



PACTO MUNDIAL

Las Naciones Unidas

Nueva York, Nueva York

EEUU

Santiago, septiembre 2022

A Pacto Mundial:

Burger King es una empresa dedicada al negocio de la comida rápida desde el año 1954, con presencia en Chile desde 1994, iniciando sus actividades con la apertura de su primer local en la Avenida Providencia en la ciudad de Santiago.

En la actualidad cuenta con 63 restaurantes a lo largo del país y es operado por el holding mexicano Alsea, quien además tiene el derecho de las operaciones en el país de las marcas Starbucks, Chili's y P.F Chang's.

Burger King, se caracteriza por su famosa hamburguesa Whopper realizada con carne 100% a la parrilla y por el uso de ingredientes frescos, de calidad y de producción local.

En la actualidad la compañía cuenta con más de 1600 empleos directos integrados por: Crew, Administradores, Subgerentes, Gerentes de Locales y Gerentes de Distrito.

El reto que mueve hoy en día a la compañía es convertirse en la cadena de hamburguesas más grande de Chile y para ello se centra en el buen servicio, el desarrollo y cuidado de los Crew y en la confianza y autogestión de sus líderes.

Estos principios se resumen en su filosofía la cual declara que *"Los clientes son nuestros invitados, los equipos son nuestra familia y los restaurantes nuestra casa"*.

Burger King es una empresa integrada en su mayoría por jóvenes, quienes tienen un promedio de 25 años de edad. Aquí ellos encuentran un lugar donde pueden trabajar en sus vacaciones, compatibilizar sus estudios con un empleo que cuenta con horarios flexibles o si lo desean pueden desarrollarse profesionalmente y hacer carrera dentro de la marca.

Los valores con los que se identifica Burger King son: la diversión, valentía, pasión, autenticidad y el ser extrovertido. Sobre estos valores se fundamentan los procesos de reclutamiento y selección, desarrollo de talento y son la base para nuestra cultura, en la cual el desarrollo de un negocio sustentable y sostenible en el tiempo juega también un rol transversal dentro de esta.

Bajo esta premisa, nos adherimos como marca a la red empresas de Pacto Global en el año 2019.

Con este informe buscamos fomentar una comunicación transparente en temas de sustentabilidad y re afirmamos nuestro compromiso en construir acciones que contribuyan significativamente a los Objetivos de Desarrollo Mundial y los Principios de Pacto Mundial.

En esta Comunicación de progreso anual describimos nuestras acciones para mejorar continuamente la integración del Pacto Mundial y sus principios a nuestra estrategia de negocios, cultura y operaciones diarias. También nos comprometemos a compartir esta información con nuestras partes interesadas a través de nuestros principales canales de comunicación interna.

La matriz a continuación resume los logros de cada uno de los 10 principios del Pacto Mundial – utilizando información reportada por el área de Recursos Humanos de la Compañía.

Atentamente,

Mercedes Chalela
Gerente de Comunicaciones, Cultura y Sustentabilidad

Burger King
Alonso de Cordova 5670
Las Condes
Santiago-Chile
Tel. +56
www.burgerking.cl



DERECHOS HUMANOS

Principio 1 : Garantizar que a los trabajadores se les proporcionen instalaciones de trabajo seguras, adecuadas e higiénicas.

En Burger King estamos comprometidos con respetar y cumplir los principios de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas, así como las declaraciones de la Organización Internacional del Trabajo y las regulaciones propias del país.

En consecuencia, en nuestros locales nos esforzamos por ofrecer a los colaboradores un entorno laboral seguro, estableciendo los mecanismos adecuados para evitar accidentes, lesiones y enfermedades laborales que estén asociadas con nuestra actividad comercial a través del cumplimiento estricto de todas las regulaciones, la educación y la gestión preventiva de los riesgos laborales.

Así mismo, garantizamos la protección y acompañamiento de nuestros colaboradores en caso de sufrir de alguna enfermedad o accidente producto de sus labores a través de un seguro contratado para tales fines.

Además, contamos con ocho Comités Paritarios de Higiene y Seguridad Laboral, los cuáles post pandemia ya han comenzado a activar sus acciones habituales, después de haber estado abocados al cumplimiento a los protocolos y lineamientos de salud tanto del Estado como de la Compañía en épocas COVID:

- Reuniones mensuales con representación de los Crew y de representantes de la compañía.
- Detección de las necesidades de capacitación para los miembros de los locales.
- Investigan los accidentes de trabajo y enfermedades derivadas del ejercicio de sus funciones.
- Asesoran e instruyen a los trabajadores para la correcta utilización de los instrumentos de protección.
- Deciden si el accidente o la enfermedad profesional se debió a negligencia inexcusable del trabajador.
- Indican la adopción de todas las medidas de higiene y seguridad que sirvan para la prevención de riesgos profesionales.
- Cumplen las demás funciones que le encomiende el organismo administrador.

Durante la pandemia, Burger King también se esforzó por garantizar la salud de sus

colaboradores y clientes, para ello ha dedicado esfuerzos a prevenir los contagios a través de la creación de Protocolos de Seguridad y Salud que impactan en los principales procesos de la operación (re apertura de comedores, delivery, atención al cliente, higienización de zonas comunes y baños, Autoking y otros).

A estas acciones se suman: la creación y difusión de material audiovisual para prevenir el COVID-19, visitas constantes por parte del departamento de Prevención de Riesgos a las tiendas para reforzar protocolos y procedimientos establecidos, así como la instalación de señaléticas y material informativo, charlas de concientización, entrega de elementos de protección personal (guantes, mascarillas, alcohol gel, mascarillas), realización de trazabilidad en los casos que se requiera.

Principio 2: Proteger a los trabajadores de acosos en el lugar de trabajo, lo que incluye acoso físico, verbal, sexual o psicológico, abuso o amenazas.

Nuestro ambiente laboral está definido por un trato respetuoso en todos los niveles de la organización; este principio aplica en cualquier momento y espacio de interacción, durante la realización de las funciones, en las sesiones de retroalimentación de desempeño y en cada foro de expresión de ideas y opiniones.

Considerando lo anterior, prohibimos toda acción, situación o insinuación de acoso dentro de Burger King.

Reprobamos y castigamos el acoso sexual, físico y/o verbal de manera severa. En Alsea y en cada una de las marcas nadie tiene derecho a ejercer o insinuar actos de este tipo a otro colaborador, bajo ninguna circunstancia, mucho menos a cambio de una promesa de beneficio laboral dentro de la compañía.

De la misma forma, no se tolera el acoso laboral: ningún colaborador debe ser molestado por otros debido a su condición social, cultural o de cualquier otra índole. Los colaboradores nos abstenemos de la crítica y la burla hacia otro, comprendiendo que dichas acciones afectan negativamente su dignidad y desempeño. Por lo anterior, quedan prohibidas las conductas que alteren o interfieran en la labor o rendimiento de otro colaborador y que propicien un ambiente de trabajo intimidatorio u hostil.

En Burger King manejamos nuestras diferencias de ***opinión manteniendo siempre una línea absoluta de respeto.***

Para ello capacitamos a nuestros líderes y Crew, difundimos y cumplimos procedimientos a seguir para garantizar que ninguna persona sea víctima de algún tipo de acoso.

Contamos también con una línea correcta de Alsea, de carácter anónimo, disponible para cualquier colaborador de la organización que lo requiera sin que esto menoscabe su derecho universal al trabajo, a fin de que tales denuncias puedan ser investigadas,

analizadas y resueltas.

Además, reforzamos a través de nuestros canales de comunicación interno los valores que nos definen, nuestra política de diversidad e inclusión a nivel regional y el reconocimiento de la integración, respeto y aceptación como parte fundamental de nuestra cultura.

Principio 3: Tomar medidas para eliminar los ingredientes, diseños, defectos o efectos secundarios que podrían dañar o amenazar la vida humana y la salud durante la fabricación, utilización o eliminación de productos.

Trabajamos con proveedores que cumplen las regulaciones existentes en nuestro país, buscamos garantizar productos frescos, de calidad y con los mínimos perseverantes y químicos.

Por ello, nos hemos trazado como meta que para el 2022 el 90% de nuestros productos estén libre de preservantes, colorantes y aditivos ofreciendo así una línea de productos con ingredientes limpios, reduciendo a su vez los niveles de azúcar, sodio y grasa en los insumos que utilizamos.

Implementamos protocolos estrictos para garantizar la seguridad alimentaria de nuestros clientes y nos sometemos a constantes inspecciones para auditar el cumplimiento de los mismos, a través de las denominadas visitas REV "Restaurant Excellent Visit".

TRABAJO

Principio 4: Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

En Burger King respetamos el derecho de nuestros empleados de pertenecer a la organización sindical de su elección y no toleraremos ningún tipo de represalia o acción hostil hacia aquellos empleados que participen en actividades sindicales.

Hoy en día, contamos con 1 sindicato y 1 representante sindical.

Principio 5 : Cumplir con los estándares mínimos de salario.

En Burger no existe ni ha existido trabajo forzoso u obligatorio, tampoco contratamos menores de edad, garantizamos un salario digno de acuerdo a las regulaciones del país, el cual es complementado a través de acciones que eleven la calidad de vida de nuestros colaboradores a través del conocido o llamado "salario emocional" y procurando un buen ambiente laboral en nuestros locales y equipos.

También velamos y garantizamos el acceso a los beneficios que otorga la Ley del Trabajo.

Para esto, realizamos constantes visitas a tiendas por parte del departamento de Recursos Humanos de la organización y los líderes de la marca, procuramos instancias de escucha y conversación con nuestros Crew a fin de entender sus necesidades y dar pronta solución a los requerimientos.

En Burger King creemos también en el empoderamiento de nuestros líderes para que sean los primeros en garantizar un ambiente laboral justo e inclusivo y por lo mismo también participan del programa Distrital Coach, que los ayuda y guía en su formación cómo líderes.

Principio 6: Garantizar que las decisiones relacionadas con el empleo estén basadas en criterios relevantes y objetivos.

Nuestras decisiones al momento de seleccionar y contratar a nuevos Crew se centran en sus habilidades, entusiasmo y ánimo de aprender. No es vinculante su grado de formación, raza, sexo, nacionalidad o edad, con la excepción de que no contratamos menores de edad.

Lo anterior está expresado en **nuestro Código de Conducta donde se establece** que *“En Asea ofrecemos las mismas oportunidades de desarrollo a todos los colaboradores de la compañía conforme a su compromiso, desempeño y resultados”*

“La igualdad laboral se expresa con un trato digno y respetuoso en todos los niveles organizacionales; dicho esto, no se permite ningún acto de discriminación por cuestiones de edad, color, discapacidad, estado civil, raza, religión, género y orientación sexual. Este principio aplica en toda circunstancia: desde brindar una oportunidad laboral, determinar las condiciones del empleo, establecer un salario, hasta decidir un nombramiento o promoción en la organización. El espacio de trabajo en Asea es incluyente y abierto a la diversidad, pues es la convergencia de ideas, experiencias y aptitudes la que fortalece nuestros resultados e impulsa la creatividad y productividad. Cada colaborador que demuestre compromiso ante los retos, buenos resultados, apego a nuestros valores y capacidad de aprendizaje, tendrá la oportunidad de desarrollarse y crecer en nuestra organización”

Algunos datos relevantes se evidencian en las características de nuestra dotación actual, de los cuales: el 56,2% de la dotación es de sexo femenino y 43,8% de sexo masculino, 8,5% de nuestros Crew son extranjeros y casi el 1% de cuenta con su credencial de discapacidad.

Todo lo anterior, además, se ve reflejado en nuestras políticas internas de:

- Selección e ingreso de personal
- Desarrollo de personas
- Capacitación
- Compensaciones
- Calidad de vida
- Diversidad e Inclusión

En Burger King, constantemente capacitamos a nuestros equipos y le brindamos la oportunidad de hacer carrera dentro de la marca, priorizando la promoción de nuestros equipos ante una contratación externa.

Compartimos algunos datos relevantes que lo evidencian:

- Todos nuestros Gerentes de Distrito vienen de hacer carrera dentro de la marca.
- Nuestra Gerente de Operaciones inició su carrera como Crew hace 18 años.

MEDIO AMBIENTE

Principio 7: Evitar el daño ambiental a través del mantenimiento regular de los procesos de producción y sistemas de protección ambiental (control de contaminación del aire, residuos, sistemas de tratamiento del agua, etc.).

La sustentabilidad y el desarrollo de un negocio sostenible forma parte de lo que nos define como compañía. Para abordar este principio hemos dividido nuestras acciones en 4 pilares estratégicos: Apoyo a la comunidad, consumo responsable, calidad de vida y medio ambiente.

Para cada uno de estos pilares planificamos diversas acciones con metas de aquí a al 2030, donde apuntamos a seguir impactando positivamente en el medioambiente,

comunidades donde operamos, clientes y colaboradores, teniendo como foco los ODS y metas globales que nos hemos definido cómo organización.

Apoyo a la comunidad:

- Donación de alimentos
- Apoyo a fundaciones
- Optamos por proveedores locales para algunos de nuestros insumos.

Consumo Responsable:

- Eliminación de la entrega de bombillas en nuestros locales.
- Eliminación de empaques plásticos.

Calidad de Vida:

- Incorporamos a nuestra línea productos una hamburguesa de pollo que no es pollo de la mano de NotCo.
- Burger King busca desarrollar productos que, desde su origen, sean libres de conservantes, aromatizantes y colorantes artificiales.
- Promovemos una cultura que favorece la diversidad y el respeto.
- Nos preocupamos por realizar alianzas estratégicas para proveer a nuestros Crew de convenios a través de los cuales pueden acceder a descuentos en productos o servicios de: salud, entretenimiento, deporte, etc.

Medio Ambiente:

- En nuestros locales reciclamos el aceite utilizado.

Principio 8: Garantizar procedimientos de emergencia para prevenir y abordar los accidentes que afectan el medioambiente y la salud humana.

Cada tienda tiene creado un Plan de Emergencia que considera la forma de actuar antes, durante y después de cada emergencia, los temas que abordan nuestros Planes de Emergencia son:

- Accidente con lesión grave o fatal.
- Accidente a cliente.
- Asaltos.
- Amenaza de bomba
- Atrapamiento en ascensores de Centro Comercial
- Emergencia fuga o explosiones de gas
- En caso de oír Alarma de Incendio
- Manifestaciones/desorden público.
- Organización ante Emergencia y Evacuación
- Saqueos

- Sismo
- Tsunami
- Incendio

También la ACHS tiene un programa especial llamado Unidad de Intervención en Crisis (UIC) que busca proporcionar herramientas y/o técnicas de orden psicológico y preventivo, con el objetivo de disminuir los efectos del estrés agudo producido por el evento adverso. También, busca minimizar la ocurrencia de enfermedades profesionales en el orden de la salud mental, que pudieran surgir después de una situación traumática.

Principio 9: Minimizar el uso de químicos y otras sustancias peligrosas y garantizar el manejo y almacenamiento seguro de estos.

- Todos los químicos que se utilizan en BK deben ser autorizados por la Corporación, sin esta aprobación no se deben utilizar.
- El uso de estos químicos siempre se hace con elementos de protección personal (careta, guantes de aseo, pechera, botas) que evitan un contacto directo con los agentes químicos que podrían causar una enfermedad profesional.
- Todos los químicos tienen certificación por el Instituto de salud pública (ISP) y solo tenemos a un proveedor que es ECOLAB. Este nos entrega toda la información referente a la utilización y como debemos actuar en caso de emergencias, esto incluye las Hojas de Datos de Seguridad.
- En las tiendas existen infografías con la información de cómo se deben dosificar y manipular
- El almacenamiento de estos químicos es en la bodega de químicos de cada local y/o separado del resto de los insumos.
- Existe un procedimiento de trabajo seguro orientado al manejo de químicos y que cada trabajador debe firmar.

LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN

Principio 10: Las empresas deben luchar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

A través de nuestro Código de Conducta Interno establecemos que es imperativo que nuestras decisiones en el trabajo se realicen enfocadas en el mayor beneficio integral de la compañía.

Cada uno de los Crew que forma parte de la Familia BK debe manejar las relaciones de trabajo tomando en cuenta su responsabilidad dentro de la compañía e incluso fuera de ésta, siempre procurando evitar cualquier situación que pudiera significar un problema para el desempeño diario de nuestro trabajo. El manejo de nuestras relaciones de trabajo dentro y fuera de la compañía deberá ser con integridad —en cuanto al compromiso con Alsea— y evitando situaciones ambiguas que afecten a la organización o su reputación.

Por ello en Burger King ningún colaborador ha de trabajar con algún pariente cercano en la misma línea de reporte y en caso de que un colaborador tenga un vínculo de parentesco o se encuentre en una relación afectiva con otro colaborador, proveedor, cliente, socio o empleado de la competencia, deberá comunicarlo oportunamente a su superior y al área de Auditoría Interna a través del Cuestionario de Conflicto de Intereses, el cual tiene vigencia de un año, por lo que se renueva a su vencimiento o bien cuando surja alguna nueva situación que deba declararse.

Además, Burger King cuenta con una política de aceptación de regalos, con el fin de contribuir a la objetividad en la selección de proveedores y socios comerciales.

Por ello prohibimos aceptar regalos que estén condicionados y/o que tengan como intención influir en nuestras decisiones de negocio.

Es nuestra obligación rechazar regalos, comidas, descuentos o atenciones especiales que en beneficio personal o de nuestros familiares, son otorgados por parte de nuestros clientes, proveedores u otras personas relacionadas con la compañía, a fin de no afectar nuestra capacidad de negociación.

Algunas excepciones especiales están contempladas también en nuestro Código de Ética que todos los Crew deben conocer y firmar al ingresar a Burger King.

De igual forma, Burger King no utiliza recursos de la compañía para ofrecer regalos, servicios y otras cortesías a los proveedores con los que tenemos una relación comercial, ya sea a título personal o de Asea, excepto para las áreas autorizadas para ello.

La relación profesional con un proveedor y el agradecimiento por el nivel de servicio otorgado, se expresa únicamente a través del cumplimiento a lo establecido en el contrato correspondiente firmado por ambas partes.

Principio 11: Mencionar las palabras “anticorrupción” y/o “comportamiento ético” en los contratos con socios comerciales.

Burger King se adhiere al cumplimiento de las prácticas anticorrupción establecidas en la legislación de cada país donde tiene operaciones, lo cual se refleja en el trato con sus socios comerciales.

Principio 12: Garantizar que los procedimientos internos respalden el compromiso anticorrupción de la empresa.

Burger King se adhiere al cumplimiento de las prácticas anticorrupción establecidas en la legislación de Chile, además cuenta con un Código Interno de Ética transversal para Asea y sus marcas el cual se le comparte al momento del ingreso a cada colaborador, el cual debe ser leído y firmado como un requisito para su contratación.

Además, la compañía se somete a procesos de auditoría y con frecuencia recuerda su política interna a través de medios informativos internos.