. Esta área se divide en tres subáreas:



Growth:

Se enfoca en generar estrategias de Marketing Digital para conectar mejor con nuestros clientes.



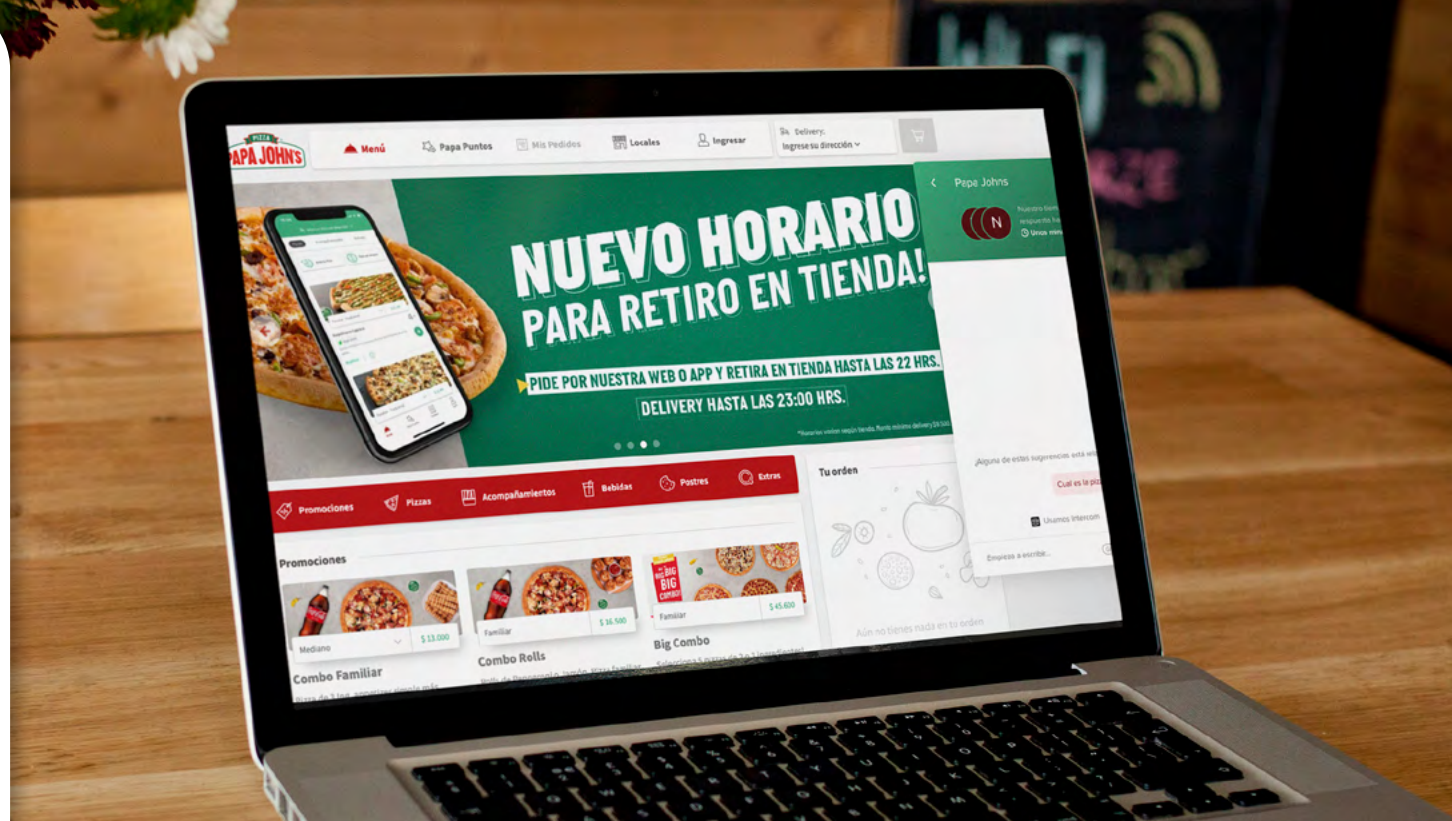
Desarrollo de softwares:

Dirige la transformación digital de la compañía, para lo que desarrolla y mantiene todas las plataformas digitales, como el sitio web y la App, en línea para todos los mercados.



IT:

Tiene su foco en los puntos de venta físicos, con un equipo local en cada país, y cliente interno de todos nuestros mercados.



Marketing digital



En el 2020, uno de los focos del área de tecnología fue atraer nuevos usuarios a ser parte de las plataformas digitales de Papa John's. Para lograr esto, se implementó la herramienta que a través de *e-mail marketing* y *push notifications* logra segmentar a los usuarios según sus preferencias, tiendas, entre otros. La hipersegmentación permite conocer los hábitos de consumo e intereses de los clientes, y con esa información se logra entregar un producto y servicio llamativo específicamente diseñado para cada grupo. De esta manera

aumentamos el alcance y eficiencia en la búsqueda de potenciales clientes. Asimismo, se utilizaron las diferentes plataformas sociales para construir *Awareness* y fidelizar a nuestros consumidores. En todos nuestros mercados se utiliza la plataforma digital Instagram para interactuar con nuestras comunidades, dando a conocer nuevas aperturas de tiendas u ofertas especiales. Este año, además incorporamos el canal TikTok, donde se trabajó junto a influenciadores de la plataforma para crear contenido relacionado a la marca.



Hitos 2020

La App de Papa John's obtuvo una gran participación en el share de ventas del 2020. Este año se aprovechó para fomentar este canal con un rediseño más atractivo, con imágenes cenitales, enfocado en la promoción y en la compra. Se consideró una nueva sección en el home con promociones, una mejora en el flujo de armado de pizzas (pizzas por mitades) junto con la posibilidad de anticipar la orden y agendarla para el día y hora que se desee. En cuanto a las ventas a través de los canales digitales, se idearon proyectos

para reforzar la tipificación de usuarios en los reportes, con el fin de no perder territorio ni ventas y tener claridad sobre quiénes son los usuarios que no han completado la compra o fallan en el proceso. Esto nos permite entregar mejores soluciones a nuestros consumidores. Asimismo, se elaboraron mejoras de *Backoffice*, el sistema centralizado con el que los países administran la Web y App con tipificación 2.0. De esta forma conocemos hasta dónde llegó la orden y/o pago, de manera de entender mejor el flujo de compra.



Lanzamiento de la App de Papa John's en Chile el año 2019.

Nuestra app ofrece la opción de upselling (sugerencia de productos), para optimizar y mejorar la compra principal del cliente.

Proyectos de Digitalización de Procesos implementados en Chile 2020

- Implementación de Flokzu para digitalización de procesos.
- Sistema de control de actividades en tiendas llamado Papa Book.
- Integración Pedidos Ya y pago online con Sodexo.
- Implementación de Wifi con portal cautivo para todas las tiendas.

Ciberseguridad



* Transformación digital y Ciberseguridad

Los avances que hemos tenido en integración digital requieren que la ciberseguridad sea un tema prioritario para Papa John's Chile y para nuestro holding Drake Food Service International (DFSI). En ese sentido, tomamos las respectivas medidas de seguridad y cumplimos con normativas vigentes de cada mercado.

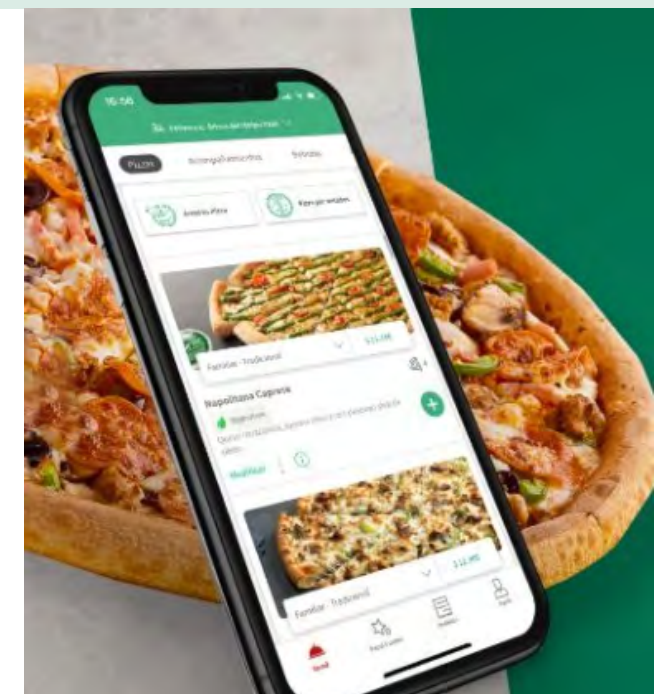
En términos de ciberseguridad, durante el 2020, se llevó a cabo una prueba que funciona como un ataque simulado al sistema informático, con el fin de encontrar las debilidades de seguridad, acceso, funcionalidad y datos. Este Penetration Test, fue realizado mediante herramientas e información de dominio público.



No se registraron reclamos por violaciones de la privacidad o pérdidas de datos de los clientes en ninguno de nuestros mercados. [418-1]



Obtuvimos una positiva evaluación en la certificación *Ethical Hacker*.



8. Resultados económicos



Impactos económicos directos



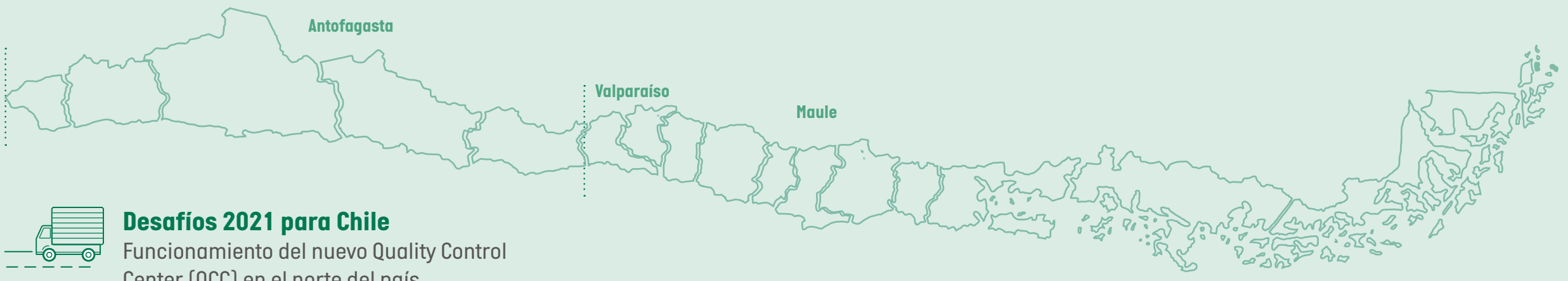
Impactos económicos indirectos

Estrategia y resultados

En términos generales, el 2020 fue un año con resultados positivos para la compañía. El contexto de pandemia se presentó como una oportunidad para posicionarnos en el mercado, mostrando fortalezas como la capacidad de adaptación ante la incertidumbre y ventaja frente a la innovación digital requerida por nuestros consumidores. En la adversidad, en lugar de cerrar nuestros locales, la estrategia fue mantenernos operativos, cumpliendo con el compromiso que tenemos frente a nuestros consumidores, pero siempre cuidando la salud y seguridad de nuestros colaboradores.

En Chile nos mantuvimos como líderes de mercado y logramos la promesa de abarcar el territorio nacional “de Arica a Punta Arenas”, incorporando nuevos locales y canales de venta a nuestra estrategia de crecimiento. Entre abril y junio las restricciones de horario de operación, cuarentenas y retraso en aperturas generaron condiciones de venta que repercutieron en una

baja de presupuesto (-3%). Sin embargo, en junio, con fases de pandemia más flexibles y la aprobación del retiro del 10% del fondo pensiones, -iniciativa del gobierno ante la crisis económica del momento-, las condiciones económicas favorecieron a la industria comercial y del mismo modo a la compañía, con un posicionamiento de marca importante y un desarrollo del canal online superior a nuestros competidores. Esto dio como resultado un incremento en las ventas y logramos superar el presupuesto en un 23%. El año se cerró con el cumplimiento de la meta, con un 11,2% sobre lo planificado.



Desafíos 2021 para Chile
Funcionamiento del nuevo Quality Control Center (QCC) en el norte del país.

Desarrollo de nuestros mercados

La ubicación de nuestros locales es un aspecto relevante para el éxito económico de nuestro negocio. Frente a esto, nuestra estrategia ha sido estar presente en las principales ciudades de Chile. En estas ciudades se concentra la mayor densidad de población y, por lo tanto, tenemos mayores posibilidades de rentabilidad y crecimiento.

Cada año realizamos nuestro plan de apertura en cada uno de los mercados. El área de Desarrollo es la encargada de:

- ▶ Realizar la búsqueda estratégica de nuevas operaciones en ciudades que por sus características poblacionales y mercado presentan una oportunidad.
- ▶ Activar el proceso de resolución sanitaria que te permite elaborar y vender el producto.
- ▶ Negociar las condiciones comerciales y de arriendo de las tiendas.
- ▶ Junto con el área de mantenimiento, son los encargados de proveer las condiciones para que las tiendas estén operativos en las condiciones óptimas.
- ▶ Coordinar el proceso de diseño, construcción y remodelación de las tiendas.

Gracias a nuestro modelo de negocio y el cumplimiento de un riguroso plan de aperturas, hoy abarcamos las principales ciudades de Chile, estamos presentes en 10 de las 16 regiones del país, ubicados estratégicamente en las comunas más importantes.



Crecimiento y desarrollo en el contexto Pandemia 2020



Para el 2020, teníamos un plan de aperturas desafiante. Sin embargo, con la llegada de la pandemia el proceso de construcción y apertura de nuevos locales se paralizó en los meses de cuarentenas estrictas. Frente a la suspensión de nuevas construcciones se decidió priorizar el formato *delivery*. En ese sentido, el foco de esos meses estuvo en crear las condiciones óptimas en cada tienda para potenciar dicho modelo de ventas, es decir, ajustes y remodelaciones para que los repartidores y agregadores contaran con un espacio propio y seguro.

A partir de julio, comenzó la flexibilización de las medidas de confinamiento, y entre agosto y septiembre pudimos retomar las construcciones tomando todas las medidas y protocolos de sanidad recomendados. En estas nuevas condiciones, buscamos reactivar todas las construcciones suspendidas, lo que significó tener varios proyectos en paralelo para cumplir con la planificación anual.



Número de tiendas nuevas

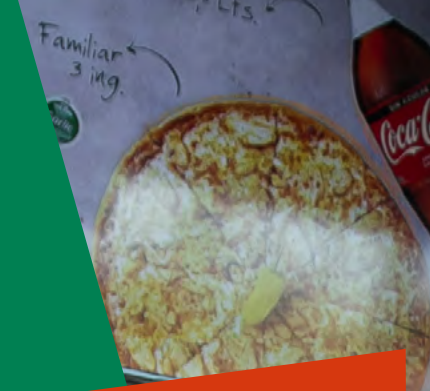
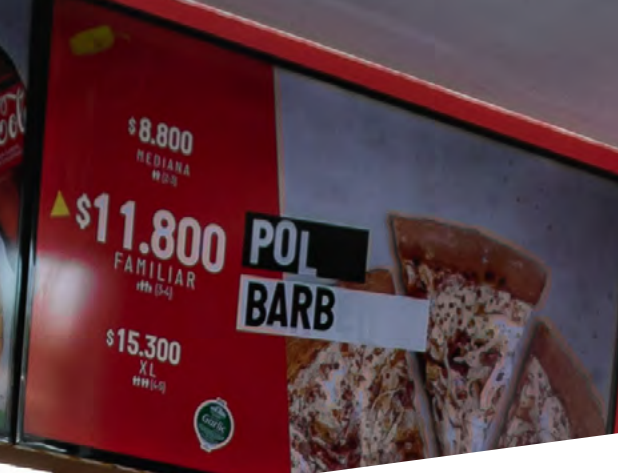
Meta 2020	19	Número logrado	15
-----------	----	----------------	----



CAPÍTULO 8

Equipo y Comunidad

PIZZA
PAPA JOHN'S[®]
MEJORES INGREDIENTES.
MEJOR PIZZA.



1. Nuestro equipo



Cantidad y calidad del empleo generado

En Papa John's Chile entendemos que el corazón y motor de nuestra empresa son las personas. Nos inspira ser un gran lugar para trabajar, preocupados de que todos nuestros colaboradores tengan la oportunidad de desarrollar su potencial; con maestría, autonomía y propósito, ofreciendo a nuestro equipo un ambiente de trabajo donde prime el servicio, la excelencia y el respeto.

Lo anterior, apoyado en un plan de desarrollo y beneficios que responden a las necesidades de nuestros colaboradores y sus familias.

Queremos ser referentes de excelencia y pasión para nuestros colaboradores y consumidores, buscando siempre adaptarnos a los nuevos desafíos que se nos presentan.

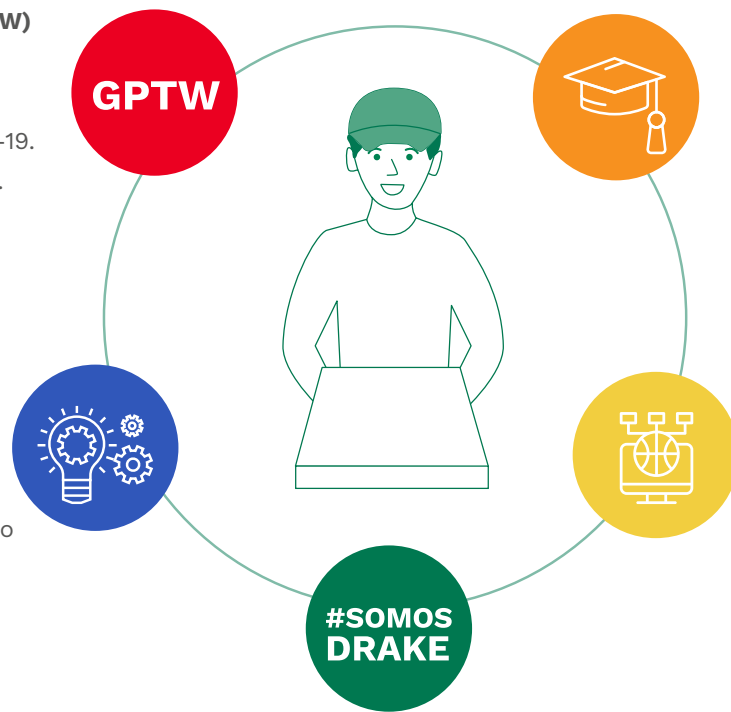
Personas al centro

Great Place to Work (GPTW)

- ▶ Nueva evaluación de clima laboral.
- ▶ Encuesta Pulse Covid-19.
- ▶ Buzón de sugerencias.
- ▶ Taller Liderar en la Adversidad.

Gestión de talento

- ▶ Planes de desarrollo.
- ▶ Sesiones de *feedback*.
- ▶ *Assessment* corporativo junto a la consultora Korn Ferry.



DFS-College

- ▶ Inducción.
- ▶ Plan de carrera.

Tecnología

- ▶ Soportes técnicos y digitalización en el manejo de recursos humanos.
- ▶ Módulos de reclutamiento, desempeño 360° y formación.

#SOMOS DRAKE

Cultura #SomosPJ by Drake

- ▶ Planes de desarrollo.

Nuestro enfoque organizacional

[102-8]



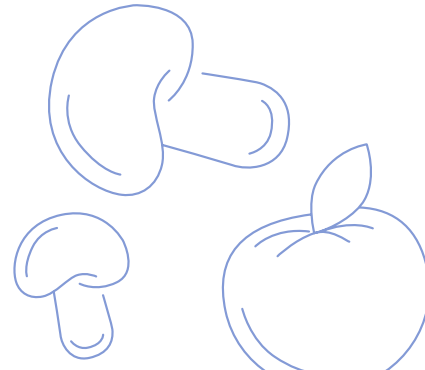
Cantidad y calidad del empleo generado

Buscamos entregar la mejor experiencia de servicio y el mejor producto para todos siempre. En este sentido, los pizzeros, repartidores y todos aquellos colaboradores que están en contacto directo con nuestros clientes son determinantes para el éxito y enfoque de nuestra estrategia “customer centric”.

Por esta razón, es que en Papa John’s Chile no contamos con cargos ni oficinas corporativas, sino un equipo y oficina de soporte que está al servicio de la operación. Su misión es estar conectados con la esencia y día a día del negocio y de esta manera ofrecer soluciones

innovadoras enfocadas en facilitar y hacer más eficiente la labor de operaciones, entregando la mejor experiencia y satisfacción a nuestros clientes.

En línea con esta visión del negocio, nuestro enfoque organizacional se representa a través de una pirámide invertida.



Proyectos corporativos

Papa John’s Chile es parte de DFSI y por lo tanto, sigue los lineamientos y estrategias que se dictan a nivel transversal para todos los mercados de la compañía.

En 2020 DFSI implementó una nueva modalidad de trabajo para abordar los proyectos estratégicos que son transversales

a los mercados en los que opera, y así lograr una mayor eficiencia en su ejecución, una comunicación más ágil y una visión corporativa de grupo. En esta modalidad, en lugar de definir a un líder único por proyecto, éste es abordado de manera corporativa con personas a cargo en los diferentes

mercados. De esta forma, se busca generar una mayor sinergia del trabajo entre los diferentes países, además de potenciar capacidades de quienes trabajan en la segunda línea, impulsando el desarrollo al interior de la organización.

Colaboradores Chile

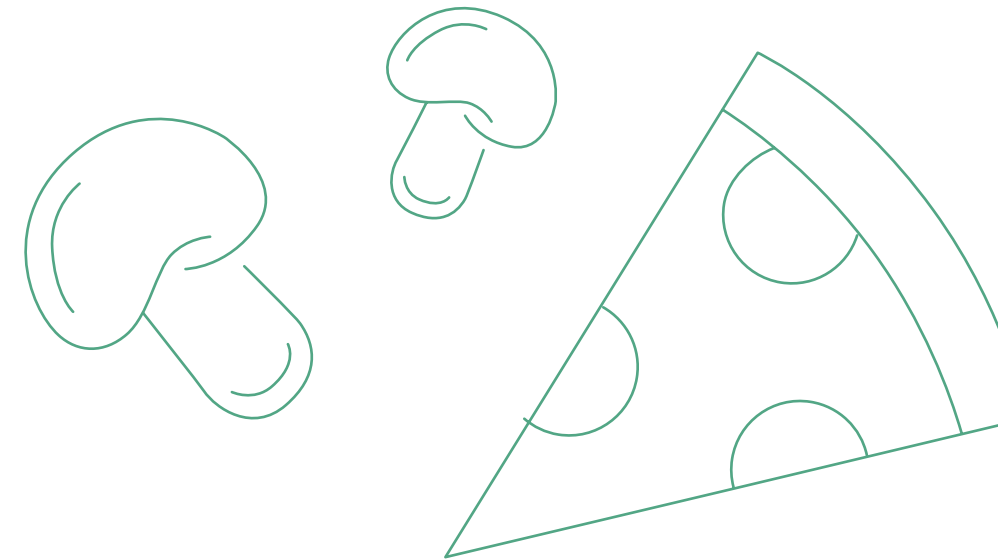
	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
Repartidores	1.370	1.242	128
Operarios y Pizzeros	2.169	1.138	1031
Jefes de equipo – Asistente de tienda	484	252	232
Gerentes de tienda	80	40	40
Profesionales	143	76	67
Gerente de Mercado	16	8	8
Subgerentes oficina y Mandos intermedios	28	21	7
Gerentes	13	11	2
	4.303	2.788	1.515

(Años 2018 y 2019 en Anexos)

Número de Trabajadores por Género y Tipo de Contrato

Tipo de Contrato	2020		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Indefinido	2.057	1.034	3.091
Plazo Fijo	731	481	1.212
TOTAL	2.788	1.515	4.303

(Años 2018 y 2019 en Anexos).



El 71% de nuestros colaboradores tienen contrato indefinido, nuestra propuesta de valor es ofrecerles un desarrollo de carrera que les permita ir creciendo dentro de la compañía.

Dotación y rotación

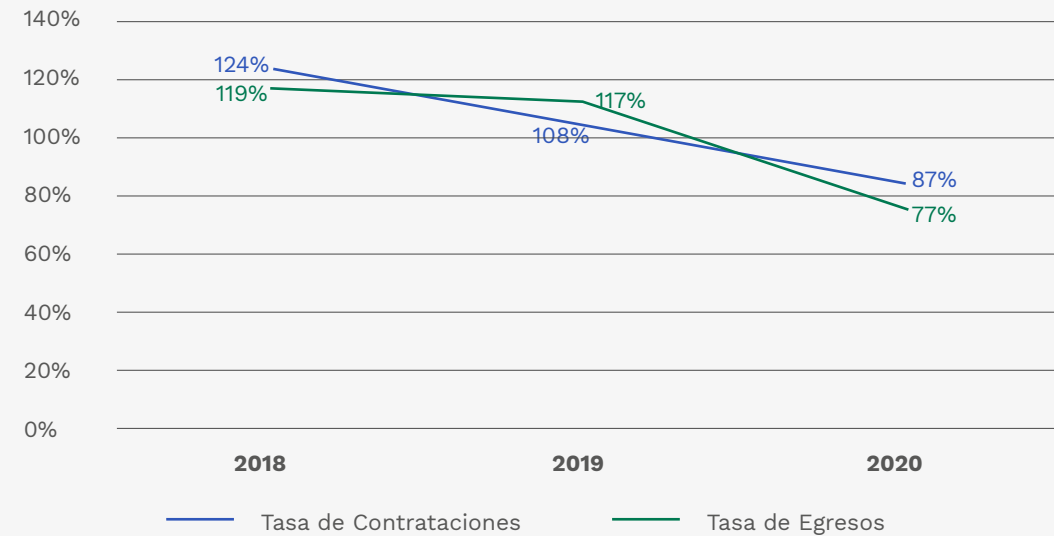
(401-1)



En el año 2020, debido al contexto de pandemia, tuvimos la necesidad de reducir temporalmente la dotación de nuestras tiendas y, durante el mes de abril, no se renovaron los contratos que vencieron ese mes. A medida que la situación fue mejorando, regularizamos nuestras contrataciones, llegando incluso a aumentar nuestra dotación en línea con el crecimiento de la compañía.

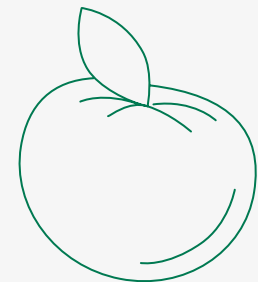
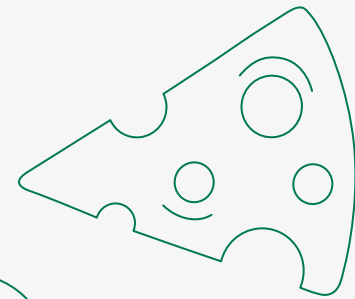
Somos una empresa en constante expansión en la industria de la comida rápida y *delivery*, donde la rotación es alta y gran parte de los trabajadores son part time. Para muchos de nuestros trabajadores este es un trabajo de paso, lo que es gran desafío para nuestra gestión. Pese a estos factores estructurales, la rotación promedio anual ha ido decreciendo, explicado por factores exógenos (covid), pero principalmente por la generación de oportunidades internas de crecimiento y desarrollo, complementado con mejoras en beneficios y condiciones laborales y económicas.

Tasas de contratación y egreso



	2018	2019	2020
Número contrataciones	3949	3695	3724
Número de egresos indefinidos	1076	1509	1273
Número de egresos plazo fijo	2736	2495	2022
Tasa de contrataciones	124%	108%	87%
Tasa de egresos	119%	117%	77%

(Ver desglose por edad y género en Anexos).



2. Adaptación al teletrabajo y protocolos en pandemia



Adaptación al teletrabajo y protocolos en pandemia

Protocolos Covid-19

Para garantizar la salud y bienestar de nuestros colaboradores, clientes y *partners* (agregadores), nos aseguramos de contar con todos los Equipos de Protección Individual (EPIs) e instalar elementos de protección en los espacios de trabajo. También establecimos

protocolos de prevención y de actuación en caso de detección de síntomas o de casos positivos en los restaurantes. Todas las nuevas aperturas se concretaron respetando los protocolos exigidos por las autoridades de salud.

Adaptación a la nueva realidad en pandemia

Tenemos la convicción de que las empresas que se adapten mejor y más rápido a los cambios, serán las que logren prosperar. En este sentido, la pandemia y la incertidumbre fueron los mayores desafíos que tuvimos que sortear en el 2020. Este contexto se presentó como un reto transversal para todos, y nos llevó a reaccionar de manera ágil y rápida, adaptándonos a este nuevo escenario con el foco y prioridad de asegurar el cuidado y bienestar de nuestros colaboradores y sus familias. Sin embargo, ante la crisis, siempre se presentan oportunidades, y este periodo nos impulsó a acelerar cambios, reordenar nuestros objetivos y empujar nuevas estrategias que apuntan a entregar valor tanto a nuestros colaboradores, como a nuestros clientes.

para aquellos cargos que por su naturaleza era compatible. Y a medida que las restricciones se fueron flexibilizando, abrimos las oficinas para aquellos trabajadores que, por necesidades propias o de la empresa requirieron asistir, teniendo en cuenta los protocolos y medidas sanitarias adecuadas.

Además, lanzamos programas de capacitación virtual, para abordar temáticas en torno a la pandemia y a cómo gestionar clientes y equipo interno en tiempos de incertidumbre.

Finalmente, potenciamos y desarrollamos nuevos canales digitales para darle continuidad a la comunicación interna, así como la señalización en restaurantes, videos informativos e información en nuestro sitio web referentes a protocolos de seguridad y medidas sanitarias.

En cuanto a la oficina de soporte, ante las restricciones de circulación y confinamiento, implementamos la modalidad de trabajo remoto

SINERGIA ENTRE MERCADOS

La nueva modalidad online también significó una valiosa oportunidad, debido a que, como nuestra compañía opera en diferentes países, pudimos concretar por primera vez una convocatoria multipaís. Esta instancia permitió a los diferentes equipos conocerse entre sí, intercambiar conocimiento y nutrirse de diferentes estrategias y puntos de vista.

TALLER DE MANEJO DE LA INCERTIDUMBRE “LIDERAZGO EN LA ADVERSIDAD”

Realizamos el primer taller global enfocado en el desarrollo de habilidades asociadas al manejo de la incertidumbre en contextos inciertos para las líneas de liderazgo, el cual contó con la participación de gerentes generales, de áreas y de mercado.

Esta actividad tomó en cuenta la interacción de tres factores importantes: la encuesta especial de Covid- 19 , el proceso organizacional con Korn Ferry , y distintas dinámicas complejas con las que nos tocó convivir durante la primera oleada de la crisis sanitaria . Dando como resultado interacciones de alto nivel y discusión enriquecedora que incorporamos en nuestro quehacer diario.



ENCUESTA PULSO COVID-19



Desarrollamos una estrategia para medir el impacto de la pandemia en nuestros colaboradores, para esto llevamos a cabo una encuesta en todos los mercados en los que operamos. El sondeo fue realizado en conjunto a *Great Place To Work (GPTW)* entre el 8 y 28 de junio del 2020, y su objetivo principal fue conocer la percepción y necesidades de los propios colaboradores respecto a la gestión de la crisis sanitaria.

Conclusiones de la encuesta

En el contexto de la pandemia, se evidenció una evolución positiva del clima organizacional en la cual las medidas adoptadas por la organización fueron bien percibidas. Se refleja una mejora en la dimensión de liderazgo asociada a la variable comunicacional como también una baja percepción de participación dentro de la organización.

Medidas tomadas

A partir de los resultados, se llevaron a cabo las siguientes iniciativas:

- ▶ Desarrollo del taller “Liderar en la Adversidad”.
- ▶ Estudio con la consultora Korn Ferry con el objetivo de fortalecer la tolerancia a la ambigüedad.
- ▶ Sistema de participación Buzón Covid.
- ▶ Creación del cargo Covid Expert, responsable de asegurar el correcto cumplimiento de los protocolos sanitarios.



Destacados Buzón Covid

Tras la aplicación del buzón de sugerencias Covid-19, se definieron las siguientes medidas:



- ▶ Charlas de 5 minutos al inicio de cada turno.
- ▶ Toma de temperatura y ficha personal de salud.
- ▶ Creación de la figura “Covid Expert”.
- ▶ Dispensadores de alcohol gel por espacio.
- ▶ Ampliación de señaléticas para clientes.



3. Diversidad e inclusión



Diversidad e igualdad

Inspirados por nuestro valor de Respeto en Papa John's Chile potenciamos una cultura en la cual se incentivan los entornos equitativos e inclusivos en los que todas las personas sean respetadas y consideradas, y de esta manera puedan desplegar todo su potencial.

Es por esto que en nuestra organización la gestión de la diversidad y la inclusión es una arista relevante en la ejecución del negocio, entendiendo que incide positivamente en el ambiente laboral, incrementa el compromiso y eleva la productividad. Además, creemos que las condiciones de trabajo influyen en la calidad de vida de nuestros colaboradores, por lo que trabajamos con el objetivo de generar un espacio igualitario que acoga a todos.

En esta línea, y de acuerdo con el contexto en el que se encuentra el país, en el año 2020 hemos ido trabajando diversas iniciativas:



EN ALIANZA CON FUNDACIÓN EMPLEA, FUNDACIÓN SEÑALES Y LA OFICINA MUNICIPAL DE INTERMEDIACIÓN LABORAL (OMIL) INCORPORAMOS MÁS DE 20 PERSONAS EN SITUACIÓN DE DISCAPACIDAD A NUESTROS LOCALES.

En Chile se estableció la Ley 21.015 de Inclusión Laboral referida al trabajo de personas que presentan alguna situación de discapacidad. Para esto, tenemos un programa de inclusión social en alianza con Fundación Emplea y Fundación Señales, quienes nos ayudan en la identificación de candidatos para nuestras tiendas y, además, realizan un acompañamiento en el proceso de inserción. También desarrollamos alianzas de trabajo con las municipalidades de La Florida, Maipú, Temuco y Valdivia, entre otras, por medio de la Oficina Municipal de Intermediación Laboral (OMIL) y sus áreas de apoyo con personas en situación de discapacidad, hemos logrado incorporar a más de 20 personas en situación de discapacidad a nuestros restaurantes.

Además, como parte del proceso de inclusión trabajamos con la fundación Recrea en La Chimba y Alto Hospicio, para la contratación de personas vulnerables y con acceso limitado a oportunidades de empleo.

Asimismo, participamos por primera vez en la feria "Expo Inclusión Online", instancia que nos permitió desarrollar habilidades y proporcionó herramientas para trabajar con personas

en situación de discapacidad. En el año 2020, también llevamos a cabo una mesa de trabajo en torno a la temática de diversidad, de la cual participan las áreas de Gestión de Personas: Comunicaciones Internas, Reclutamiento y Selección, y Sostenibilidad.

Al inicio del 2020 se realizó una encuesta para definir la línea base de las características de diversidad e inclusión en la organización como también para conocer la percepción de los colaboradores respecto a cómo la empresa aborda este tema. Esta encuesta tenía como objetivo sentar las bases para el desarrollo de un Programa de Diversidad, Género e Inclusión, con foco en género, diversidad sexual y discapacidad. Si bien los resultados de la encuesta fueron muy positivos, el 61% de los colaboradores considera que la cultura de Papa John's Chile promueve y respeta la diversidad, debido a la crisis sanitaria los ejes prioritarios de trabajo debieron ser reformulados por lo que esta línea no tuvo avances durante el año 2020. Para el año 2021 se buscará retomar los ejes de trabajo, comenzando por capacitar transversalmente a todos los colaboradores en sesgos inconscientes.



Cifras de diversidad

405-1

Nuestros números indican una distribución equitativa entre hombres y mujeres en todos los cargos, con excepción de los repartidores, donde predomina el género masculino. Se destaca que, en cargos de liderazgo, como los de gerentes de mercado y gerentes de tienda, son ocupados en una leve diferencia por mujeres, una muestra de la importancia de premiar el buen trabajo y la meritocracia dentro de nuestra empresa.

En términos de diversidad de edad, destacamos por ser una empresa joven, en gran parte debido a la naturaleza del negocio, sin embargo, reconocemos que tenemos como desafío integrar a personas mayores.

Diversidad de género por cargo [2020]



■ Hombres ■ Mujeres

(Detalle en anexos)

Diversidad de edad por cargo [2020]



■ < 30 años ■ Entre 30 y 50 años ■ > 50 años

(Detalle en anexos)

Diversidad cultural

NACIONALIDAD	NÚMERO
Chilena	3.761
Venezolana	1.290
Colombiana	179
Haitiana	130
Peruana	121
Boliviana	56
Ecuatoriana	50
Dominicana	33
Argentina	33
Mexicana	27
Uruguay	18
Cubana	20
Estadounidense	14
Italiana	14
Portugal	7

(Ver anexos con desglose por género).

Número de personas con discapacidad dentro de la organización, por sexo

Hombres	Mujeres	Total	%
11	6	17	0,40%



4. Capacitación y desarrollo



Capacitación y Desarrollo

En Papa John's Chile creemos que la capacitación, a todos los niveles, constituye una de las mejores inversiones en recursos humanos y una de las principales fuentes de desarrollo y movilidad para los colaboradores en la compañía.

Buscamos cubrir internamente el crecimiento de la compañía con colaboradores formados gracias a nuestros programas de capacitación. Esto implica tener una base de personas preparadas para ir tomando roles de liderazgo. En Papa John's creemos que los líderes capacitados son la base fundamental de nuestro negocio, ya que ellos son los que pueden marcar el camino para adaptarnos a los diferentes desafíos, permitiendo el crecimiento de la compañía. Son ellos los que inspiran y transmiten nuestros valores. Es por esto que, cuando abrimos un restaurante su liderazgo siempre proviene desde el interior de la compañía y para

cada gerente de tienda establecemos planes de sucesión. En el año 2020 se llevó a cabo, de manera transversal en todos los mercados, una capacitación de "Liderazgo en la Adversidad", la cual puso el foco en entregar herramientas para gestionar equipos en contextos inciertos y complejos.

Frente a la pandemia, el principal desafío que se nos presentó en materia de formación y desarrollo fue adaptar las plataformas y programas de capacitación, que se realizaban de manera presencial, a un formato online, con el objetivo de resguardar la salud y seguridad de nuestros colaboradores y evitar al máximo el contacto físico. Esto significó un trabajo de adecuación, tanto en el modelo como en los contenidos. Siguiendo esta línea, incorporamos nuevas capacitaciones con el objeto de internalizar los protocolos sanitarios y reforzar las medidas de seguridad.

Programas destacados

Destacamos algunos ejemplos de los programas de desarrollo de talento y capacitaciones que se llevaron a cabo en Chile.

Desarrollamos el curso de **"Excelencia Operacional"** dirigido a personal con gente a cargo en la operación (jefes de restaurante, gerentes de restaurante, gerentes de mercado) que tuvo como finalidad capacitar a nuestros líderes brindando los conocimientos necesarios para adaptar la gestión de los restaurantes.

Mediante el programa **Potenciando tu Talento**, buscamos descentralizar y diversificar las oportunidades de formación y capacitación a todos nuestros colaboradores. Este programa de formación se enfocó en el trabajo de nuestros pizzeros y repartidores, con la finalidad de entregarles herra-

mientas para el desarrollo de competencias técnicas, transversales y de desarrollo personal, de manera de asegurar el cumplimiento de nuestros estándares enfocados en Servicio, Excelencia y Respeto.

Este programa tiene como objetivo generar mayor empleabilidad, brindado herramientas de desarrollo personal y transversal que pudiesen ser puestas en práctica tanto en su relación contractual con Papa John's Chile, como en cualquier otro contexto laboral.



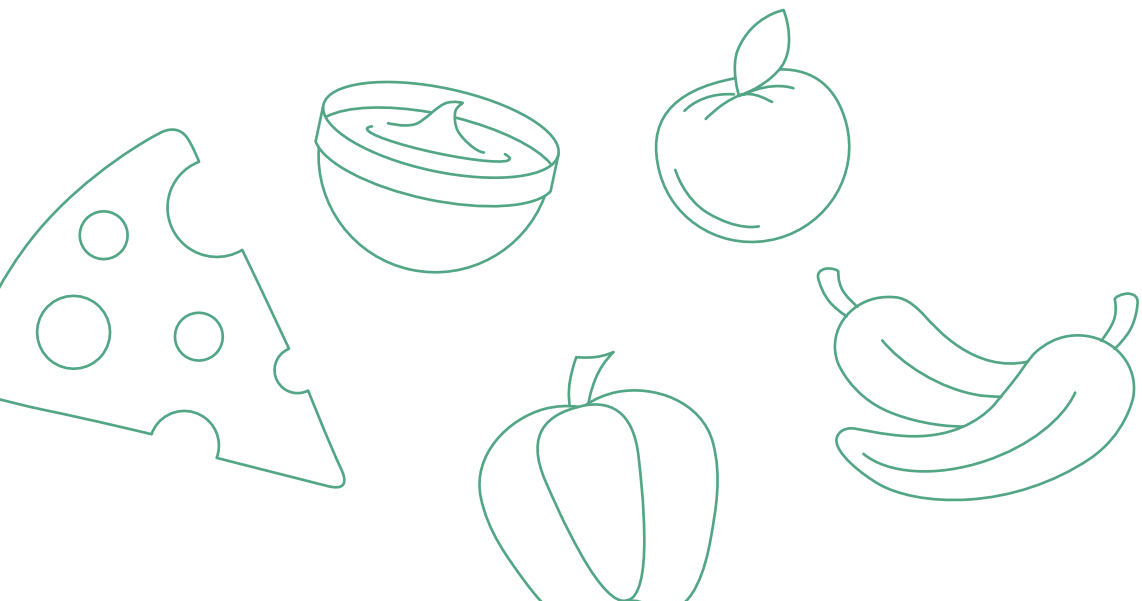
Meta Programa Potenciando tu Talento
Que un 75% de pizzeros y repartidores completen el programa.

TOTAL DE HORAS DE FORMACIÓN POR CATEGORÍA LABORAL



[404-1]

CARGO	NÚMERO	PROMEDIO
Repartidores	7.224	5,27
Operarios - pizzeros	34.530	15,92
Jefes de equipo - Asistente de tienda	5.948	12,29
Gerentes de tienda	1.260	15,75
Profesionales	4.868	34,04
Gerentes de mercado	322	20,13
Subgerentes oficina - Mandos intermedios	3.076	109,86
Gerentes	128	9,85
	57.356	13,32



PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN DESTACADOS



[404-2]

PROGRAMAS	Ámbitos de los Programas	Público objetivo	Nº de Beneficiarios 2020 Chile
DFS-College Plan de Carrera - Gerentes	La implementación del Plan de Carrera se enmarca en los Objetivos de Desarrollo Sostenible, buscando desarrollar la empleabilidad y talento de cada colaborador de Papa John's Chile impulsando su carrera a nivel nacional e internacional.	80 Gerentes de Tienda	63
DFS-College Plan de Carrera - Jefes	A través de estos programas se desarrollan conocimientos y habilidades vinculados al siguiente rol a desempeñar en la compañía vinculados a nuestros valores Servicio, Excelencia y Respeto.	435 Jefes de Turno	365
Potenciando tu Talento	Programa de formación para Pizzeros y Repartidores que desarrolla las capacidades transversales de nuestros colaboradores para potenciar su talento y prepararlos para empezar su plan de carrera.	1698 Pizzeros 1202 Repartidores	2145
Programa de Excelencia Operativa	Capacitar a nuestros líderes de operaciones brindando los conocimientos necesarios para adaptar la gestión de las tiendas (operaciones y liderazgo) en el contexto de la pandemia Covid-19.	453 Gerentes y Jefes	408
PAC (PLAN ANUAL DE CAPACITACION)	Programa dirigido a levantar las necesidades de capacitación de las Gerencias de Soporte y Fabrica	Asistentes- Analistas - Encargados/ Supervisores- Jefaturas- Subgerentes- Gerentes	132



Evaluación del desempeño

Durante el 2020 hemos desarrollado un nuevo sistema de evaluación del desempeño que es común a todos los mercados de DFSI y que funcionará como base para el sistema que implementaremos en 2021 a través de SAP¹⁰ *Success Factors*.

En el sistema se definen y evalúan una serie de competencias fundamentales, que todo colaborador debe tener para formar parte de la compañía, y que están directamente vinculadas a nuestros valores. Además, se miden competencias específicas de cada categoría y se elabora un plan de acción para reforzar los aspectos a mejorar del colaborador.

La medición consiste en una autoevaluación por parte del colaborador y otra por parte de su jefatura directa, quien realiza una sesión de *feedback* donde se exponen los resultados y el plan de acción a seguir para mejorar las capacidades del colaborador.



A través de las evaluaciones del desempeño detectamos al mejor talento interno y mejoramos la calidad de vida de las personas, impulsando el desarrollo libre y responsable, fomentando la autonomía, la maestría y el sentido de propósito.

¹⁰ Systems, Applications, Products in Data Processing.

NÚMERO Y PORCENTAJE DE COLABORADORES EVALUADOS POR CARGO Y GÉNERO CHILE



[404-3]

	HOMBRES		MUJERES		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Repartidores	462	37%	53	41%	515	38%
Operarios - pizzeros	777	68%	716	69%	1.493	69%
Jefes de equipo - Asistente de restaurante	107	42%	75	32%	182	38%
Gerentes de restaurante	33	83%	39	98%	72	90%
Profesionales	10	13%	6	9%	16	11%
Gerentes de mercado	8	100%	8	100%	16	100%
Subgerentes oficina - Mandos intermedios	21	100%	13	186%	34	121%
Gerentes	7	64%	2	100%	9	69%
TOTAL	462	17%	912	60%	2.337	54%

MOVILIDAD LABORAL. PROMOCIÓN INTERNA

	2019	2020
Porcentaje total de personas que fueron promovidas a un cargo superior, como proporción del total de trabajadores.	4,82%	5.96%

MOVILIDAD INTERNA

	2019	2020
Porcentaje de vacantes internas ocupadas por trabajadores de la organización.	61%	80.60%

Nos enfocamos en fomentar una cultura de feedback continuo, utilizando los procesos de evaluación de desempeño como herramienta para incentivar las reuniones de retroalimentación de los líderes con sus equipos y viceversa.

5. Relaciones laborales



Relación de la empresa con sus sindicatos

[102-41]

Consideramos a los sindicatos como aliados del negocio e interlocutores que representan las necesidades e intereses de nuestros trabajadores. Es por ello que, buscamos mantener una relación cercana y de colaboración constante.

Los sindicatos jugaron un rol esencial durante la pandemia, con ellos trabajamos en conjunto para asegurar la integridad y salud de nuestros colaboradores, respetando siempre los protocolos sanitarios, al mismo tiempo que manteníamos la continuidad operacional del negocio,

lo que nos permitió conservar la mayor cantidad de puestos de trabajo en este incierto contexto. Los colaboradores de Papa John's Chile están agrupados en un sindicato formado principalmente por repartidores.

Entre septiembre y octubre de 2020 se desarrolló un proceso de negociación colectiva, el cual se llevó a cabo en buenos términos, y alcanzó un acuerdo para el nuevo Contrato Colectivo con una vigencia de 30 meses, desde octubre de 2020 a abril 2023.

	2018	2019	2020
% Trabajadores Sindicalizados	9,9%	10,3%	16,6%
% Trabajadores cubiertos por convenios colectivos	9,7%	5,9%	16,6%

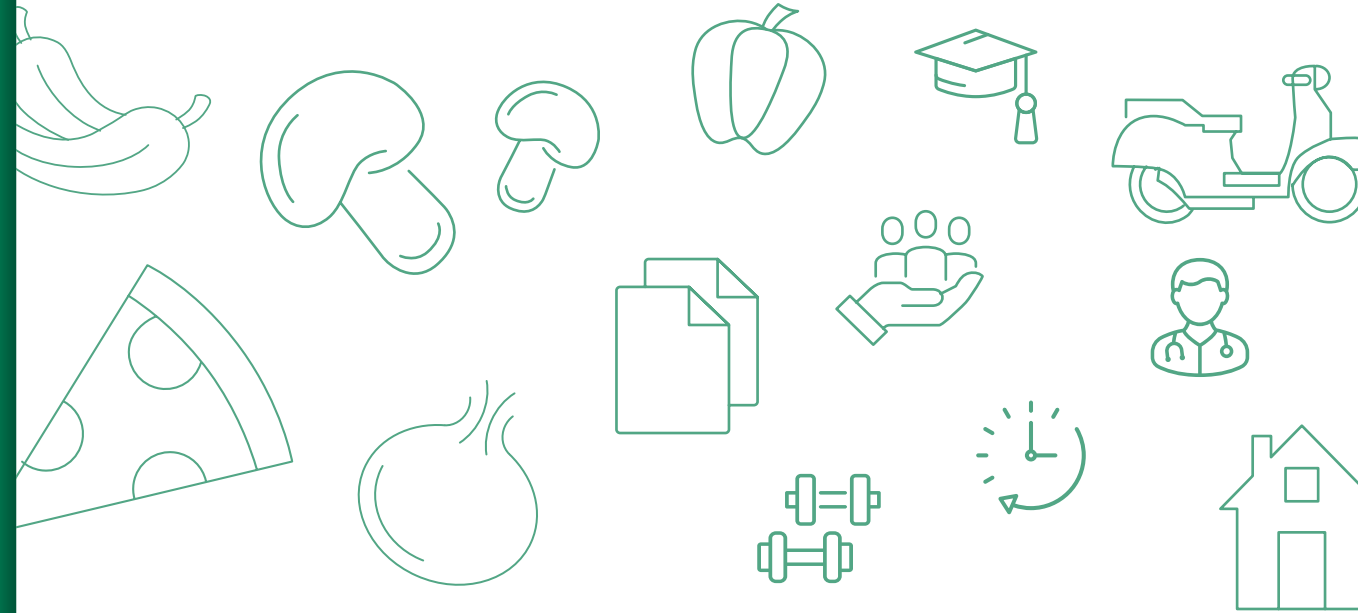


6. Bienestar y beneficios

[401-2]

En Papa John's Chile buscamos evolucionar constantemente nuestra propuesta de valor y nuestra cercanía como empleador. Los beneficios que ofrecemos nos permiten aumentar la productividad y el compromiso con la compañía, atraer a mejores candidatos y retener a las personas con alto desempeño. El propósito es mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores y sus familias, reducir el estrés y lograr la conciliación laboral.

En diciembre del año 2019 se desarrolló un programa de beneficios que tiene como principal objetivo contribuir a mejorar el bienestar social de todos los colaboradores, principalmente a los de posición socioeconómica más desfavorable. El programa está dividido en tres dimensiones; salud, educación y temática social (vivienda, asistencia social, etc). Diseñado de acuerdo a un estudio de prioridades, intereses y principales necesidades de nuestros colaboradores. El plan de beneficios no hace distinción de cargo, es transversal para todos los colaboradores y están sujetos a contratos indefinidos y antigüedad. La gran mayoría de estos beneficios incluyen a la familia del colaborador (pareja o hijos).



El programa de beneficios de Papa John's Chile está alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible:



Fin de la pobreza



Igualdad de género



Salud y bienestar



Trabajo decente y crecimiento económico



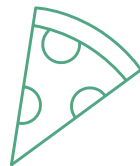
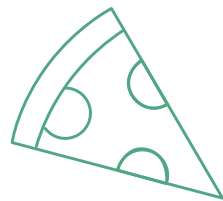
Educación de calidad



Reducción de las desigualdades



CATEGORÍA	NOMBRE DE LOS BENEFICIOS	DESCRIPCIÓN DE LOS BENEFICIOS
	Alimentación y descuentos	Cupones de descuento del 50% Entrega de tres cupones mensuales a los colaboradores con 50% de descuento para el consumo de una pizza tamaño familiar.
	Celebraciones	Regalos día del niño, navidad, día de la madre y día del padre.
	Cesta de Navidad	Todos los colaboradores recibieron para navidad una caja con productos de comida para celebrar.
	Convenio con Instituciones financieras	Cuenta vista sin costo para el colaborador. La puede solicitar desde el primer mes de trabajo.
	Convenio oncológico	Cobertura para cualquier tipo de cáncer, con copago del colaborador. Puede incorporar pareja e hijos.
	Convenios dentales	Valores preferenciales para nuestros colaboradores con clínicas asociadas alrededor del país.
	Cumpleaños	Cupón descuento por cumpleaños Se entrega un cupón mensual a los cumpleaños del mes con 100% para el consumo de una pizza familiar.
	Tarde libre	Tarde libre el día de cumpleaños.
	Educación	Apoyo monetario para colaboradores en educación superior Monto de CLP 150.000 imponibles (una vez al año) para colaboradores que estén cursando estudios superiores y tengan un promedio superior a 5,5 (En Chile las calificaciones van en escala de 1 a 7).
	Papa John's Mateos	Monto de CLP 50.000 imponibles (una vez al año) para hijos de colaboradores que estén cursando educación básica, media o superior y tengan un promedio superior a 6,5 para básica, 6,0 media y 5,5 superior (En Chile las calificaciones van en escala de 1 a 7).
	Emergencias	Apoyo monetario en casos de emergencias Apoyo monetario según evaluación social en caso de emergencia o catástrofe (incendio de vivienda, fallecimiento de cónyuge o hijo, enfermedad grave, etc).
	Familiar	Ajuares de nacimientos Ajuar de bienvenida para hombres y mujeres que hayan sido padres.
	El diario de mamá	El objetivo de este material es entregar información importante como: Fuero, gestión de salas cunas, derechos laborales en el embarazo, etc. Adicionalmente contiene secciones para registrar el proceso del embarazo, fotos de ecografías, sentimientos, anotaciones relevantes, etc.
	Gimnasio y vida sana	Ticket de gimnasio Convenio con gimnasios y posibilidad de acceder a valores preferenciales.
	Orientaciones legales	Apoyo en temáticas sociales Orientación en pensión de alimentos, relación directa y regular, redacción de informes sociales gratuitos, orientación en subsidios y bonos del Estado.
	Apoyo en violencia intrafamiliar	Orientación a la víctima, apoyo en el proceso de denuncia, traslado de local o apoyo monetario que requiera (según evolución del caso).
	Capacitaciones en subsidios habitacionales	Charlas informativas sobre subsidios de vivienda del Estado.



CATEGORÍA	NOMBRE DE LOS BENEFICIOS	DESCRIPCIÓN DE LOS BENEFICIOS
	Préstamo de motocicletas	Asignación de motos para colaboradores que hayan sufrido daño o robo de su vehículo (mientras el seguro liquida o el colaborador adquiere otro vehículo).
	Seguro catastrófico	Cobertura para enfermedades de alto costo en hospitalización de hasta 1000 Unidades de Fomento (UF) anuales.
	Seguro de hospitalización	Cobertura de la diferencia no cubierta por el sistema de salud del colaborador, con tope del 70% con deducible de 5 Unidades de Fomento (UF) anuales.
	Seguro de motos HDI	Seguro con copado del colaborador que cubre pérdida total (sobre el 75% de daño del vehículo) o robo.
	Seguro de salud	Seguro gratuito para los colaboradores que tienen cobertura en medicamentos y gastos ambulatorios.
	Seguro de vida	Cobertura por fallecimiento (natural o accidental), capital asegurado 100 Unidades de Fomento (UF)
	Vivienda Papa John's te apoya en tu primera vivienda	Aporte de 15 Unidades de Fomento (UF) para complementar el ahorro en la libreta de vivienda con el fin de postular a subsidios habitacionales del estado.

Beneficios especiales por pandemia

Nos preocupamos por el cuidado de la salud de nuestros colaboradores, principalmente de aquellos definidos como “grupo de riesgo” ante posibles contagios de Covid, generando diversas medidas, tales como:

- ▶ Permisos pagados para personas de tercera edad y enfermos crónicos.
- ▶ Disposición de medios de transporte para el último turno de tiendas y reducción de horarios de trabajo.

- ▶ Acuerdo con organización sindical para ampliación de medidas cautelares a grupos específicos de cuidado, tales como embarazadas y personas al cuidado de ancianos o menores.
- ▶ Permisos y flexibilidad de horarios para mujeres de oficina de soporte al cuidado de hijos en edades escolares.



Licencia parental (401-3)

Tuvimos 84 licencias parentales. En el contexto de la crisis sanitaria, se aprobó un post natal de emergencia el cual extiende este beneficio por tres meses.

Además, se acordó con la organización sindical la entrega de permisos especiales a nuestros colaboradores con que necesitaran de cuidado de hijo menores a 10 años durante gran parte de la pandemia.



7. Clima laboral

Garantizar un grato ambiente laboral y fomentar el sentimiento de pertenencia entre nuestros colaboradores es una de las prioridades en la gestión de nuestro negocio. Como parte de estos compromisos, por quinto año consecutivo participamos del análisis elaborado por *Great Place to Work (GPTW)* que, mediante auditorías, *Culture Audit* y *Trust Index*, determina si nuestra compañía es un buen lugar para trabajar.

Principales resultados GPTW 2020



En Chile, un 71% de los colaboradores considera que trabaja en un gran lugar.



Existe una valoración positiva de factores asociados a la inclusión, diversidad y equidad en general, y los líderes son bien evaluados respecto a la fluidez y efectividad de la comunicación. Esto, considerando el escenario de pandemia, fue una variable relevante que indica que hemos sido capaces de comunicar de manera eficiente a nuestros colaboradores.



Compromiso ##SomosPJ by Drake

Que nuestros colaboradores desarrollen un sentimiento de fidelización y se sientan parte de nuestra empresa, depende de nosotros e incide directamente en la estabilidad y productividad de la compañía.

Sin embargo, la retención del talento se ve afectada debido a las características propias de nuestro sector y negocio, gran parte de nuestra fuerza laboral son jóvenes en su primer empleo, el cual es considerado como un empleo transitorio. Esto, sumado a la alta competitividad del sector, incide en que tengamos altas tasas de rotación.

Para hacer frente a este contexto, buscamos ofrecer una propuesta de valor a los colaboradores basada en el crecimiento y desarrollo profesional en una compañía de alto desempeño

como es DFSI. En ese sentido, hemos enfocado nuestro trabajo en implementar diversas iniciativas con el objetivo de reforzar nuestra cultura, identidad y sentido de pertenencia.

Actualmente estamos trabajando en el proyecto **#SomosPJ by Drake**, una iniciativa global que pretende potenciar nuestra cultura de grupo e impulsar acciones para que esta permee en todos los países. A partir de un diagnóstico, diseñamos una estrategia de consolidación, formación y comunicación, de la cultura y los valores de la compañía, para conseguir la consistencia en toda la organización. Para ello, identificamos un equipo de Embajadores de Cultura multipaís, que tienen como objetivo impulsar e inspirar al resto de los colaboradores, por medio de diversas actividades e iniciativas de comunicación y reconocimiento de la cultura.

##SomosPJ by Drake

TALLERES EN FASE DE DIAGNÓSTICO

- Esencia de marca
- Identificación de embajadores

TALLERES EN FASE DE IMPLEMENTACIÓN

- Sesiones líderes
- Formación de embajadores

COMUNICACIÓN INTERNA



@sospjchile:

Lanzamos cuentas de Instagram para cada uno de nuestros mercados, cuyo objetivo es propiciar un entorno en el que todos nuestros colaboradores se sientan parte de la compañía y tengan acceso a información relevante y necesaria, además de realizar concursos y actividades de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) para facilitar la interacción. Estas cuentas son privadas y exclusivas para nuestros colaboradores.



Newsletter:

Otro medio de comunicación interno relevante es el newsletter Papa News, a través del cual enviamos comunicados a todos nuestros colaboradores sobre actividades y novedades relevantes, tales como; beneficios, nuevas aperturas, promociones internas, medidas de seguridad e información relacionada a la pandemia.

8. Remuneraciones

[202-1]

En PJ Chile nos preocupamos por compensar a todos nuestros colaboradores con sueldos justos y acordes a cada mercado, para que, junto al buen clima laboral y los beneficios que ofrecemos, podamos atraer a los mejores talentos.

Los salarios están definidos en base a los puestos de trabajo: Para algunos cargos la remuneración es en base a un sueldo fijo, y para otros incluye una remuneración variable de acuerdo con las ventas, cumplimiento de metas o repartos realizados.

Los sueldos se estructuran de la siguiente manera:

- **Gerentes y jefes de restaurante:** La remuneración está definida de acuerdo con una estructura determinada, tanto para el sueldo base (valor fijo), como para el variable.
- **Operarios:** Reciben una remuneración fija, la que está determinada por el ingreso mínimo legal.
- **Repartidores:** Tienen como valor fijo el ingreso mínimo legal, más una variable que se paga por reparto realizado. Además de un incentivo por antigüedad.
- **Gerentes de mercado:** Tienen una estructura de remuneración fija, compuesta por el sueldo base, más una variable mensual y otra anual.
- **Jefes de restaurante y gerentes de mercado:** Tienen remuneraciones variables compuestas por ventas, margen variable, resultado operacional, *Net Promoter Score (NPS)*, *OTD¹⁰* y una auditoría de calidad.

¹⁰ *OTD: Out The Door*, corresponde al tiempo de salida de un pedido desde el restaurante.

RELACIÓN ENTRE SALARIO BASE Y REMUNERACIÓN DE MUJERES A HOMBRES

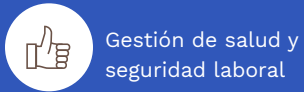
[405-2]

PJ CHILE

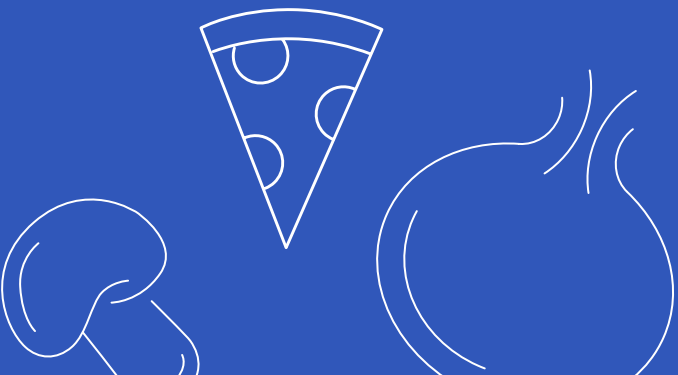
	2020
CATEGORÍAS	
Repartidores	100%
Operarios - Pizzeros	96%
Jefes de equipo - Asistente de tienda	101%
Gerentes de tienda	101%
Profesionales	96%
Mandos intermedios	100%
Gerentes	103%

9. Seguridad y salud

[403-1 403-2 403-3 403-5 403-6]



Nuestra compañía está centrada en las personas y, como entendemos que en nuestra operación hay riesgos, una de nuestras prioridades es proteger la integridad física y la salud de todos nuestros colaboradores, así como la de otras personas que estén en el entorno de nuestras operaciones. En esta línea, uno de los principales retos del 2020, en el contexto de la pandemia, fue salvaguardar la salud de los colaboradores, manteniendo la operación completamente funcional. Para esto, nos alineamos a las disposiciones gubernamentales y recomendaciones internacionales respecto de la seguridad sanitaria.



Iniciativas de salud y seguridad destacadas:

- ▶ Se implementaron medidas preventivas en línea con la pandemia.
- ▶ Se certificó el Centro de Producción y Distribución en sistema PEC de Mutual de Seguridad.
- ▶ Realizamos fiscalizaciones en materia de Salud y Seguridad Ocupacional (SYSO).
- ▶ Implementamos un sistema de gestión (SG) de Salud y Seguridad Ocupacional (SYSO) interno (no certificado por ninguna entidad).
- ▶ Nos certificamos en la Matriz de Identificación de Peligros y Evaluación de Riesgos (MIPER) impulsada por la Superintendencia de Seguridad Social, la que nos permite identificar y controlar los peligros y riesgos de mejor forma.
- ▶ Trabajamos con la Mutual de Seguridad, quienes tienen la labor de asesorar y fiscalizar en materia de seguridad y salud ocupacional.
- ▶ Hicimos inducciones de seguridad (obligación de informar riesgos), capacitaciones de procedimiento de trabajo seguro, capacitaciones de uso y manejo extintores, capacitaciones de conducción a la defensiva, jornada de motoristas y capacitaciones de riesgos inherentes.
- ▶ Contamos con un seguro complementario de salud.

Indicadores de accidentabilidad

[403-9]

Mercado	Nº de accidentes	Nº de días perdidos	Índice de frecuencia (IF) 2019	Índice de gravedad (IG)	Tasa de accidentabilidad 2019	Tasa de días perdidos
2019	251	4.526	39,66	0,72	7,62	137,32
2020	287	7.074	40,12	0,99	7,70	189,86

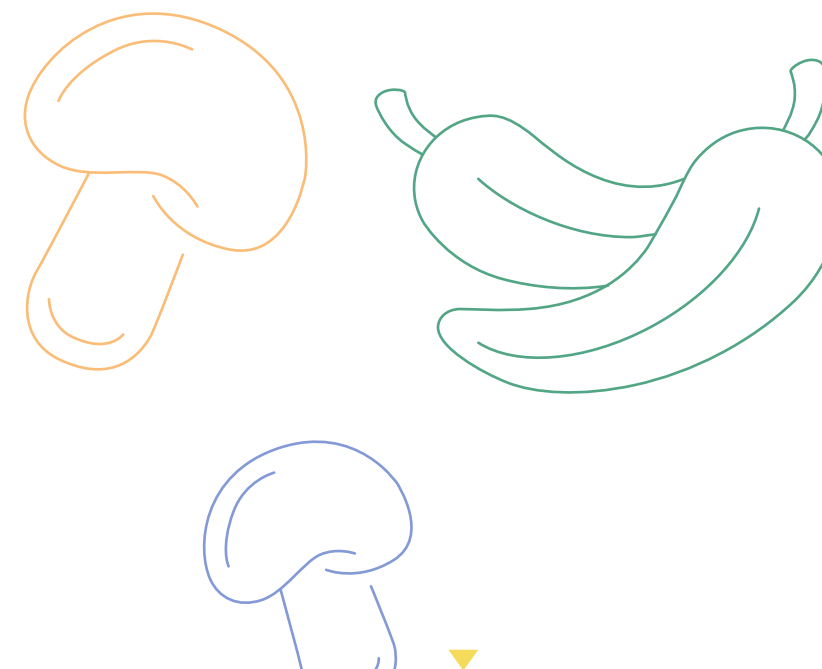


Enfermedades profesionales 2020

[403-10]

TIPOS DE LESIÓN	HOMBRES	MUJERES
Causadas por seres vivos	5	2
Accidente de circulación	135	28
Atrapamiento	4	1
Caída de objetos en manipulación	6	1
Caída de personas a distinto nivel	7	3
Caída de personas al mismo nivel	12	18
Caída de objetos por desplome	16	3
Choque contra objetos inmóviles	0	0
Contacto con sustancias agresivas	6	1
Contactos térmicos	1	3
Golpes o cortes con objetos o herramientas	15	14
<i>In itinere</i>	74	28
Pluriempleado	2	
Recaída	3	1
Sobreesfuerzo físico	2	3

Nº ACCIDENTES	TOTAL
Con baja médica	287
Sin baja médica	322
Total	609



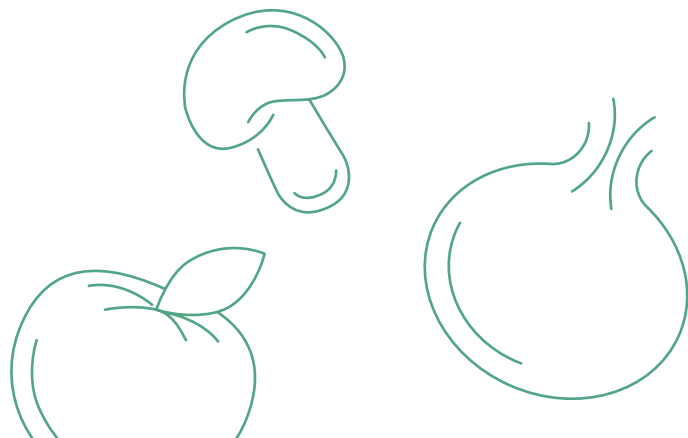
10. Respeto por los Derechos Humanos

(412-1)

En Papa John's Chile, si bien no contamos con una política formal en la materia, nuestro compromiso explícito con el respeto hacia los Derechos Humanos lo hacemos a través de nuestra adhesión al Pacto Global de las Naciones Unidas.

Además, internamente hemos puesto en marcha una serie de acciones dirigidas a garantizarlos, principalmente dirigidas a garantizar los derechos laborales, la inclusión, la igualdad y no discriminación.

En esa línea se diseñó un protocolo de acoso sexual, moral y por razón de sexo, firmado en noviembre del 2020. También, implementamos la puesta en marcha de un Canal de Denuncia y un Canal de Igualdad. En 2021 está prevista la comunicación y formalización del protocolo, los canales de denuncia y se empezará a realizar seguimiento periódico.



11. Vinculación con las comunidades



Comunidades locales.

[413-1]

Inspirados en nuestro propósito de mejorar la calidad de vida de las personas, trabajamos con la misión de contribuir positivamente en nuestro entorno. Buscamos que la relación con la comunidades en las que nos insertamos sea transparente, cercana, confiable y respetando la cultura, llevando a cabo acciones concretas que aporten valor y mejoren la calidad de vida de las personas y de la comunidad en general.

COMPROMISO

Estamos comprometidos con el desarrollo local de nuestras comunidades, conscientes de que somos un motor de impulso para el emprendimiento, la generación de oportunidades y el mejoramiento de la calidad de vida de quienes están en nuestro entorno. Promovemos iniciativas de valor compartido que nacen del diálogo, transparencia y cercanía con las comunidades vecinas, las cuales plasmamos con acciones concretas que generen valor y aporten significativamente en nuestro entorno.



Nuestro aporte en pandemia

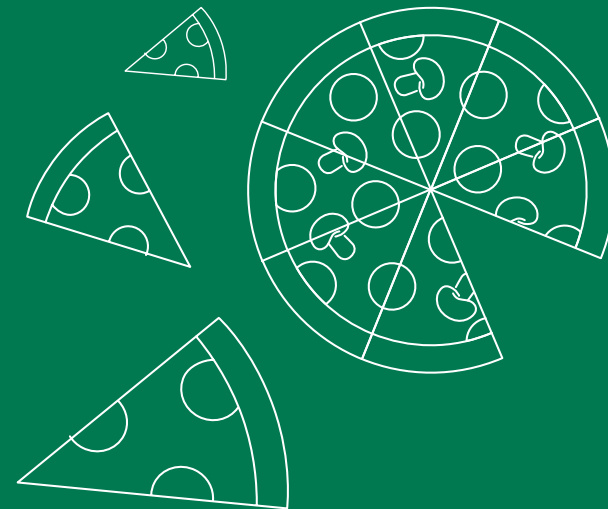
La pandemia nos afectó a todos, pero no a todos por igual. Las comunidades de nuestro entorno se vieron impactadas de manera transversal por las complicaciones que trajo este adverso contexto. Asimismo, la pandemia instaló un ambiente de incertidumbre en todo ámbito, lo que limitó la capacidad de muchas familias para generar ingresos, además de provocar numerosas pérdidas laborales, complicaciones de salud, y saturación de hospitales y servicios médicos.

En PJ Chile trabajamos para aportar desde nuestro sector con una serie de medidas destinadas a apoyar a los grupos más vulnerables, y acompañar a aquellos encargados de combatir la pandemia desde la primera línea en el área de la salud.

Se entregaron más de 100.000 raciones de pizza.

Establecimos dos líneas de trabajo para atender las necesidades más latentes producto del Covid-19:

1. Apoyamos a “primera línea del personal de salud”, y a los grupos de bomberos dedicados a tareas sanitarias durante este tiempo de pandemia.
2. Buscamos identificar aquellas comunidades vulnerables organizadas con alto nivel de necesidad, con el fin de complementar las ollas comunes con alimentos frescos y de calidad.

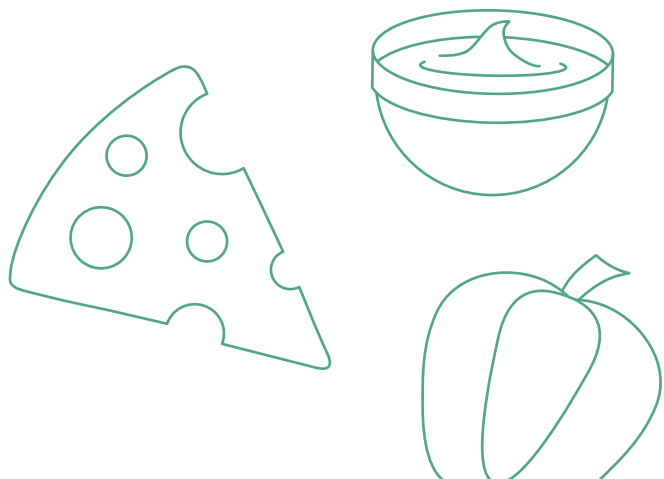


Papa John's dispuso de un food truck en el Hospital Tisné de Peñalolén, el cual fue habilitado con todas las medidas sanitarias requeridas para que los trabajadores de la salud pudiesen disfrutar de un rico almuerzo en medio de sus intensas jornadas de trabajo.



Fondo Privado de Emergencia para la Salud de Chile, movilizado por la Confederación de la Producción y el Comercio (CPC)

Papa John's Chile aportó 6% de los ingresos del período 2019, un total 4.327 millones de pesos al fondo de emergencia creado por la Confederación de Producción y del Comercio (CPC) en la lucha contra el Covid-19. El total de fondos recaudados fue de \$111.000 millones, los cuales fueron administrados y canalizados para ayudar a las comunidades más necesitadas, abarcando una gran variedad de ámbitos, grupos etarios, ubicación geográfica y tipos de donación. Gracias a la colaboración empresarial se materializaron variadas donaciones en cuatro líneas de acción establecidas.



SALUD:



- ▶ Donación de ventiladores mecánicos
- ▶ Equipos de oxigenación
- ▶ Kits de higiene para familias en campamentos.
- ▶ Elementos de protección personal.

ALIMENTOS:



- ▶ Cajas de alimentos
- ▶ Voluntarios
- ▶ Raciones a través de fundaciones, ollas comunes y comedores sociales.

INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO:



- ▶ Ensayo clínico para vacuna contra el Covid-19.
- ▶ Apoyo a estudios clínicos.
- ▶ Kits de diagnósticos hechos en Chile.
- ▶ Ventiladores mecánicos hechos en Chile.
- ▶ Terapias de suero convaleciente.

APOYO SOCIAL Y HUMANITARIO:



- ▶ Migrantes y residentes repatriados.
- ▶ Chilenos repatriados.

Gracias a la colaboración empresarial que se materializó con este fondo, se adquirieron más de 510 ventiladores mecánicos, 700.000 test rápidos, 300.000 test PCR y un millón de mascarillas reutilizables, entre múltiples otros instrumentos médicos, los cuales han sido direccionados a través del Ministerio de Salud a hospitales y fundaciones como el Hogar de Cristo, Un Techo para Chile, Fundación Las Rosas, entre otras.

VAMOS CHILENOS

Donación “Vamos Chilenos” ¡Ellos nos cuidaron, ahora es nuestro turno!

Fuimos parte de la campaña solidaria “¡Vamos Chilenos!” que se realizó para ayudar a adultos mayores de 80 años, identificados como vulnerables por la fundación Conecta Mayor de la Pontificia Universidad Católica de Chile (PUC), y cuya situación se vio agravada por la pandemia. De esta manera y gracias al compromiso de nuestros colaboradores, y la preferencia de los consumidores, logramos recaudar y donar 1.119.000 dólares, correspondientes al total de la venta generada en los días 17, 18 y 19 de septiembre, período en el cual se realizó la campaña.



ALIANZAS CON TERCEROS PARA LOGRAR OBJETIVOS

Creemos que una relación con terceros basada en la confianza y en el beneficio mutuo es muy importante para la construcción de una mirada conjunta de la sociedad que queremos. Es por ello que la meta es construir alianzas eficaces en las esferas públicas, público-privadas y de la sociedad civil, aprovechando lo que cada uno puede aportar por el otro.

Papa John's Chile logró diferentes alianzas en 2020, las que aportan cada día a la estrategia de contribuir con el entorno.

Convenio de apoyo municipal de La Pintana

El objetivo de esta alianza fue generar una colaboración entre Papa John's Chile y la Ilustre Municipalidad de La Pintana, con el fin de contribuir al desarrollo comunal, el bienestar y la calidad de vida de sus habitantes. Un hito importante en este sentido es la inauguración del local N°94 en Chile, un hecho relevante para La Pintana, al ser el primer local de comida rápida que opera en la comuna.

Esta alianza es consecuencia de la excelente relación entre las autoridades de la comuna y nuestra cadena. Comenzó en 2019, sigue vigente y ha logrado materializar las siguientes iniciativas:

- **Contratación local:** por medio de la Oficina Municipal de Información Laboral (OMIL) se gestionó la contratación del 100% de la dotación local con vacantes de trabajo para vecinos de la comuna. Buscando potenciar el desarrollo económico local y mejoras en oportunidades laborales.
- **Campaña Siempre Por Chile:** Papa John's se unió a la campaña para entregar cajas de alimentos durante el mes de agosto. Se logró la entrega puerta a puerta de 224 cajas de alimentos, realizada por colaboradores y voluntarios (38 voluntarios que trabajaron en total 133 horas para repartir las cajas de mercadería).



COMPROMISO 2021: TIENDAS SOCIALES

Como compromiso para 2021 se comenzará la iniciativa de “Tiendas Sociales” en Chile. Este proyecto busca brindar apoyo social en comunas de estrato socioeconómico bajo, donde era impensado insertar una marca como lo es Papa John’s. Las tiendas estarán ubicadas en las comunas de La Pintana, La Chimba y Alto Hospicio, donde el 100% del personal es de contratación local. Aportado con la creación de empleos y oportunidades para el desarrollo de cada sector.

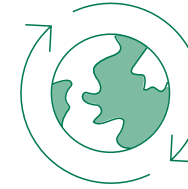
El factor principal es que se donará el 20% de las utilidades de cada restaurante para apoyar el financiamiento de proyectos de desarrollo comunitario propuestos por dichos municipios.



CAPÍTULO 8

Medio Ambiente





En Papa John's Chile entendemos que los riesgos derivados del cambio climático y el paso de la huella humana en el planeta forman parte de la agenda global, y son prioridad para gobiernos, sociedad civil y ciudadanos. La relevancia de la temática ambiental ha ido en aumento y actualmente es una variable relevante a la hora de tomar decisiones, tanto para las empresas, como para los consumidores.

En consecuencia, las empresas debemos hacernos cargo de los impactos de su negocio en el medioambiente, ya sean directos, o generados en el ciclo de vida de sus productos. Independiente de la industria o ámbito de actividad, las empresas deben minimizar su impacto ambiental y proteger el entorno tanto como sea posible.

En Papa John's Chile hemos impulsado una estrategia basada en la adopción de iniciativas tendientes a reducir el impacto de nuestro negocio en el medio ambiente. Para esto, buscamos innovar continuamente y hacer más eficientes nuestros procesos. Si bien, sabemos que aún tenemos mucho por avanzar en la gestión y desempeño ambiental, tenemos el foco puesto en este camino. Para ello, en el año 2020, hemos establecido metas concretas en materias de residuos y cambio climático.



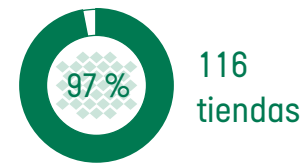
1. Eficiencia en la gestión de recursos

Los principales impactos ambientales de nuestra operación están en el consumo de agua, de energía —principalmente de hornos, equipos de refrigeración y climatización—, y de combustible —utilizado por los vehículos de despacho de nuestras pizzas—. Por ello, buscamos potenciar un enfoque de eficiencia en la gestión de los recursos para minimizar nuestros impactos en los procesos más relevantes del negocio.

Energía [302-1]

Para disminuir nuestro consumo de energía, trabajamos con equipos eficientes y con sus mantenimientos periódicos de manera de asegurar un buen estado. Asimismo, capacitamos a nuestros colaboradores para que utilicen adecuadamente los equipos. Progresivamente hemos ido incorporando iluminación LED y aparatos de climatización de mayor eficiencia energética en nuestras tiendas y oficinas, integrando este criterio de manera transversal para cada próxima apertura y así gradualmente reducir el impacto del consumo energético, mediante la adopción de nuevas tecnologías.

Número de tiendas con luminarias LED



Consumo energético dentro de la organización 2020 (MWh)

CONSUMO TOTAL DE ENERGÍA DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN

Unidades	2018	2019	2020
MWh	1.532,43	1.748,38	1.697,847

La información de consumo de energía reportada corresponde únicamente al centro de distribución y fábrica (QCC). Como organización aún tenemos dificultades para medir el consumo de energía en nuestras oficinas y tiendas, lo cual se presenta como un desafío en el mediano plazo.



Agua

La gestión hídrica es de vital importancia, debido a que es esencial en nuestro proceso industrial. Forma parte de la materia prima para la manufactura de masa y también de todos nuestros procesos operativos en tiendas, como lavado y sanitización de implementos y bandejas. A esto, se suma el consumo de agua de uso sanitario en todas las operaciones.

En cada una de nuestras operaciones, hemos ido implementando diferentes medidas que apuntan a reducir el consumo de agua. En tiendas y oficinas contamos en su mayoría con grifos eficientes, los que consumen menos agua que un grifo tradicional.

En el centro de distribución y fábrica (QCC) hemos invertido en el recambio de los sistemas de lavado por unos más eficientes. También implementamos importantes ahorros de agua en la línea de lavado de gavetas en nuestra fábrica de masas, logrando una reducción de consumo pasando de una tasa de 300 a 100 litros por cada 100 gavetas. Además, este sistema de lavado está en evaluación para ser implementado en el nuevo centro de distribución y fábrica (QCC) en el norte.

Identificamos los procesos dentro de nuestras actividades donde se produce el mayor consumo de agua:



Consumo en producción de masa:

En función de los parámetros de la harina, se calcula el consumo teórico del agua necesaria para elaborar la masa respecto de la cantidad que se quiere producir.

Una vez terminada la producción, con la cantidad real de masa producida, se comprueba la cantidad de agua utilizada y se obtiene la desviación.



Consumo en el túnel de lavado:

Pese a que no existe un control diario del consumo de agua, la medida de eficiencia que se aplica es poner en marcha el túnel de lavado, únicamente cuando exista un número suficiente de bandejas.



Consumo en la limpieza de las instalaciones:

Existe un plan de limpieza por cada zona, instalación o equipo, en el cual se refleja el procedimiento y tiempo de limpieza.

Consumo de agua [303-5]

Al igual que como declaramos en el indicador de energía, solo ha sido posible levantar el consumo de agua para el centro de distribución y fábrica, quedando como desafío pendiente la medición e incorporación de este indicador para las tiendas y oficinas.

CONSUMO DE AGUA QCC (MEGALITROS)

2018	2019	2020
4,48	6,01	6,22



Vertidos

En cuanto a los vertidos líquidos, se identifican las aguas residuales procedentes del desarrollo de la actividad y el aseo, (uso de fregaderos, lavavajillas, entre otros). En todas nuestras operaciones estas aguas se eliminan haciendo uso de la red de saneamiento correspondiente.

Como medida para evitar la contaminación del agua, todos los productos para lavado y sanitización son respetuosos con el medioambiente. Además, es importante destacar que en nuestras tiendas no trabajamos con frituras, por lo que no vertimos aceites. Sin embargo, igualmente contamos con una trampa de grasa en todos nuestros procesos de lavado.

2. Gestión de emisiones

[305-1 305-2 305-3]

Conscientes de que la crisis climática es un desafío y riesgo global muy relevante, y que el mundo empresarial debe tomar un rol activo en esta materia, en Papa John's Chile nos sumamos a las acciones contra el cambio climático y la reducción de emisiones en el marco del Acuerdo de París, que apuntan al compromiso de ir progresivamente hacia la carbono neutralidad.

Con este objetivo, en el 2020, en Papa John's Chile hemos establecido desafiantes metas para primero medir y luego gestionar

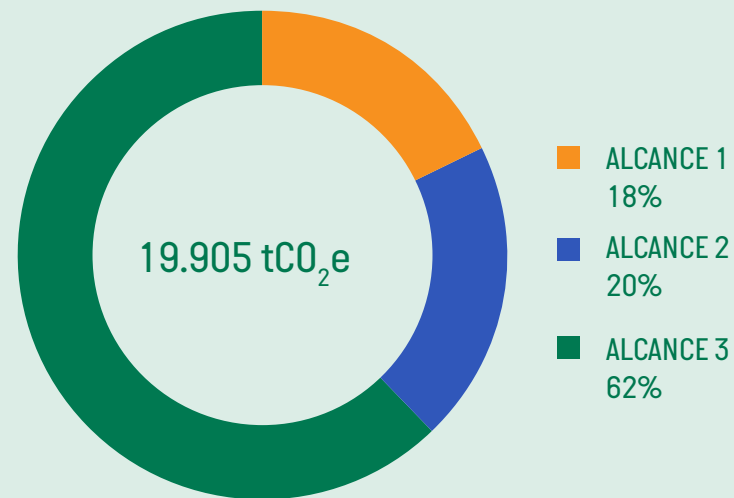


Información sobre las emisiones

las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) en nuestras operaciones.

En el 2020 realizamos la medición de huella de carbono corporativa o inventario de Gases de Efecto Invernadero (GEI) bajo el estándar *GHG Protocol WRI/WBCSD —A corporate Accounting and Reporting Standard* y *The CarbonNeutral Protocol: 2020*, tomando como línea base la operación del año 2020.

Emisiones de GEI por alcance



CarboNeutral S.A realizó el cálculo del Inventario de GEI para Papa John's Pizza en base a los siguientes Lineamientos:

- *Perímetro Operacional: Chile*
- *Periodo Referencial: 1 ene 2020 – 31 dic 2020*
- *Enfoque de Consolidación: Enfoque Operacional*

Para realizar el cálculo y la simulación de carbono neutralidad se utilizaron los siguientes estándares:

- *WRI/WBCSD GHG Protocol - A corporate Accounting and Reporting Standard*
- *The CarbonNeutral Protocol: 2020.*

Detalle en Anexos

Compensación de emisiones del *delivery*

Como parte de nuestro aporte a la mitigación del cambio climático, hemos tomado la primera medida de compensar las emisiones del *delivery*, las cuales corresponden al 14% de nuestras emisiones totales con 2.867 tCO₂e. , esto a través de la certificación CarbonNeutral® *Delivery*.



Sujeto	tCO ₂ e 2020
Delivery Papa John's	2.506,0
Delivery Terceros	361
Total Delivery	2.867

- La certificación CarbonNeutral® es el sello más reconocido en el mundo, desarrollado bajo el marco del CarbonNeutral Protocol, el estándar global en carbono Neutralidad.

Gracias a la compensación de nuestras emisiones obtendremos la certificación de *Delivery CarbonNeutral®*. Esto permitirá la inversión en proyectos de energía renovable eólica y de reforestación dentro de Chile.

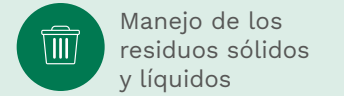
Un bono de carbono corresponde a una tonelada de carbono evitada por distintos tipos de proyectos como; energías renovables, proyectos de conservación de bosques y reforestación. Adicionalmente a la captura del CO₂ que se realiza a través de proyectos de conservación de bosque, aforestación, o el reemplazo de los combustibles fósiles por energías re-

novables, los proyectos tienen varios 'co-beneficios' sociales, creando valor agregado y empleo digno en comunidades locales.

Los proyectos con los que trabajará Papa John's son:

- Chile – Parque Eólico Cuel estándar CDM de la ONU.
- Conservación de la Reserva Costera Valdiviana REDD +, Chile. Certificado con Estándares: CCB y VCS.

3. Gestión de residuos



[301-2 301-3 306-2]

Uno de los principales desafíos que presenta nuestra actividad en materia ambiental se refiere a la gestión de los residuos que generamos, principalmente por las cajas de pizza y el material desechable que acompaña a nuestros productos.

Si bien tenemos oportunidades de mejora en la gestión de residuos, hemos ido progresando en esta materia, en todas nuestras operaciones.

En los últimos años hemos trabajado para reducir el impacto medioambiental de nuestra caja de pizza a través de cambios en el diseño en el *packaging* y la reducción del gramaje, en el 2019 logramos reducir un 9% los residuos de cartón. Basados en esta experiencia, para el año 2021 seguiremos evolucionando, contemplando el desarrollo de nuevas eficiencias de *ecodiseño* en las cajas apuntando a lograr una mayor tasa de reciclabilidad y una menor generación de residuos.

Respecto a las alternativas de recuperación, en el año 2020 dispusimos puntos de reciclaje

para que nuestros clientes pudieran depositar sus cajas de pizza usadas y ser valorizadas por medio del compostaje y reciclaje. Esto, acompañado de una fuerte campaña de sensibilización que busca involucrar a los consumidores en esta iniciativa e incrementar conciencia sobre la importancia del reciclaje.

Estas acciones han tenido una gran valoración y adhesión por parte de nuestros consumidores, por lo que para el 2021 continuaremos buscando más y mejores oportunidades para ampliar la cobertura de la red de reciclaje a nivel nacional y reducir el impacto ambiental de nuestras cajas.

Respecto a los residuos generados en nuestra fábrica, a inicios del año 2021 se realizó el primer estudio para cuantificar y caracterizar los residuos y con ellos establecer una línea base para evaluar la implementación un sistema integral de gestión de residuos.



Alianza entre Sodimac, Papa John's y Triciclos para promover el compostaje y disposición responsable de residuos

Papa John's Chile se unió a la Red Nacional de Puntos Limpios de Sodimac y Triciclos con el objetivo de incorporar y promover un espacio adicional donde disponer las cajas de pizza para su posterior proceso de compostaje y reciclaje, ampliando así los residuos que pueden ser reutilizados.

En una primera etapa, en noviembre del 2020 se habilitaron cinco puntos en la Región Metropolitana logrando recuperar 400 kilos al mes. A inicios del 2021, gracias a la colaboración de los consumidores e impulsados por el compromiso de la marca con el desarrollo sostenible local, se expande el alcance a nivel nacional a regiones, inaugurando nuevas instalaciones en La Serena, Viña del Mar y Concepción.



Datos cuantitativos de residuos

A continuación, presentamos los datos cuantitativos de gestión de residuos que corresponden exclusivamente a los residuos generados por la fábrica y centro de distribución (QCC).

Residuos NO PELIGROSOS (Ton.) no destinados a eliminación en función de las operaciones de valorización

	2020
i. preparación para la reutilización;	0,85
ii. reciclado;	1,5
iii. otras operaciones de valorización.	0
TOTAL	2,35

Peso total de residuos generados (Ton.) en función de la composición de los residuos (306-3)

NO PELIGROSOS	2020
Papel y cartón	35,5
Otros Plásticos	16,3
Madera	136,5
Aluminio	0,05
Vidrio	0,05
Merma (alimentos crudos y masa)	40,5
Aceite Vegetal	1,5
Bandejas de PP	0,85
Mezcla de residuos	107,7
TOTAL	338,9
PELIGROSOS	
Envases contaminados	0,4
TOTAL	339,35





4. Cumplimiento ambiental

[307-1]

En materia medioambiental, tomamos las previsiones ante posibles cambios regulatorios que pudieran afectar nuestra forma de trabajar o requerir una adaptación de nuestros procesos y controles.

En ese sentido, durante el 2020 iniciamos la revisión de la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (Ley REP), la cual delega en las empresas la responsabilidad de financiar la gestión de residuos generados por los productos que comercializan. La normativa establece siete productos prioritarios, entre los que se encuentran los envases y embalajes. En este sentido, estamos conscientes que debemos preparar el camino al cambio cultural y organizacional que requiere implementar en el corto plazo para el cumplimiento de dicha ley y, para en el 2021, se evaluarán y establecerán las líneas prioritarias de trabajo para anticiparse al fiel cumplimiento de esta normativa.

INCUMPLIMIENTOS



En el año 2020 **no tuvimos multas ni sanciones** por el incumplimiento de las leyes y normativas en materia de medioambiente en ninguna de nuestras operaciones en Papa John's Chile.



CAPÍTULO 9

Anexos



Anexos: Equipo y Comunidad

GRI 102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores.

NÚMERO DE TRABAJADORES POR GÉNERO Y TIPO DE CONTRATO

Tipo de contrato	2018			2019			2020		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Indefinido	1.433	830	2.263	1.701	902	2.603	2057	1034	3.091
Plazo Fijo	591	338	929	517	302	819	731	481	1.212
TOTAL	2.024	1.168	3.192	2.218	1.204	3.422	2.788	1.515	4.303

GRI 401-1 Nuevos empleados contratados y rotación de empleados

CONTRATACIONES

Género	2018				2019				2020			
	< 30 años	Entre 30 – 50 años	> 50 años	Total	< 30 años	Entre 30 – 50 años	> 50 años	Total	< 30 años	Entre 30 – 50 años	> 50 años	Total
Hombres	2068	434	30	2532	2122	387	19	2528	1953	435	9	2397
Mujeres	1216	187	14	1417	1018	143	6	1167	1182	139	6	1327
Total	3284	621	44	3949	3140	530	25	3695	3135	574	15	3724

EGRESOS “INDEFINIDOS”

Género	2018				2019				2020			
	< 30 años	Entre 30 – 50 años	> 50 años	Total	< 30 años	Entre 30 – 50 años	> 50 años	Total	< 30 años	Entre 30 – 50 años	> 50 años	Total
Hombres	498	175	24	697	796	217	7	1020	631	196	9	836
Mujeres	289	82	8	379	398	86	5	489	353	82	2	437
Total	787	257	32	1076	1194	303	12	1509	984	278	11	1273

GRI 405-1 Diversidad en los órganos de gobierno y empleados

TRABAJADORES POR CARGO Y GÉNERO

Cargo	2018						2019						2020					
	Hombres		Mujeres		Total		Hombres		Mujeres		Total		Hombres		Mujeres		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Repartidores	864	89%	107	11%	971	30%	928	91%	93	9%	1021	30%	1242	91%	128	9%	1370	32%
Operarios - pizzeros	871	53%	784	47%	1655	52%	934	55%	772	45%	1706	50%	1138	52%	1031	48%	2169	50%
Jefes de equipo - Asistente de tienda	183	51%	173	49%	356	11%	218	48%	233	52%	451	13%	252	52%	232	48%	484	11%
Gerentes de tienda	29	45%	35	55%	64	2%	34	51%	33	49%	67	2%	40	50%	40	50%	80	2%
Profesionales	46	46%	55	54%	101	3%	69	55%	56	45%	125	4%	76	53%	67	47%	143	3%
Gerentes de mercado	7	64%	4	36%	11	0%	7	50%	7	50%	14	0%	8	50%	8	50%	16	0%
Subgerentes oficina - Mandos intermedios	18	67%	9	33%	27	1%	20	71%	8	29%	28	1%	21	75%	7	25%	28	1%
Gerentes	6	86%	1	14%	7	0%	8	80%	2	20%	10	0%	11	85%	2	15%	13	0%
TOTAL	2.024	63%	1.168	37%	3.192	100%	2.218	65%	1.204	35%	3.422	100%	2.788	65%	1.515	35%	4.303	100%

DIVERSIDAD DE EDAD POR CARGO

Cargo	2018								2019								2020							
	<30 años		Entre 30 y 50 años		>50 años		Total		<30 años		Entre 30 y 50 años		>50 años		Total		<30 años		Entre 30 y 50 años		>50 años		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Repartidores	574	59%	344	35%	53	5%	971	30%	585	57%	377	37%	59	6%	1021	30%	765	56%	540	39%	65	5%	1370	32%
Operarios - pizzeros	1421	86%	204	12%	30	2%	1655	52%	1449	85%	230	13%	27	2%	1706	50%	1889	87%	249	11%	31	1%	2169	50%
Jefes de equipo - Asistente de tienda	229	64%	125	35%	2	1%	356	11%	293	65%	154	34%	4	1%	451	13%	305	63%	176	36%	3	1%	484	11%
Gerentes de tienda	22	34%	42	66%	0	0%	64	2%	20	30%	46	69%	1	1%	67	2%	21	26%	58	73%	1	1%	80	2%
Profesionales	48	48%	51	50%	2	2%	101	3%	57	46%	66	53%	2	2%	125	4%	56	39%	84	59%	3	2%	143	3%
Gerentes de mercado	1	9%	10	91%	0	0%	11	0%	1	7%	12	86%	1	7%	14	0%	1	6%	14	88%	1	6%	16	0%
Subgerentes oficina - Mandos intermedios	2	7%	24	89%	1	4%	27	1%	4	14%	24	86%	0	0%	28	1%	3	11%	25	89%	0	0%	28	1%
Gerentes	0	0%	6	86%	1	14%	7	0%	0	0%	8	80%	2	20%	10	0%	0	0%	12	92%	1	8%	13	0%
TOTAL	2.297	72%	806	25%	89	3%	3.192	100%	2.409	70%	917	27%	96	3%	3.422	100%	3.040	71%	1.158	27%	105	2%	4.303	100%

OR NACIONALIDAD

Nacionalidad	Gerentes	Subgerentes oficina - Mandos intermedios	Profesionales	Gerentes de mercado	Gerentes de tienda	Jefes de equipo - Asistente de tienda	Operarios - pizzeros	Repartidores
Chilena	12	26	127	14	64	384	1967	1164
Argentina	0	0	0	0	0	2	2	1
Boliviana	0	0	1	0	0	4	8	2
Colombiana	0	1	0	0	4	17	32	47
Cubana	0	0	0	0	0	0	0	1
Dominicana	0	0	0	0	0	2	5	0
Ecuatoriana	0	0	0	0	0	2	7	1
Estadounidense	1	0	0	0	0	0	0	0
Haitiana	0	0	1	0	0	0	50	5
Italiana	0	0	0	0	0	0	1	0
Mexicana	0	0	0	0	0	1	0	1
Peruana	0	0	1	1	1	3	20	17
Portugal	0	0	0	0	0	0	1	0
Uruguay	0	0	0	0	0	1	1	0
Venezolana	0	1	13	1	11	68	75	131
TOTAL								4.303

GRI 403-9 Lesiones relacionadas con el trabajo.

Año	Nº de accidentes	Nº de días perdidos	Dotación (promedio anual)	HH trabajadas	Índice de frecuencia (IF) 2019	Índice de gravedad (IG)	Tasa de accidentabilidad 2019	Tasa de días perdidos
2019	251	4.526	3.296	6.328.320	39,66	0,72	7,62	137,32
2020	287	7.074	3.726	7.153.920	40,12	0,99	7,70	189,86

ANTECEDENTES	FÓRMULAS
Índice de frecuencia (IF)	IF: $\frac{N^{\circ}Acc \cdot 1000000}{HH \text{ reales trabajadas}}$
Índice de frecuencia (IG)	IG: $\frac{Días \text{ Perdidos} \cdot 1000}{HH \text{ reales trabajadas}}$
Tasa de accidentabilidad (TA)	Ta: $\frac{N^{\circ}Acc \cdot 100}{Prom. \text{ Trabajadores}}$
Tasa de días perdidos (TDP)	Ts: $\frac{Días \text{ Perdidos} \cdot 100}{Prom. \text{ Trabajadores}}$

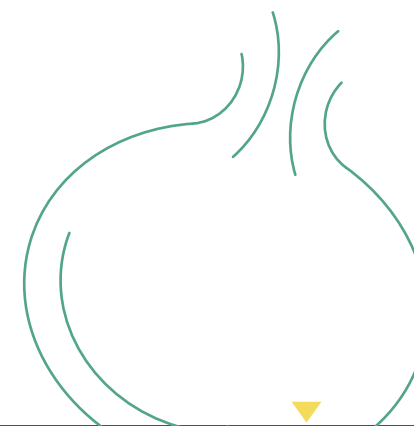
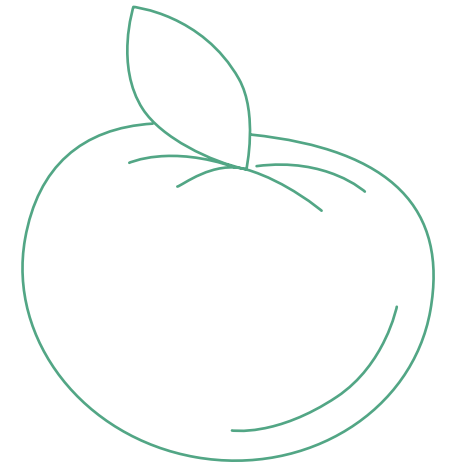
Anexos: Medio Ambiente

Emisiones de GEI por Actividad

Actividad	tCO ₂ e	%
Instalaciones	11.657,50	58,60%
Vehículos de la organización	1.009,70	5,10%
Viaje de negocio	63,7	0,30%
Entregas de terceros	4.940,00	24,80%
Desplazamiento domicilio-trabajo	2.233,90	11,20%
Total	19.904,80	100%

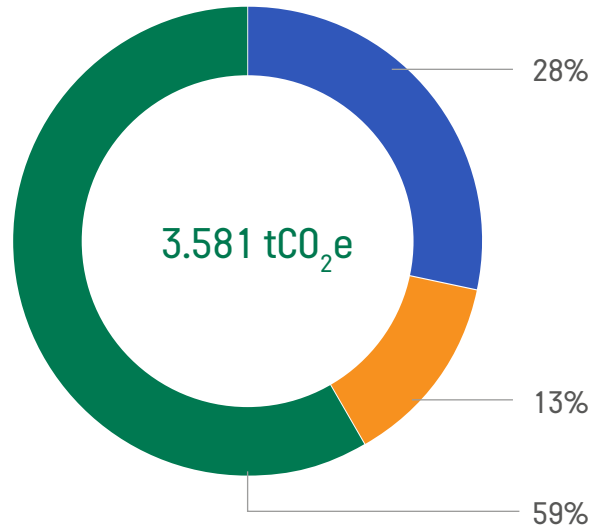
Emisiones de GEI 2020 por tipo

Gas de Efecto Invernadero	GWP	tGEI/año (location based)	tCo ₂ e/año (location based)	tGEI/año (market based)	tCo ₂ e/año (market based)
CO ₂	1	10.255,30	10.255	10.255,30	10.255
CH ₄	28	178,2	4.990	178,2	4.990
N ₂ O	265	0,2	62	0,2	62
R-507	3.985	0,1	438	0,1	438
R22	1.760	0	39	0	39
CO ₂ e	1	4.120,10	4.120	4.120,10	4.120
Total					19.904,80



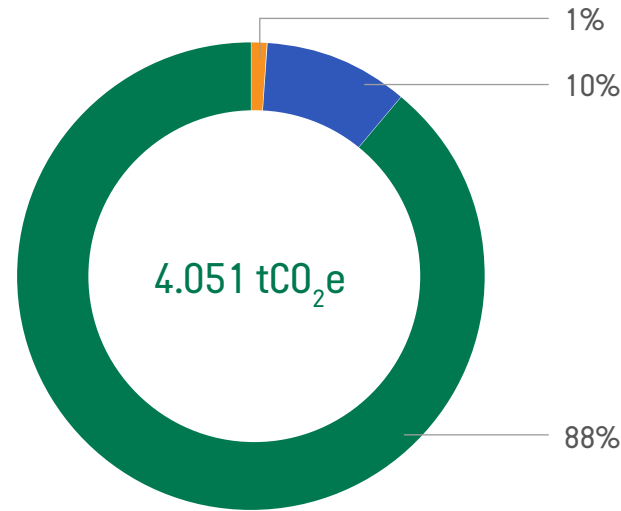
Emisiones por Alcance y fuentes

EMISIONES ALCANCE 1



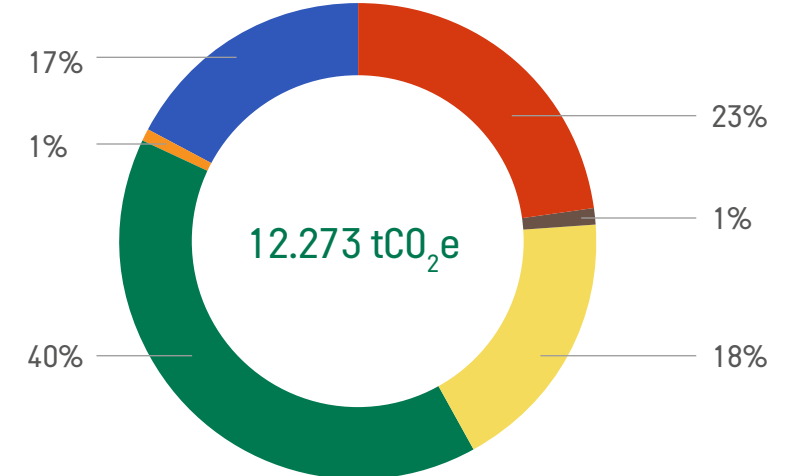
- EMISIONES FUGITIVAS
13%
- FUENTES MÓVILES
28%
- FUENTES FIJAS
59%

EMISIONES ALCANCE 2



- OFICINAS
1%
- FÁBRICA
10%
- LOCALES
88%

EMISIONES ALCANCE 3



- RESIDUOS
40%
- AGUA
1%
- TRANSPORTES DE 3^{ROS} INSUMOS
17%
- VIAJES DE NEGOCIO
1%
- DESPLAZAMIENTO
18%
- TRANSPORTES DE 3^{ROS} DISTRIBUCIÓN
23%

INDICE GRI [102-55]

Enfoques de Gestión [103-1] [103-2] [103-3]

TEMA MATERIAL	SECCIÓN - CAPÍTULO	PÁGINA
Políticas públicas y la prevención de la corrupción	Perfil DFSI - Ética y Anticorrupción	23
Calidad y seguridad de sus productos	Nuestro Negocio - Calidad y seguridad alimentaria	43
Presencia en el mercado	Nuestro Negocio - Marcas y productos	15
* Efecto del Covid-19 en nuestras operaciones	Nuestro Negocio - Prácticas de adquisición	37
* Transformación digital y Ciberseguridad (entre otros)	Nuestro Negocio - Innovación y transformación digital	48
Insumos y materias primas	Nuestro Negocio - Prácticas de adquisición	37
Impactos económicos directos	Nuestro Negocio - Desempeño económico	50
Impactos económicos indirectos	Nuestro Negocio - Desempeño económico	50
Prácticas de adquisición	Nuestro Negocio - Prácticas de adquisición	37
Cumplimiento normativo	Perfil DFSI - Gestión de riesgos	23
Manejo de los residuos sólidos y líquidos	Desempeño ambiental - Gestión de residuos	85
Uso y gestión de la energía	Desempeño ambiental - Eficiencia en la gestión de recursos	82
Información sobre las emisiones	Desempeño ambiental - Gestión de Emisiones	84
Uso y gestión del agua	Desempeño ambiental - Eficiencia en la gestión de recursos	83
Cantidad y calidad del empleo generado	Equipo y comunidad - Nuestro equipo	53
Capacitación y desarrollo	Equipo y comunidad - Capacitación y desarrollo	62
Diversidad e igualdad	Equipo y comunidad - Diversidad e inclusión	59
Gestión de salud y seguridad laboral	Equipo y comunidad - Seguridad y salud	72
* Adaptación al teletrabajo y protocolos en pandemia	Equipo y comunidad - Adaptación al teletrabajo y protocolos en pandemia	57
Comunidades locales	Equipo y comunidad - Vinculación con las comunidades	75
Relación de la empresa con sus sindicatos	Equipo y Comunidad - Relaciones laborales	65



Indicador	Descripción	Sección. Capítulo. Omisiones / Respuesta	Página	ODS / Pacto Global
Perfil de la Organización				
102-1	Nombre de la organización.	Perfil DFSI - ¿Quiénes somos?	14	
102-2	Marcas, productos y servicios más importantes para la organización.	Perfil DFSI - ¿Quiénes somos?	14	
102-3	Lugar de la sede principal de la organización.			
102-4	Ubicación de las operaciones.	Perfil DFSI - ¿Quiénes somos?	14	
102-5	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.			
102-6	Mercados servidos.	Nuestro Negocio - Desempeño económico	15	
102-7	Dimensiones de la organización (empleados, operaciones, ventas, capitalización, productos y servicios).	Hitos y cifras destacadas - Modelo de Negocio	33	
102-8	Desglose de empleados (tipo de contrato, región y sexo).	Equipo y Comunidad - Nuestro equipo	56	8.- Trabajo decente y crecimiento económico
102-9	Cadena de suministro de la organización.	Nuestro Negocio - Nuestra cadena de valor	34	
102-10	Cambios significativos durante el periodo en el tamaño, estructura, propiedad accionaria o en la cadena de suministros de la organización.	Nuestro Negocio - Prácticas de adquisición	39	
102-11	Forma en que la organización aborda el principio de precaución	Perfil de Papa John's Chile	23	16.- Paz, justicia e instituciones
102-12	Cartas, principios u otras iniciativas externas que la organización ha adoptado.	Compromiso con la sostenibilidad - Asociaciones y membresías	31	17.- Alianzas para lograr los objetivos
102-13	Asociaciones y organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece.	Compromiso con la sostenibilidad - Asociaciones y membresías	31	17.- Alianzas para lograr los objetivos
Estrategia				
102-14	Declaración del responsable principal.	Visión Corporativa - En primer lugar, las personas	10	
102-15	Descripción de los principales efectos, riesgos y oportunidades.	Gestión de riesgos	23	
Ética e Integridad				
102-16	Valores, principios, estándares y normas de la organización.	Perfil DFSI - ¿Quiénes somos?	16	
102-17	Mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita.	Perfil DFSI - Gestión de Riesgos	23	
Gobernanza				

Indicador	Descripción	Sección. Capítulo. Omisiones / Respuesta	Página	ODS / Pacto Global
102-18	Estructura de gobierno de la organización.	Perfil DFSI - Gobernanza	19	16.- Paz, justicia e instituciones
102-19	Delegación de autoridad	Perfil DFSI - Gobernanza	21	
102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo en temas económicos, ambientales y sociales.	Perfil DFSI - Gobernanza	18	
102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	Perfil DFSI - Gobernanza	20	
102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno.	Perfil DFSI - Gobernanza	19	
102-26	Función del máximo órgano de gobierno en la selección de objetivos, valores y estrategia	Perfil DFSI - Gobernanza	17	
102-32	El papel del órgano superior de gobierno en los informes de sostenibilidad	El Consejo de Administración revisa y valida el presente Reporte de Sostenibilidad.		
Participación de los grupos de interés				
102-40	Grupos de interés vinculados a la organización	Introducción - Alcance del Reporte	7	
102-41	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos	Equipo y Comunidad - Relaciones laborales	66	
102-42	Base para la elección de los grupos de interés con los que se trabaja	Introducción - Alcance del Reporte	7	
102-43	Enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés	Introducción - Alcance del Reporte	4	
Prácticas para la elaboración de Informes				
102-44	Cuestiones y problemas clave que han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés.	Introducción - Alcance del Reporte	5	
102-45	Entidades que figuran en los EEFF consolidados de la organización.	Introducción - Alcance del Reporte	4	
102-46	Proceso para determinar el contenido de la Memoria y cobertura de cada aspecto.	Introducción - Alcance del Reporte	4	
102-47	Aspectos materiales identificados durante el proceso de definición del contenido de la Memoria.	Introducción - Alcance del Reporte	5	
102-48	Consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas.	No hay reformulaciones de información con respecto a memorias anteriores		
102-49	Cambios significativos en el alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a memorias anteriores.	No hay cambios en el alcance y cobertura de los temas, se agregaron 3 temas nuevos de acuerdo a la contingencia mundial.		
102-50	Periodo de la Memoria	Introducción - Alcance del Reporte	4	
102-51	Fecha de la última Memoria.	Es el primer Reporte de Sostenibilidad de DFSI		
102-52	Ciclo de presentación de memorias.	Introducción - Alcance del Reporte	4	

Indicador	Descripción	Sección. Capítulo. Omisiones / Respuesta	Página	ODS / Pacto Global
102-53	Contacto para solventar dudas en relación con el contenido de la Memoria.	sostenibilidad@drakedfsi.com		
102-54	Opción de conformidad con la guía elegida por la organización	Introducción - Alcance del Reporte	4	
102-56	Políticas y prácticas de la organización con respecto de la verificación externa.	Introducción - Alcance del Reporte	4	

Contenidos Básicos Específicos

CATEGORÍA: Economía

Presencia en el Mercado

202-1	Razones del salario de nivel de entrada estándar por género en comparación con el salario mínimo local.	Equipo y Comunidad - Remuneraciones	72	1.- Fin de la pobreza
-------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------	----	-----------------------

Prácticas de Adquisición

204-1	Proporción del gasto en proveedores locales.	Nuestro Negocio - Prácticas de adquisición	38	11.- Ciudades y comunidades sostenibles
-------	----------------------------------------------	--------------------------------------------	----	-----------------------------------------

Lucha contra la corrupción

205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción.	Perfil DFSI - Gestión de riesgos	23	16.- Paz, justicia e instituciones
-------	--------------------------------------------------------------------	----------------------------------	----	------------------------------------

CATEGORÍA: Medio Ambiente

Materiales

301-2	Materiales de entrada reciclados utilizados	Desempeño Ambiental - Gestión de residuos	86	12.- Producción y consumo responsable
301-3	Productos reutilizados y materiales de envasado.	Desempeño Ambiental - Gestión de residuos	86	

Energía

302-1	Consumo de energía.	Desempeño ambiental - Eficiencia en la gestión de recursos	83	12.- Producción y consumo responsable
-------	---------------------	------------------------------------------------------------	----	---------------------------------------

Agua (2018)

303-5	Consumo de agua.	Desempeño ambiental - Eficiencia en la gestión de recursos	84	12.- Producción y consumo responsable
-------	------------------	------------------------------------------------------------	----	---------------------------------------

Emisiones



Indicador	Descripción	Sección. Capítulo. Omisiones / Respuesta	Página	ODS / Pacto Global
305-1	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1).	Desempeño Ambiental - Gestión de emisiones	85	
305-2	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (Alcance 2).	Desempeño Ambiental - Gestión de emisiones	85	13. Acción por el Clima
305-3	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero alcance 3.	Desempeño Ambiental - Gestión de emisiones	85	
Residuos				
306-2	Residuos por tipo y método de eliminación.	Desempeño Ambiental - Gestión de residuos	87	12.- Producción y consumo responsable
Cumplimiento Ambiental				
307-1	Incumplimiento de leyes y regulaciones ambientales.	Desempeño Ambiental - Cumplimiento ambiental	88	12.- Producción y consumo responsable
CATEGORÍA: Desempeño social				
Empleo				
401-1	Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región.	Equipo y Comunidad - Nuestro equipo	57	8.- Trabajo decente y crecimiento económico
Salud y seguridad en el trabajo (2018)				
403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo.	Equipo y Comunidad - Seguridad y salud	73	
403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes.	Equipo y Comunidad - Seguridad y salud	73	
403-3	Servicios de salud en el trabajo	Equipo y Comunidad - Seguridad y salud	73	
403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo.	Equipo y Comunidad - Seguridad y salud	73	3.- Salud y bienestar
403-6	Promoción de la salud en el trabajo.	Equipo y Comunidad - Seguridad y salud	73	
403-9	Lesiones relacionadas con el trabajo.	Equipo y Comunidad - Seguridad y salud	73	
403-10	Problemas de salud relacionados con el trabajo.	Equipo y Comunidad - Seguridad y salud	73	
Capacitación y educación				
404-1	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral.	Equipo y Comunidad - Capacitación y desarrollo	64	
404-2	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayuda a gestionar el final de sus carreras profesionales.	Equipo y Comunidad - Capacitación y desarrollo	64	4.- Educación de calidad



Indicador	Descripción	Sección. Capítulo. Omisiones / Respuesta	Página	ODS / Pacto Global
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional.	Equipo y Comunidad - Capacitación y desarrollo	65	
Diversidad e igualdad de oportunidades				
405-1	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	Equipo y comunidad - Diversidad e inclusión	61	10.- Reducción de las desigualdades
405-2	Relación entre salario base y remuneración de mujeres a hombres.	Equipo y Comunidad - Remuneraciones	72	5.- Igualdad de género
Evaluación de Derechos Humanos				
412-1	Operaciones que han sido objeto de revisiones de derechos humanos o evaluaciones de impacto.	Equipo y Comunidad - Respeto por los Derechos Humanos	75	10.- Reducción de las desigualdades
Comunidades locales				
413-1	Porcentaje de centros donde se han implementado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	Equipo y comunidad - Vinculación con las comunidades	76	10.- Reducción de las desigualdades
Salud y seguridad de los clientes				
416-1	Evaluación de los impactos en salud y seguridad de las categorías de productos y servicios.	Nuestro Negocio - Calidad y seguridad alimentaria	44	3.- Salud y bienestar
416-2	Incidentes de incumplimiento con respecto a los impactos en la salud y la seguridad de los productos y servicios	Nuestro Negocio - Calidad y seguridad alimentaria	45	
Marketing y Etiquetado				
417-1	Requisitos para información y etiquetado de productos y servicios.	Nuestro Negocio - Cercanía con nuestros clientes	48	3.- Salud y bienestar
417-2	Incidentes de incumplimiento de información y etiquetado de productos y servicios.	Nuestro Negocio - Cercanía con nuestros clientes	48	
Privacidad del Cliente				
418-1	Quejas justificadas sobre violaciones de la privacidad de los clientes y pérdidas de datos de los clientes.	Nuestro Negocio - Innovación y transformación digital	50	

