

Información de contacto

Empresas Carozzi S.A.

es una empresa dedicada a la elaboración, comercialización, distribución, importación y exportación de alimentos.

Rut: 96.591.040 - 9

Registro de Valores: **733**

Dirección: Camino

Longitudinal Sur Nº 5201, Km. 23, Nos,
San Bernardo, Región Metropolitana.

Mesa Central:

(56-2) 2377 6400

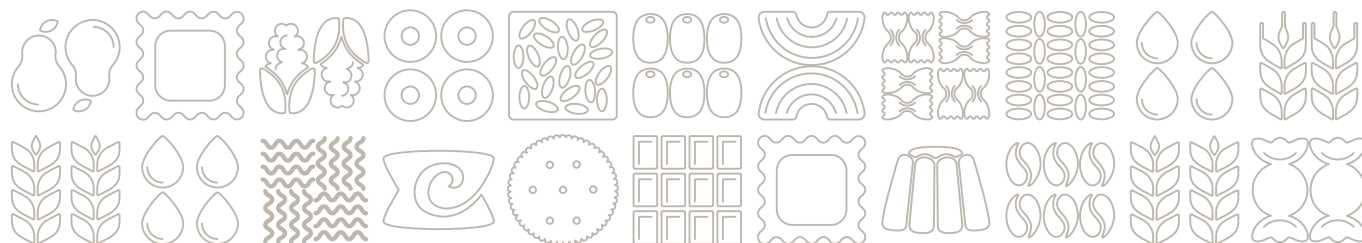
Hablemos:

800 228 228

Correo electrónico:

hablemos@carozzi.cl

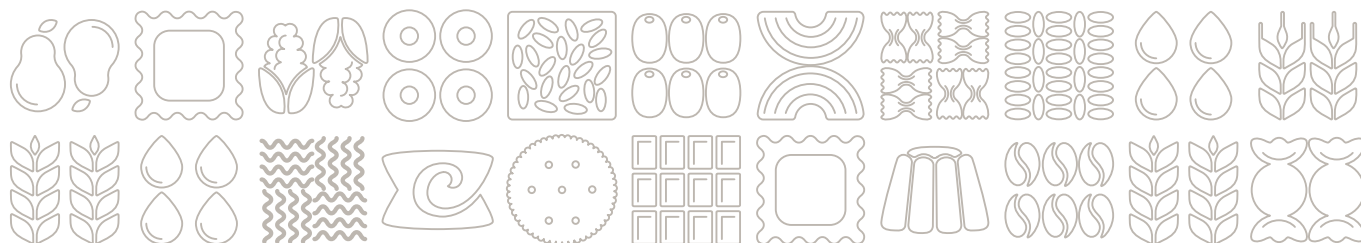
www.carozzicorp.com





En caso de requerir mayor información o tener sugerencias para mejorar el próximo Reporte, contactarse con:

Carozzi_Sostenible@Carozzi.cl
o al (+56 2) 23776400
Comité de Sostenibilidad



ÍNDICE



CAPÍTULO	1	SOMOS CAROZZI	12
CAPÍTULO	2	SOSTENIBILIDAD EN CAROZZI	18
CAPÍTULO	3	PILAR SOLIDEZ, LIDERAZGO Y CONFIANZA	32
CAPÍTULO	4	PILAR CULTURA CAROZZI	40
CAPÍTULO	5	PILAR CADENA DE VALOR SOSTENIBLE	50
CAPÍTULO	6	PILAR ESTILO DE VIDA SALUDABLE	62
CAPÍTULO	7	PILAR CUIDADO DEL ENTORNO	68

Carta del Gerente General



Lo que no cambia

En 1906, siete años después de su fundación en Valparaíso, “La Joven Italia”, nuestra empresa predecesora, se trasladó a Quilpué y cambió su nombre a “Compañía Molinos y Fideos Carozzi”.

Alrededor de la planta se generó un polo de desarrollo importante y estimuló el crecimiento económico de la comuna. En las épocas de alta demanda llegamos a ofrecer más de mil puestos de trabajo. Simultáneamente, se fueron creando barrios en torno a nuestras operaciones y nosotros mismos construimos una villa que albergaba a nuestros trabajadores.

Desde entonces tenemos plena conciencia de que nuestra responsabilidad empresarial no se limita a ser un buen empleador ni a cumplir solo con las normas. Hemos estado desde siempre comprometidos con nuestro entorno, nuestros vecinos, proveedores y trabajadores.

Nuestra contribución

Fuimos pioneros en materia de gestión de personas al establecer beneficios para los trabajadores, aun antes de que la legislación los estableciera.

Cuando el precio de los granos se fijaba a voluntad del comprador, fuimos los primeros en proponer un sistema transparente de referencia de precios a los agricultores. Cuando nadie lo hacía, optamos por un sistema de agricultura por contrato para asegurar la compra de las cosechas al momento de la siembra, ofreciéndoles también acceso a semillas de calidad y capacitación para el mejor resultado de sus cultivos.

Cuando cumplimos 100 años sacamos el Pasta Móvil a recorrer Chile, acompañando a nuestros compatriotas en momentos de dificultades y catástrofes con un plato de comida que les diera un poco de tranquilidad y calor de hogar.

Hemos impulsado, a través de actividades de promoción del deporte, la vida sana y el salir en familia a disfrutar la vida.

Paso a paso

Desde 1906 hemos crecido, avanzado y evolucionado. Adquirimos activos importantes y abrimos nuevos mercados. En 2017 cambiamos nuestra imagen corporativa a una que diera cuenta de estos cambios, de nuestra transformación en una empresa regional, multicategoría y multimarca. Sin embargo, nuestra esencia no ha cambiado y lo más importante sigue igual.

Este año avanzamos en establecer un plan de relacionamiento con nuestros grupos de interés, pero no porque antes no lo hiciéramos, sino porque queremos hacerlo mejor.

Establecimos planes de acción y estandarizamos procedimientos para que nuestro vínculo sea duradero y acorde a las necesidades actuales de nuestros clientes, vecinos y proveedores, para asegurarnos de que todas nuestras plantas, sucursales e instalaciones tuvieran un mismo actuar con quienes nos rodean.

En una época de conflictos y diferencias entre empresas y comunidades, nosotros construimos acuerdos. Cuando la desconfianza avanza entre proveedores y compradores, nosotros establecemos colaboración. Mientras los consumidores exigen transparencia empresarial, nosotros abrimos nuestras puertas a que nos conozcan.

Así somos y seguiremos siendo en Carozzi.

Sebastián García Tagle
Gerente General Carozzi

Nuestro Directorio ⁽¹⁾



① GONZALO BOFILL VELARDE

Presidente

② CARLOS CÁCERES CONTRERAS

Director

③ ENRIQUE IDE VALENZUELA

Director

④ JOSÉ JUAN LLUGANY RIGO-RIGHI

Director

⑤ GONZALO BOFILL SCHMIDT

Director

⑥ ANDRE PARKER

Director

⑦ LAWRENCE MAC DOUGALL

Director

DIRECTORES SUPLENTES

Andrés Undurraga

Jorge Delpiano Kraemer

Carlo Rossi Soffia

Pablo Bofill Schmidt

Peter Pickett Pound

Patrick Sithole

Noel Doyle

⁽¹⁾ Para mayor información sobre el Directorio y Gobierno Corporativo, revisar Memoria Carozzi 2017, capítulo 1.



5

3

4



1

6

2

7

ADMINISTRACIÓN⁽²⁾



Sebastián García Tagle

Gerente General



Ximena Gallardo Ugarte

Contralora



Santiago Valdés Birrell

Gerente División Chile



Cristián Kolubakin Muñoz

Gerente Corporativo de Personas



Alberto Hormaechea Marín

Gerente Corporativo de Operaciones



Sergio Espinoza Segovia

Gerente Corporativo de Finanzas y Planeamiento



Ricardo Venegas Padilla


Gerente División Perú



Juan Pablo Rivera

Gerente División Internacional

⁽²⁾ Para mayor información sobre nuestros ejecutivos, revisar Memoria Carozzi 2017, capítulo 1.



Es muy grato para nosotros compartir con ustedes, nuestras audiencias y vecinos, el fruto del trabajo desarrollado en 2017 en torno a nuestro quehacer sostenible.

En la revisión de este documento podrán observar cómo hemos avanzado, a través de nuestro portafolio de actividades destinadas a impactar en aspectos económicos, sociales y ambientales de nuestro Modelo de Negocio. También podrán conocer la forma cómo nos organizamos, mediante nuestro Comité de Sostenibilidad, y cómo estamos renovando la Compañía a través de nuestra nueva imagen corporativa.

Pero sin duda, el principal hito que queremos compartir es nuestro avance en el relacionamiento con nuestras comunidades y el modelo formal e integral que hemos construido para esto.

Estamos seguros de que estas acciones e información nos ayudarán a seguir construyendo nuestra Cadena de Valor Sostenible y pavimentando el camino para llegar a ser la compañía de consumo masivo más respetada y valorada de Latinoamérica.

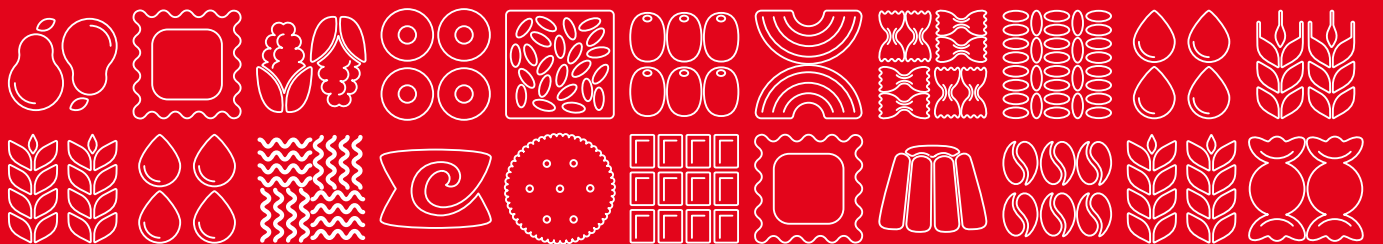
Comités Ejecutivos

El Directorio y la administración de Carozzi conforman distintos comités que tienen como objetivo supervisar la operación de distintos procesos clave para el correcto funcionamiento de nuestra empresa.

Nombre	Objetivos	Integrantes
Planificación Estratégica	Es responsable de la planificación estratégica anual de la Compañía, definiendo los lineamientos y objetivos para periodos de tres años móviles. Aprobación del Plan Estratégico por parte del Directorio.	Cuatro directores, gerente general, gerente corporativo de Finanzas y Planeamiento, gerente corporativo de Personas, gerente División Chile.
Industrial	Tiene a cargo la gestión corporativa de producción. Sus principales objetivos son alinear la estrategia industrial con el Plan Estratégico, revisar mejoras de productividad y eficiencia de las plantas, velar por la seguridad en las instalaciones, además de monitorear benchmarking de indicadores industriales.	Tres directores, gerente general, gerente División Chile, gerente corporativo de Operaciones.
Comercial	Su función central es supervisar el desempeño comercial en términos de volúmenes de venta y participación de mercado. Es el encargado de revisar el comportamiento de los productos que se lanzan al mercado, de la implementación de los principales proyectos de venta y de tomar decisiones relacionadas con la estrategia de comunicación y desarrollo de las marcas.	Cuatro directores, gerente general, gerente División Chile y gerente Desarrollo.
Agroindustrial	Preparar los planes estratégicos para el negocio agroindustrial, considerando mejora y cambio de cultivos, nuevos productos, revisión de oferta y demanda de commodities, diversificaciones, nuevos proyectos, etc. Del mismo modo, es responsable del seguimiento y cumplimiento de metas para esta área de negocio.	Dos directores, gerente Agrozzi, gerente de Logística y Abastecimiento.
Exportaciones	Su función es analizar y evaluar el entorno competitivo, regulatorio, financiero y comercial de las principales economías latinoamericanas, así como estrategias comerciales en mercados específicos. Adicionalmente, supervisa el desempeño de nuestros distribuidores en la región y evalúa diferentes opciones de crecimiento inorgánico en Latinoamérica.	Cuatro directores, gerente general y gerente División Internacional.

Nombre	Objetivos	Integrantes
Recursos Humanos	Este comité revisa el plan de sucesión, diseña políticas que promuevan la fidelización de talentos y la cultura organizacional. Propone, además, políticas de remuneraciones y beneficios de los colaboradores. Adicionalmente, revisa los estudios de clima organizacional y planes de acción asociados a estos.	Dos directores, gerente general, gerente corporativo de Personas, gerente División Chile.
Logística y Abastecimiento	Define estrategias, monitorea los procesos de adquisiciones corporativas y los resultados de licitaciones relevantes. Las políticas de compras de commodities y cereales, así como la propuesta de estrategias de cobertura de riesgo de precios también son parte de sus principales responsabilidades.	Tres directores, gerente general, gerente corporativo de Finanzas y Planeamiento, gerente División Chile, gerente de Logística y Abastecimiento.
Auditoría y Riesgos	Este comité tiene como objetivos apoyar al Directorio en la mantención de un adecuado sistema de control interno en la Compañía, así como gestionar el flujo de comunicaciones con los auditores externos y la revisión de los estados financieros que debe aprobar periódicamente el Directorio. También se involucra en el proceso de identificación y gestión de riesgos, además del cumplimiento de leyes y regulaciones.	Dos directores, gerente general, gerente corporativo de Finanzas y Planeamiento, contralora.
Comunicaciones	Analizar, supervisar y tomar decisiones respecto de la comunicación interna y externa son responsabilidad de este comité, que debe definir las estrategias de reputación corporativa, de fortalecimiento de la cultura de la Compañía, del desarrollo conceptual y ejecución de las comunicaciones corporativas. Supervisa, también, los planes de Responsabilidad Social Empresarial.	Un director, gerente general, gerente corporativo de Personas, gerente de Marketing y Proyectos Corporativos y asesores comunicacionales.
Ética	Asegurar la difusión y aplicación del Código de Ética, responder inquietudes de los colaboradores y atender las denuncias, tanto directas como a través del canal de denuncias, garantizando su gestión y confidencialidad.	Contralora, gerente corporativo de Finanzas y Planeamiento, gerente corporativo de personas, gerente de Administración y Finanzas Perú, jefe de Bienestar División Perú.
Sostenibilidad	Monitorear el cumplimiento de las actividades y planes establecidos en la Estrategia de Sostenibilidad, además de revisar y actualizar las metas asociadas.	Gerente general, contralora, gerente corporativo de Finanzas y Planeamiento, gerente corporativo de Personas, gerente de Logística y Abastecimiento, gerente División Chile, gerente de Marketing y Proyectos Corporativos, gerente Agrozzi, gerente de Innovación.
Comité de Distribución y Venta	Este comité tiene como objetivo analizar las estrategias de cobertura, distribución y visibilidad de productos y marcas de nuestra Compañía. Lo anterior, a través de la mejora de procesos, compartir mejores prácticas y analizar proyectos que tengan ese mismo fin.	Un director, gerente general, gerente División Chile, gerentes de Ventas, gerente de Logística y Abastecimiento.

Somos **Carozzi**





NUEVA IMAGEN DE CAROZZI: ¡BIENVENIDOS AL CAMBIO!



Durante 2017 trabajamos en la consolidación de nuestra imagen corporativa de cara a los tiempos que demandan nuestras audiencias. Esta renovación responde a la nueva identidad de Carozzi, más cercana y moderna, que refleja su carácter de empresa regional, multimarca y multicategoría.

Se trata de un logo que mantiene la tradicional corbata que nos caracteriza desde nuestros inicios, hace 119 años, pero renovada, moderna y que transmite toda la energía de nuestra empresa y productos.

Este cambio significó un paso más en el camino de convertirnos en la Compañía de consumo masivo más respetada y valorada de Latinoamérica. Nos muestra como una empresa que nace de las pastas y que hoy acoge a 19 categorías de productos, que se proyecta sin abandonar su carácter cercano y estilo familiar.



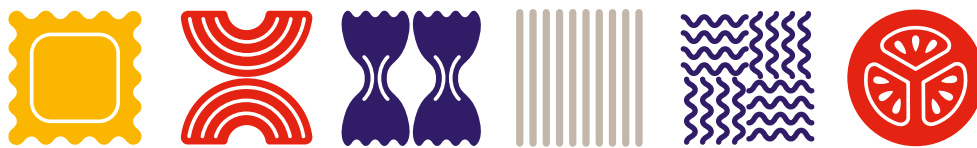
NUEVA IMAGEN DE CAROZZI: ¡BIENVENIDOS AL CAMBIO!

Con esta renovada imagen enfrentaremos los desafíos de las siguientes décadas y seremos Carozzi donde quiera que estemos: Carozzi en Chile, en Perú, en Argentina y en cada país donde tomemos la decisión de crecer y hacer empresa. Estamos entusiasmados y orgullosos de emprender esta nueva etapa, porque estamos convencidos de que esta gran historia aún tiene muchos capítulos por escribir.

En esa misma línea, en 2017 pusimos en marcha nuestra nueva plataforma digital, (www.carozzicorp.com), orientada a entregar información y mantener una comunicación fluida para que colaboradores, proveedores, clientes y consumidores puedan acceder a información de interés.

Actualmente, nuestras categorías son: pastas, arroz, galletas, chocolates, caramelos, cereales para el desayuno, café, avenas, postres, harinas, bebidas y refrescos, salsas de tomates, jugos, pulpa de frutas, mermeladas, pasta de tomates, alimento para mascotas y snacks salados.

En la nueva imagen corporativa las principales categorías están representadas por nuestros pictos.



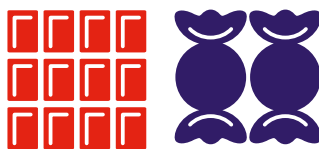
Pastas y salsas de tomates

MARCAS: CAROZZI, TRATTORÍA, PARMA, VIVO, SAN REMO, ACONCAGUA, POMAROLA



Cereales y avenas para el desayuno

MARCAS: COSTA, SELECTA, VIVO



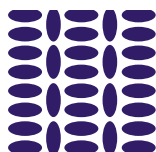
Chocolates, caramelos y cereales

MARCAS: AMBROSOLI, CALAF, COSTA, NATUR



Galletas

MARCAS: COSTA, VIVO



Arroz

MARCAS: MIRAFLORES, TRATTORIA



Pastas de tomates y pulpa de fruta

MARCAS: AGROZZI, FOOD SERVICE



Bebidas líquidas

MARCAS: SPRIM, VIVO, COSTA



Postres y compotas

MARCAS: AMBROSOLI, VIVO, CARICIA



Tortillas y comida mexicana

MARCA: PANCHO VILLA



Harinas y premezclas

MARCAS: SELECTA, MONT BLANC



Alimento para mascotas

MARCAS: MASTER DOG, MASTER CAT

NUESTRA HISTORIA PARA SER SOSTENIBLES

Cada paso en nuestra historia lo hemos dado mirando la permanencia de nuestro negocio en el tiempo, la calidad de vida de los trabajadores o el aporte social que podemos hacer desde nuestra posición como empresa productiva. Dependiendo de la etapa de nuestro desarrollo, los énfasis han sido distintos, pero siempre con la mirada puesta en ser una empresa rentable, un buen lugar para trabajar, un socio de negocio confiable y un buen vecino.

1898

Augusto Carozzi Passani funda La Joven Italia, Carozzi y Cía. En 2017 cumplimos 119 años de historia, lo que prueba que somos una compañía sostenible en el tiempo, capaz de adaptarse a los distintos escenarios sociales, económicos y ambientales en todas las épocas.

1919

Carozzi estableció, de forma pionera, beneficios sociales para sus trabajadores.

1965

Continuando con la tradición de modernización, Carozzi inauguró la planta más moderna de Sudamérica para la elaboración de pastas de primera calidad, ubicada en la comuna de Nos. Las innovaciones técnicas permitieron una concepción renovada de la elaboración industrial de pastas.

1982

A través de nuestra visión de largo plazo y enfoque en el crecimiento, se concretó la compra de Costa por parte de Carozzi.

1985

Se inaugura la planta de galletas de Costa, lo que significa la consolidación de Carozzi en el mercado de galletas.

1997

Carozzi compra Molitalia S.A., empresa fundada en 1964, y consolida su presencia en Perú.

2006

Carozzi comienza a poner en práctica acciones orientadas a los proveedores agrícolas bajo la primicia "Agricultura Sostenible". Esta se consolida a través de la implementación del Sistema Agrícola de Contratos.

2009

Presentamos e impulsamos un sistema de descubrimiento de precios para arroz paddy en el Comité de Arroz de ODEPA, en colaboración con representantes de los agricultores y la industria, con la intención de transparentar las relaciones comerciales, dándole objetividad al sistema de precios. Potenciamos el sistema de Agricultura de Contrato, incorporando formalmente procesos de asistencia técnica, entrega de semillas certificadas y financiamiento a los agricultores contratados, tanto para arroz paddy como para trigo candeal.

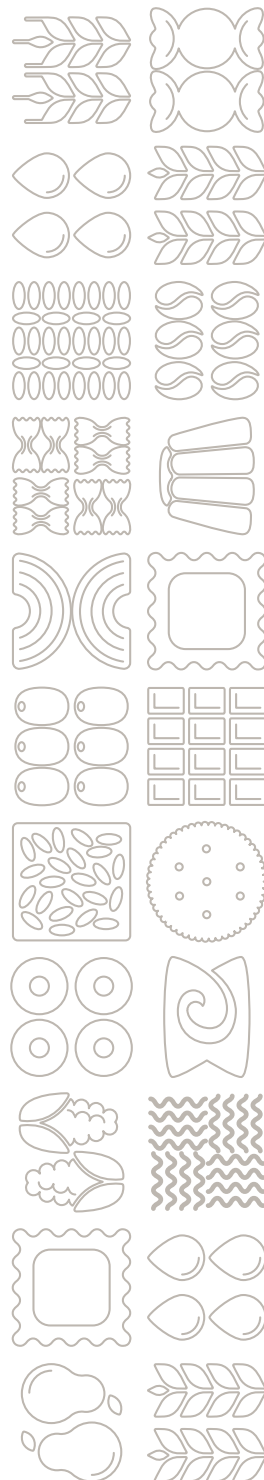
2010

En Carozzi adherimos a la metodología TPM a través de Programa Carozzi Activo, instaurando una cultura de eficiencia en sus operaciones.

2011

Comenzamos la construcción de la planta de pastas más moderna del mundo, otra de cereales, un centro cívico y ampliamos la planta de galletas. Además, el mismo año inauguramos la planta de jugos más moderna del país.

Con el objetivo de contribuir al mejoramiento de su calidad de vida, construimos un complejo deportivo para nuestros trabajadores de Nos.





2011

Comparamos Nutripro S.A. en Chile, de esta manera, potenciamos nuestro crecimiento en la categoría de alimento de mascotas.

2012

Inauguramos nuestro Centro Industrial de Nos.

2013

El edificio del Centro Cívico y las plantas de pastas y cereales recibieron certificación Leed, categoría Oro.

Carozzi obtuvo "Premio a la Innovación en Alimentos Procesados más Saludables" por el producto MiFrut, patrocinado por Corfo, ProChile y Fundación Chile.

Inauguramos moderno laboratorio químico en Nos, lo que nos permitió analizar con mayor eficiencia, rapidez y frecuencia nuestras materias primas, productos y procesos.

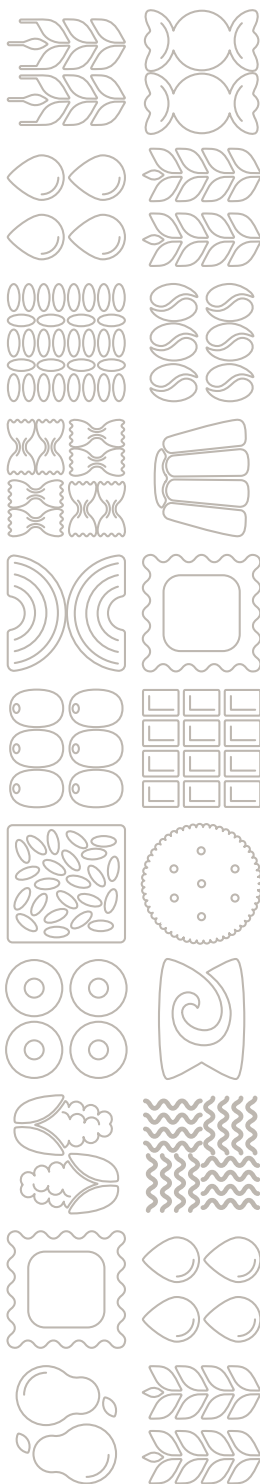
Impulsamos el Sistema de Descubrimiento de Precios para el trigo candeal, incorporándolo a nuestro sistema de Agricultura de Contrato para este cultivo.

Molitalia adquiere las marcas Mimaskot y Nutrican en Perú, ingresando a la categoría alimentos para mascotas en ese mercado.

2014

Carozzi se transforma en socio fundador del Centro de Innovación de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Construimos el Complejo Deportivo en planta de Teno.



2015

Formalizamos nuestro trabajo de cara a la sostenibilidad de Carozzi, tan necesaria para hacernos cargo de los efectos de nuestro modelo de negocio y de oportunidades que genera nuestra cadena de valor para cada uno de los actores que en ella participan.

2016

Nos comprometimos a trabajar en seis de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la agenda 2030 de las Naciones Unidas.

Implementamos puntos de carga solar para celulares en nuestros centros industriales.

2017

Iniciamos nuestro proyecto de innovación tecnológica Optimus, para optimizar nuestro proceso logístico de distribución.

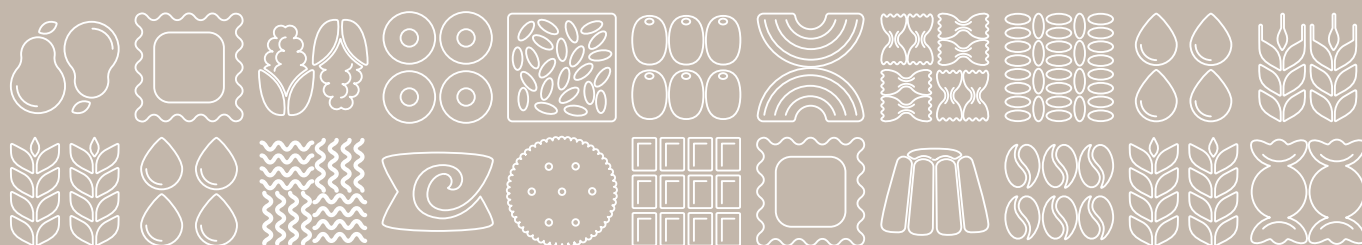
Ingresamos al mercado argentino con compra de la cadena Bonafide.

Lanzamos nuestra nueva imagen corporativa multimarca, la que fue reconocida con el premio Iberoamericano CLAP en la categoría Branding.

Implementamos un sistema de outlet en las salas de venta de Nos, Reñaca y Teno.

Ganamos el Premio Impulsa Talento Femenino 2017, de Pulso, Fundación Chile y PwC; así como también fuimos reconocidos como una de las cinco empresas con mejor reputación de Chile por el ranking RepTrak.

Sostenibilidad en **Carozzi**



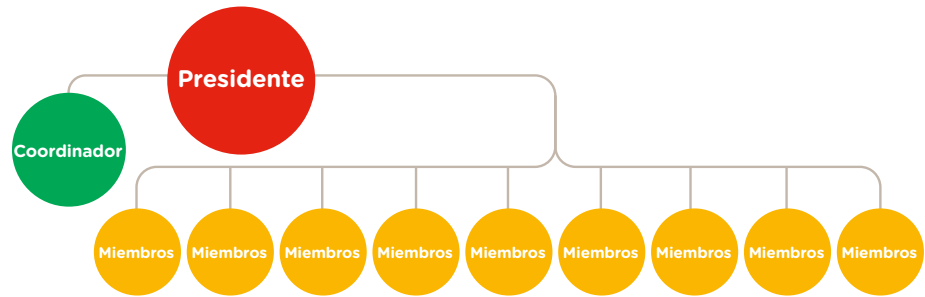
1. GOBERNANZA DE SOSTENIBILIDAD



En 2015 conformamos el Comité de Sostenibilidad, con el fin de liderar una política y estrategia de sostenibilidad para la organización, en el marco de una gobernanza de sostenibilidad que nos guiará en el camino de ser la empresa de consumo masivo más respetada y valorada de Latinoamérica.

Hemos iniciado un camino de sostenibilidad que se puede resumir de la siguiente forma:





ESTRUCTURA COMITÉ DE SOSTENIBILIDAD



Sebastián García
Gerente General



Juan Luis Ibarra
Gerente de Logística y
Abastecimiento (presidente)



Genaro Zambrano
Gerente de Innovación
(coordinador general)



Cristián Kolubakin
Gerente Corporativo
de Personas



Santiago Valdés
Gerente División Chile



Ricardo Venegas
Gerente División Perú

(*) El presidente de Molitalia S.A., Peter Pickett, es también miembro del Comité de Sostenibilidad de Carozzi..



Ximena Gallardo

Contralora



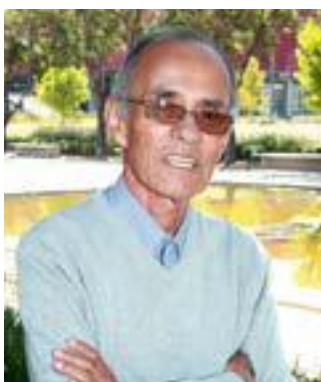
Sergio Espinoza

Gerente Corporativo
de Finanzas y Planeamiento



Alberto Hormaechea

Gerente Corporativo
de Operaciones



Juan Vega

Gerente de Agrozzi



Luz María Rojas

Gerente de Marketing
y Proyectos Corporativos



Roy Smither

Director Carozzi S.A.

La gobernanza desarrollada por el comité permite contar con una hoja de ruta clara para enfrentarnos al reto de ser sostenibles en el tiempo, haciéndonos cargo de los desafíos que impactan el negocio y de los riesgos que se presentan por las nuevas exigencias y desafíos, ya sean económicos, sociales o ambientales.

Este fue el punto de partida de la planificación de un trabajo inicial de mediano plazo para comenzar con la implementación de nuestra política, para que luego cada área de la compañía se empoderara de sus temas de sostenibilidad. En este sentido, se definieron etapas, cada una con metas específicas a cumplir:



Comité de Sostenibilidad en 2017

El comité tiene el rol de definir la política y estrategia de sostenibilidad de la Compañía, proponer la metodología para desarrollar los planes de acción, supervisar su cumplimiento y aportar las mejores prácticas en sostenibilidad. De esta manera, durante el año generamos una labor participativa con las diferentes áreas de la Compañía, donde representantes de cada una de ellas tuvieron la posibilidad de participar en sesiones del comité para entregar sus aportes. Es así como cada área de la Compañía fue capaz de generar actividades

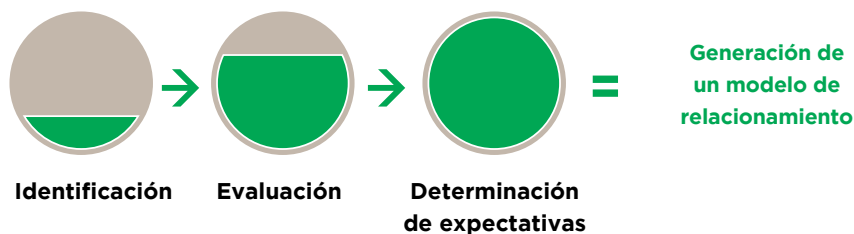
asociadas a la sostenibilidad, empoderándose de estas temáticas y teniendo la instancia de poder presentar sus avances ante el comité.

Durante 2017 podemos resumir nuestra gestión en:

- 15 sesiones del Comité de Sostenibilidad.
- 13 equipos gerenciales.
- Tres invitados externos a Carozzi expertos en temáticas de sostenibilidad.

2. MODELO DE RELACIONAMIENTO CON GRUPOS DE INTERÉS

Para una adecuada gestión de la sostenibilidad, consideramos fundamental determinar nuestros grupos de interés, conocerlos y priorizarlos en virtud de cómo eventualmente los impactamos y ellos nos impactan a nosotros. El proceso desarrollado duró dos años y se resume así:



El mapa de grupos de interés que construimos a partir de las dos primeras etapas, finalizadas en 2016, es el siguiente:



El respeto y la confianza con nuestros grupos de interés son fundamentales para nosotros y son la base que nos permite construir relaciones de largo plazo. Lo realizado en 2016 nos permitió en 2017 generar un modelo de relacionamiento para comunicar, de forma transparente, nuestro quehacer

y el desempeño que tenemos en los ámbitos social, ambiental y económico.

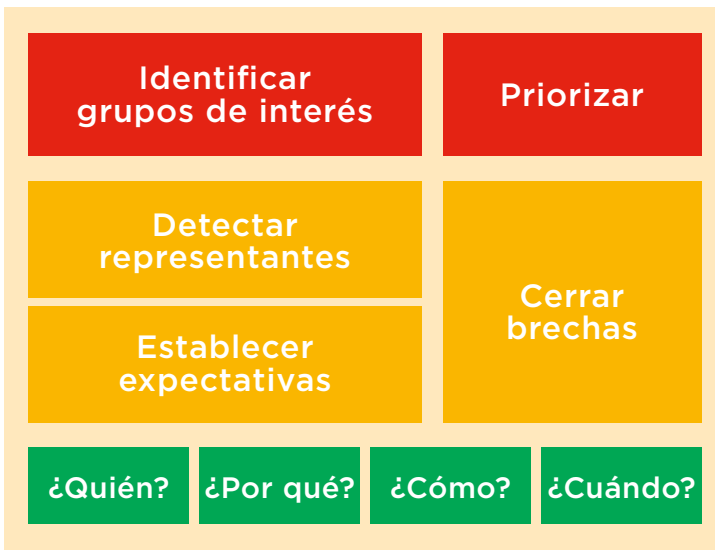
Este modelo nos entrega una base para construir un estándar para las relaciones con todos nuestros públicos, y en cualquiera de nuestras operaciones, enriqueciendo así el modelo de negocio.

Modelo Estratégico de Relacionamiento

INPUTS

- Visión de la Compañía
- Pilares estratégicos
- Modelo de negocio
- Cadena de valor

ANÁLISIS



PLAN

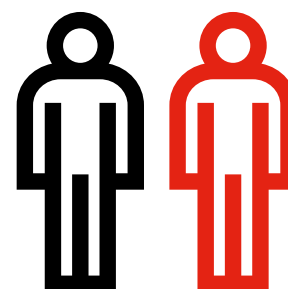


Esta es la forma a través de la cual hemos establecido relaciones con los distintos grupos de interés con los que nos hemos contactado en 2017. De esta manera, estructuramos un plan de trabajo corporativo de mediano y largo plazo, con objetivos comparables y

medibles en el tiempo. Esto nos ha permitido llegar a realizar diversas actividades a nivel nacional, para y con nuestros grupos de interés, con especial énfasis en nuestros vecinos, alcanzando más de 10.000 contactos directos.

Porque sabemos que es clave mantener una comunicación fluida, formal y sistemática con cada comunidad es que tenemos canales de comunicación e infraestructura definida para ello.

Grupo de interés	Canal de comunicación
Trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> Revistas internas Encuesta de compromiso Evaluación de desempeño Sindicato y grupos negociadores Canal de denuncias
Consumidores	<ul style="list-style-type: none"> Contact Center Redes sociales Página web Reporte de Sostenibilidad
Accionistas	<ul style="list-style-type: none"> Memoria financiera Junta Ordinaria de Accionistas Página web corporativa Página web CMF (ex SVS)
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones de asistencia técnica en el marco de los programas de proveedores agrícolas y mejora de suelos Capacitaciones a transportistas Portal proveedores página web Memoria financiera Canal de denuncias
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> Programa Global de Negocio Club Carozzi Portal clientes página web Página web Club Carozzi Canal de denuncias
Comunidades	<ul style="list-style-type: none"> Mail Hablemos Canal de denuncias Mesas de trabajo en el marco del programa de relacionamiento con vecinos Visitas a plantas (skyview)
Autoridades	<ul style="list-style-type: none"> Memoria Anual Página web corporativa Página web CMF (ex SVS)
Asociaciones gremiales	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones en asociaciones y gremios de las que somos miembros Memoria Anual
Academia	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones presenciales Seminarios Dípticos de información nutricional Jornadas de alimentación y movimiento (AM)



3. POLÍTICA DE SOSTENIBILIDAD



Con el propósito de convertirnos en la empresa de consumo masivo más respetada y valorada de Latinoamérica, debemos mantener y fortalecer en el tiempo el respeto que nos hemos ganado en nuestros grupos de interés.

Tenemos que ser capaces de generar valor compartido que garantice el buen desempeño y viabilidad de la Compañía en el largo plazo, potenciando nuestro modelo de negocios y considerando los efectos económicos, sociales y medioambientales que genera nuestra cadena de valor en nuestros grupos de interés.

El soporte que nos otorga nuestra cultura interna, basada en el respeto a las personas, conducta honesta y compromiso con la Compañía, nos permite administrar los recursos con sobriedad, eficiencia y pasión por el trabajo bien hecho, lo que es fundamental para implementar nuestra Estrategia de Sostenibilidad.

4. ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD



Nuestra Estrategia de Sostenibilidad es la implementación concreta de nuestra política. A través de esta nos hacemos cargo de nuestra gestión ambiental, social y económica.

METODOLOGÍA DE CONSTRUCCIÓN DE ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD



ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

La estrategia está conformada por cinco pilares de gestión, los que fueron definidos a partir del diagnóstico realizado, las buenas prácticas de la industria y las expectativas que hemos podido identificar en nuestros grupos de interés.



Nuestros cinco pilares

Solidez, liderazgo
y confianza



Por medio de nuestro Gobierno Corporativo guiamos la gestión ética de la Compañía y los riesgos del negocio. Los lineamientos de trabajo son cinco.

Cultura
Carozzi



Fomentamos la calidad de vida laboral y la excelencia operacional. Trabajamos con tres lineamientos.

Cadena de valor
sostenible



El valor que genera nuestro negocio comienza en nuestro proceso de abastecimiento de insumos productivos y culmina con la llegada de productos terminados a nuestros consumidores, por lo que nos preocupamos de cada etapa de nuestra cadena de valor para generar un impacto positivo en los grupos de interés con los que nos relacionamos. Este pilar lo gestionamos a través de seis lineamientos.

Estilo de vida
saludable



A través de este pilar buscamos aportar a una sociedad más saludable. Esto lo realizamos a través de tres lineamientos de trabajo.

Cuidado
del entorno



Entendemos que nuestras operaciones tienen impacto en el medioambiente y en las comunidades que nos rodean, por lo que tomamos medidas para mitigar y hacernos cargo de ellos. Esto lo gestionamos a través de tres lineamientos de trabajo.



Promoción de estilos de vida saludables



Promoción de hábitos alimenticios saludables



Compromiso con la calidad nutricional

ESTILO DE VIDA SALUDABLE

Aportando a una sociedad más saludable

SOLIDEZ, LIDERAZGO Y CONFIANZA

Rindiendo cuentas de nuestros impactos



Gestión ética



Gestión de riesgos



Relacionamiento gremial



Buenas prácticas de Gobierno Corporativo



Reputación

PILARES DE SOSTENIBILIDAD

GOBERNANZA DE SOSTENIBILIDAD

CADENA DE VALOR SOSTENIBLE

Contribuyendo al desarrollo de nuestros socios estratégicos



Gestión responsable de la cadena de abastecimiento



Promoción de la agricultura sostenible



Desarrollo de proveedores de servicios críticos



Desarrollo de clientes



Gestión de satisfacción y reclamos de clientes y consumidores



Resguardo del equilibrio precio-calidad



Protección de la salud y seguridad de colaboradores



Desarrollo de colaboradores



Clima y bienestar laboral

CULTURA CAROZZI

Apostando por la calidad de vida y el compromiso de la gente

Asumiendo una conducta proactiva en favor de las futuras generaciones

CUIDADO DEL ENTORNO



Gestión de impactos ambientales del proceso productivo



Gestión de impactos ambientales del producto



Relacionamiento comunitario

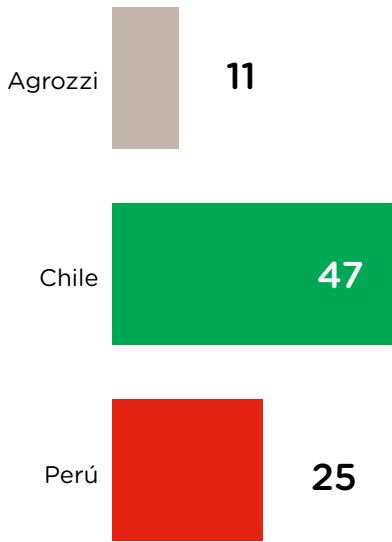
5. GESTIONANDO LA SOSTENIBILIDAD



Nuestra Estrategia de Sostenibilidad define un rumbo a seguir, nuestra política, un marco de acción y nuestros pilares y lineamientos, los que constituyen una carta de navegación, para que cada líder del

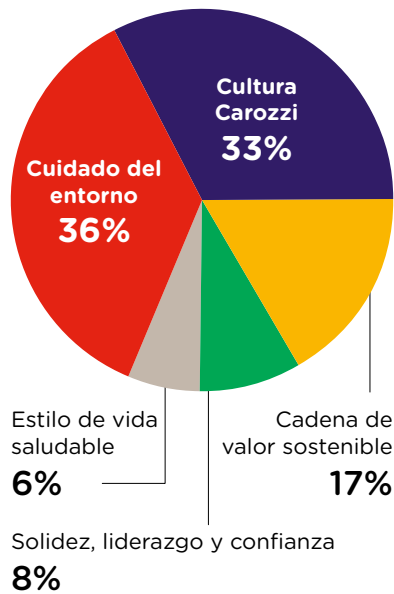
proceso de nuestra Compañía pueda presentar al comité sus iniciativas y/o planes que estarán relacionados con aspectos sociales, ambientales y económicos, tan necesarios para la sostenibilidad en Carozzi.

NÚMERO DE PLANES DE ACCIÓN POR DIVISIÓN



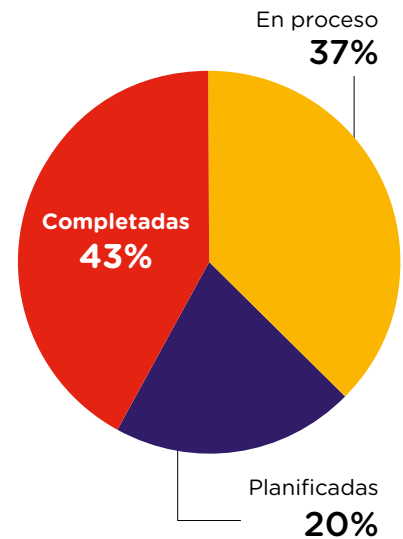
Durante 2017 se implementaron 83 planes de acción en las divisiones Chile, Perú y Agrozzi.

RECuento DE PILARES



El cuidado del entorno y la cultura Carozzi fueron los pilares en los que estuvo el foco de los planes de acción en 2017, considerando que en ellos tenemos los mayores impactos.

ESTADOS DE LOS PLANES DE ACCIÓN



En cuanto al nivel de avance de los planes de acción, en gran parte de los casos comenzamos a implementarlos, con la intención de concluirlos en 2018. Del total de iniciativas, 35 fueron cumplidas en un 100%.

6. HITOS PLAN DE ACCIÓN DE SOSTENIBILIDAD 2017

Contactamos
200.000
personas

a través de actividades para
promover estilos de vida saludable.



Implementamos
nuestro **modelo de
relacionamiento
comunitario.**

Llegando a **10.000**
contactos directos



**Instalamos
medidores
de consumo de
agua de pozo**
en nuestras plantas
de Nos y Teno.

181

supervisores
y encargados del sector
operativo formaron
parte del programa
"Liderando Personas".

Finalizamos la
conversión de
la matriz de
petróleo a

**gas
natural**

de la planta de Teno.



Desarrollamos un plan de medición y
**revisión anual de gases
contaminantes** generados
por fuentes fijas y procesos.



Construimos la línea base de
envases y embalajes de todos los
materiales de la Compañía, hasta el nivel
terciario, en términos de peso y medidas.



717.600 m³
de agua
fueron reutilizados
en el año.

SIMBOLOGÍA



Estilo de
vida
saludable



Cultura
Carozzi



Cuidado
del entorno



Transversal
a todos los
pilares

Pilar

Solidez, Liderazgo
y **Confianza**



Nuestra gestión sostenible no sería posible si no estuviera basada en una robusta estructura de Gobierno Corporativo. Nuestro sistema de gobernanza nos entrega directrices y lineamientos respecto de nuestro actuar y el comportamiento que debemos tener cada uno de los colaboradores de Carozzi. A través de diferentes herramientas, nos aseguramos de que nuestra gestión sea sostenible en el tiempo y esté comprometida con la visión y los valores de nuestra organización.

Este pilar de sostenibilidad lo gestionamos a través de **cinco lineamientos:**



Gestión ética



Buenas prácticas de Gobierno Corporativo



Reputación



Gestión de riesgos



Relacionamiento gremial

VISIÓN:

Ser la compañía de consumo masivo más respetada y valorada de Latinoamérica.

VALORES:

- Valoramos a las personas y las respetamos integralmente.
- Privilegiamos siempre la conducta honesta y nos comprometemos profundamente con la Compañía.
- Administramos los recursos con sobriedad y eficiencia.
- Sentimos pasión por el trabajo bien hecho.

1. GESTIÓN ÉTICA



En Carozzi nos hemos propuesto que el Código de Ética forme parte de nuestra cultura.

Código de Ética y conducta



1.1 Difusión del Código de Ética

En 2017 hemos seguido trabajando en varias actividades de difusión permanente de nuestro Código de Ética y sus canales de denuncia. Las principales iniciativas que desarrollamos con este objetivo fueron:

- Charlas presenciales por área
- Charlas masivas por Skype empresarial
- Artículos en revistas internas (online e impresas)
- Exhibición de pendones y afiches en diversas áreas
- Encuesta online sobre conflictos de interés
- Creación de sitio especial en intranet para temas de ética y cumplimiento

Charlas y asistencia

	2016	2017	Total
Número de charlas	11	20	31
Participantes	284	405	689

Estas charlas continuarán durante 2018. La meta es llegar a todas las áreas administrativas, profesionales y plantas productivas hasta nivel de supervisores, lo que equivale a 1.500 colaboradores.

Revista interna

Otro canal de difusión relevante que utilizamos es nuestra revista de circulación interna "Cara a Cara". Se realizaron artículos enfocados en comunicar diferentes temáticas sobre la conducta ética que debe tener un colaborador de Carozzi.

Esta revista tiene el alcance de llegar a todos los colaboradores en Chile.

Ejemplares impresos: más de 9.000.



Encuesta conflictos de interés

En 2017 aplicamos la primera encuesta sobre potenciales conflictos de interés a nuestros colaboradores. A partir de la información obtenida se generó un registro con los principales resultados, categorizando los conflictos en invitaciones, regalos, relaciones familiares con proveedores y competencia, entre otros. Esto nos permitió tomar medidas orientadas a mejorar el cumplimiento de los procedimientos.

Se encuestó **al 100% de las jefaturas.**



1.2 Consultas, denuncias o inquietudes

En Carozzi hemos dispuesto un correo interno, **comitedeetica@carozzi.cl**, para que cualquier colaborador pueda efectuar consultas o informe sobre potenciales conflictos de interés, según lo dispone nuestro Código de Ética.

Los colaboradores también tienen otras instancias, como, por ejemplo, contactando, de manera presencial o telefónica, a cualquiera de los integrantes del Comité de Ética de la empresa.

Durante 2017 se reforzó la difusión de los diversos canales de denuncia que tenemos en Carozzi, a través de afiches y pendones que se colocaron en las distintas plantas y sucursales.



Además, en el caso de que cualquier persona, interna o externa, quiera efectuar una denuncia por un canal distinto, disponemos, desde hace varios años, de un canal de denuncias en nuestra página web. Este da la posibilidad de denunciar de manera anónima y es administrado por una empresa externa para garantizar la confidencialidad e integridad en el tratamiento de la información.

Para estas denuncias se ha establecido un protocolo para su investigación y resolución, las que en ningún caso implican represalias de ningún tipo para el denunciante. En nuestra filial en Perú también se dispone de un canal de denuncias con las mismas características y un Comité de Ética a nivel local y corporativo.

En el caso de nuestra filial en Argentina, se difundirá un correo interno para recibir consultas y/o denuncias que también serán atendidas por el Comité de Ética conformado a nivel local y corporativo.

Cuáles son algunos de los capítulos del Código de Ética y los temas que se pueden denunciar:

- ➔ **Respeto por las personas, ejemplo:** discriminación y acoso laboral.
- ➔ **Respeto por los espacios comunes, ejemplo:** faltas al orden o higiene en los lugares de trabajo.
- ➔ **Respeto por la seguridad de las personas, ejemplo:** consumo de drogas y/o alcohol, porte de cualquier tipo de arma.
- ➔ **Extracción de bienes de la Compañía, ejemplo:** robo de productos, bienes, dinero u otros.
- ➔ **Conflictos de interés, ejemplo:** conflictos de interés entre proveedores, clientes y personal Carozzi.
- ➔ **Confidencialidad de la información y propiedad intelectual, ejemplo:** entrega de información confidencial a terceros, competencia, proveedores, clientes.
- ➔ **Responsabilidad penal, ejemplo:** corrupción a funcionarios públicos.
- ➔ **Cumplimiento de estándares de calidad, ejemplo:** alteraciones a procesos productivos, informes de calidad u otros.

2. BUENAS PRÁCTICAS DE GOBIERNO CORPORATIVO



La conducción estratégica de nuestra empresa está en manos de su Directorio, compuesto por siete directores titulares y siete suplentes. Estos son elegidos cada tres años por Junta de Accionistas, de acuerdo a sus capacidades técnicas, experiencia y cualidades de liderazgo. El Directorio evalúa y aprueba el plan estratégico, los presupuestos y las políticas relevantes, por ejemplo: inversiones, coberturas, ética, gestión de riesgos, prevención de delitos, libre competencia, operaciones con partes relacionadas y sostenibilidad,

así como cualquier información que resulte relevante para el desarrollo de los negocios de Carozzi.

A continuación se destacan algunos de los aspectos de las políticas aprobadas.

2.1 Política anticorrupción

Contamos con un completo Modelo de Prevención de Delitos que se ha aplicado durante los últimos años y que ha logrado un alto nivel de difusión interna.

Por otra parte, durante 2017, debido a la entrada en vigencia en enero de 2018 de la Ley Anticorrupción en Perú, también se diseñó el modelo correspondiente para nuestra filial en ese país. Estas normativas son muy similares, salvo porque la ley peruana no incluyó el delito de receptación de especies, incorporado en Chile en el año 2016.

Adicionalmente, en las reuniones de inducción de los nuevos profesionales y administrativos se incluye la presentación del Código de Ética y Conducta, Modelo de Prevención de Delitos, entre otros.

Diagrama que resume el modelo de prevención de delitos:



2.2 Libre competencia

Debido a la importancia que en Carozzi le hemos asignado desde siempre a la libre competencia y a prevenir prácticas de competencia desleal, en 2017 continuamos con el programa de cumplimiento orientado especialmente a prevenir las áreas más expuestas a los riesgos.

Programa de libre competencia

Manual de libre competencia



Plan de capacitaciones



Monitoreo y auditorías en base a matriz de riesgo



Canal de denuncias



Asesoría de abogados especialistas

Los objetivos de las capacitaciones son:

- Mantenernos actualizados en aspectos regulatorios
- Analizar casos ocurridos en el país
- Revisar prácticas comerciales internas
- Establecer adecuados canales de comunicación con terceros
- Insistir en el deber de denunciar si eventualmente no se cumple la ley

Por su parte, nuestra División Perú, en 2017 partió con un completo programa de cumplimiento para la libre competencia y los derechos del consumidor, que contó con el apoyo de asesores especialistas locales. Una vez que complete el programa, en 2018 se iniciarán las capacitaciones a las áreas que corresponda.

5

CHARLAS
realizadas en libre
competencia

162

PERSONAS responsables de procesos de clientes capacitados en libre competencia

3. REPUTACIÓN



Ranking reputación corporativa

En 2017, el estudio RepTrak nos clasificó dentro de las 10 empresas con mejor reputación en Chile, entendiendo que la más destacada es aquella que combina productos y servicios de calidad a un justo precio (oferta); que tiene actitudes éticas y transparentes en sus relaciones con los diferentes grupos de interés (integridad) y que, además, es un buen ciudadano corporativo, comprometido con el desarrollo de la sociedad (ciudadanía).

Las tres dimensiones mencionadas son las que permiten construir el 50% de la reputación de una empresa.

Cada vez más, la diferenciación y la competitividad dependen de la buena sintonía que esta tenga con sus diferentes grupos de interés, además de su capacidad para construir y proteger su reputación.

Premio talento femenino

A mediados de 2017 fuimos distinguidos con el premio "Impulsa Talento Femenino", iniciativa que surge de una alianza entre PwC Chile, Fundación ChileMujeres y el diario Pulso, que destaca a empresas de distintos rubros que fomentan el trabajo femenino.

La incorporación de las mujeres al trabajo y a cargos de jefaturas va de la mano con el desarrollo de talentos tanto de hombres como mujeres.

Hoy tenemos un 45% de dotación femenina en un total de 7 mil colaboradores en Chile.

4. GESTIÓN DE RIESGOS



En Carozzi hemos implementado una metodología para la gestión continua de nuestros riesgos estratégicos, la que nos permite identificarlos, evaluarlos y mitigarlos. Para cada riesgo, la Compañía identifica sus posibles causas y evalúa tanto cuantitativa como cualitativamente sus consecuencias y prepara medidas de mitigación.

Algunos de los principales riesgos identificados son:

- **Contaminación de productos**
- **Nuevas leyes y normativas de la industria de alimentos**
- **Escasez o pérdida de personal en cargos críticos**
- **Vulnerabilidad de los sistemas de información**
- **Paralización de operaciones**
- **Desastres naturales y catástrofes**
- **Fraude**
- **Daños al medioambiente**

Esta gestión la monitoreamos a través de un comité en el que participan directores de la empresa.

En 2017 se avanzó en la aprobación por parte del Directorio de la Política de Gestión de Riesgos, que incluye la metodología, el gobierno y los roles.

Cada año se revisan los riesgos, se priorizan y se establece el plan de trabajo anual. Además, hemos capacitado a los integrantes del Comité de Auditoría y Riesgos y a los ejecutivos en la metodología COSO ERM.

Metodología para la gestión de riesgos:



Diagrama de gobierno para la gestión de riesgos:



5. RELACIONAMIENTO GREMIAL



Creemos que la colaboración entre las distintas asociaciones empresariales enriquece las prácticas sostenibles que tiene Carozzi. Es importante desarrollar iniciativas en conjunto con otras empresas del rubro, ya que esto nos ayuda a poner estándares cada vez más altos en la industria alimenticia, fortaleciendo la sana competencia y la calidad de los productos en el mercado.

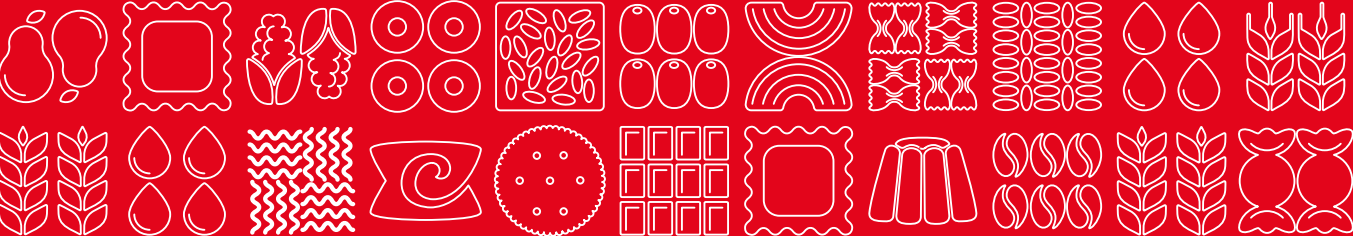
Asociación⁽³⁾ **Simbología** ✓ Participa ✗ No Participa ○ Miembro

	Participación ejecutiva	Financiamiento	División Chile	Agrozzi	División Perú
Asociación Nacional de Alimentos y Bebidas [AB-Chile]	✓	✓	○	○	✗
Sociedad de Fomento Fabril [SOFOFA]	✓	✓	○	○	✗
Asociación Gremial de Industrias Proveedoras [AGIP]	✓	✓	○	○	✗
Fundación Acción Empresarial [ACCIÓN RSE]	✗	✓	○	○	✗
Pontificia Universidad Católica [Centro InnovaUC]	✗	✓	○	○	✗
Instituto Chileno de Administración Racional de Empresas [ICARE]	✗	✓	○	○	✗
Cámara Regional del Comercio y la Producción Valpo [CRCP]	✗	✓	○	○	✗
Asociación Nacional de Avisadores de Chile [ANDA]	✓	✓	○	✗	✗
Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria [CONAR]	✓	✓	○	○	✗
Asociación de Industriales del Centro [Asicent]	✗	✓	✗	○	✗
Sociedad Nacional de Industrias [SNI]	✗	✓	✗	✗	○
Cámara de Comercio de Lima	✗	✓	✗	✗	○
Asociación de Anunciantes [ANDA]	✗	✓	✗	✗	○
Cámara de Comercio Americana del Perú [AMCHAM Perú]	✗	✓	✗	✗	○
Asociación Soluciones Empresariales contra la Pobreza	✗	✓	✗	✗	○
Asociación Peruana de Empresas de Consumo Masivo	✗	✓	✗	✗	○
GS1 Perú	✗	✓	✗	✗	○
APPROLOG [Asociación Peruana de Profesionales en Logística]	✗	✓	✗	✗	○
APERHU [Asociación Peruana de Recursos Humanos]	✗	✓	✗	✗	○

(3) Organización no gubernamental, sin fines de lucro, que no depende del gobierno y realiza actividades de interés social.

Pilar

Cultura **Carozzi**



SOMOS

10.969

colaboradores

1. NUESTRO EQUIPO



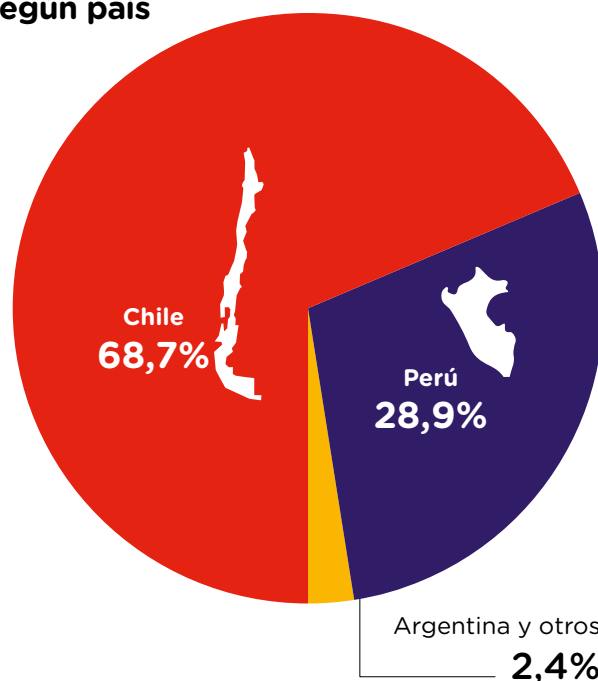
Para nosotros es una preocupación permanente proveer espacios de trabajo que generen una cultura de eficiencia y que tengan un alto estándar de calidad de vida laboral.

Sabemos que nuestro éxito se debe a nuestros colaboradores, por lo que también tenemos políticas de bienestar y seguridad que buscan asegurar un buen clima de trabajo. Por este motivo, Cultura Carozzi fue uno de los pilares priorizados en 2017 en nuestra estrategia de sostenibilidad.

(4) Para mayor detalle, revisar Memoria Carozzi 2017, capítulo 5.

Algunas estadísticas de nuestra dotación ⁽⁴⁾

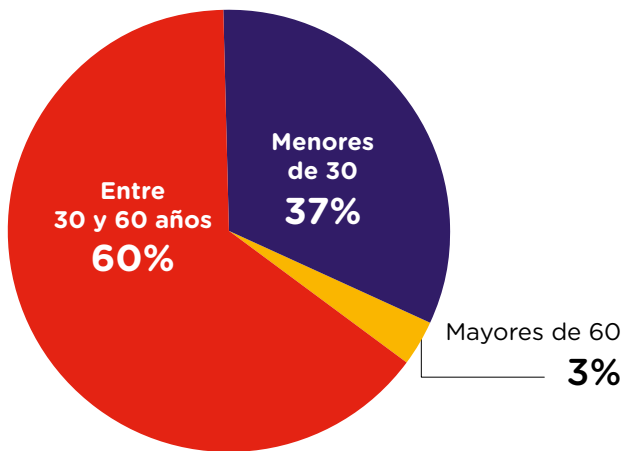
Según país



(Nota) En el resto de los indicadores que se presentan en este capítulo, solo se incluyen gestión de Chile y Perú.

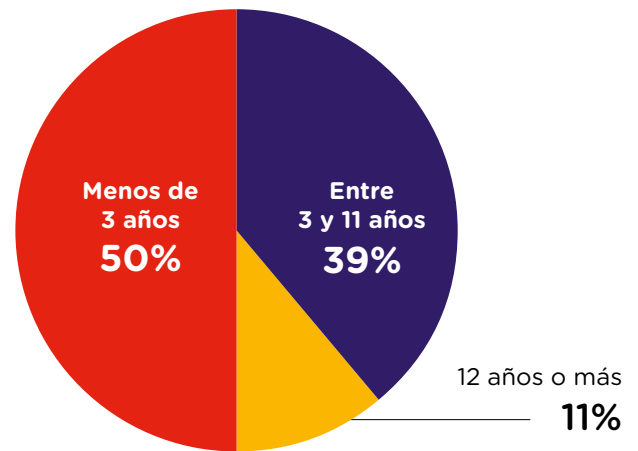
Según tramo de edad

(En porcentaje)

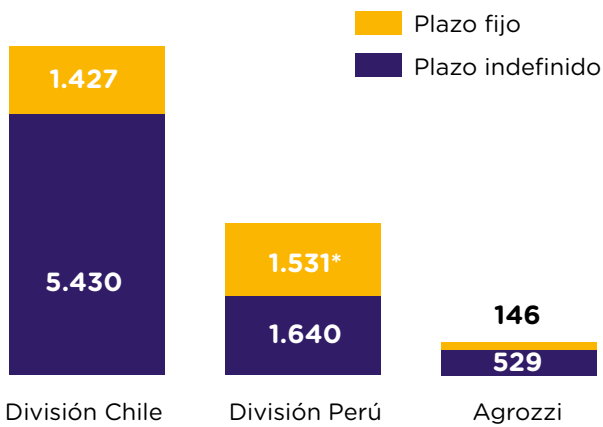


Según antigüedad en la Compañía

(En porcentaje)



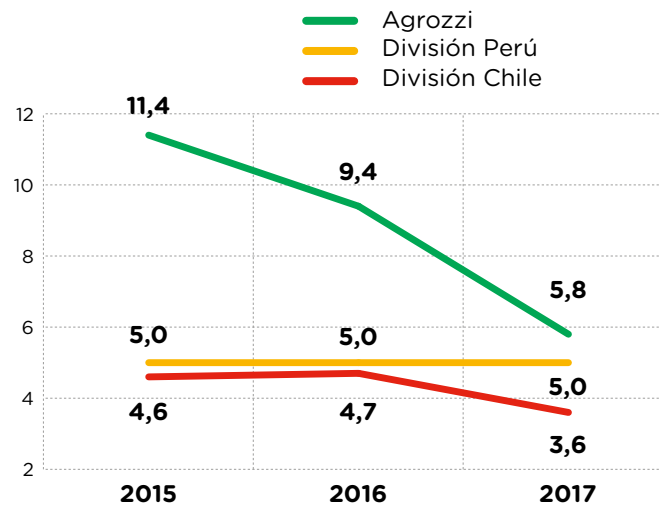
Según tipo de contrato



* Incluye practicantes.

Tasa de egreso por división

(En índice)



2. NUESTRO DESEMPEÑO EN LINEAMIENTOS DE TRABAJO DE CULTURA CAROZZI



El pilar estratégico de nuestra Estrategia de Sostenibilidad Cultura Carozzi está compuesto por tres lineamientos de trabajo.



Protección de la salud y seguridad de colaboradores



Clima y bienestar laboral



Desarrollo de colaboradores

A continuación se muestra nuestro trabajo de 2017 en cada uno de los lineamientos de este pilar.

2.1 Protección de la salud y seguridad de colaboradores

En Carozzi gestionamos la seguridad y salud de nuestros colaboradores a través de una misión y visión de Seguridad en el trabajo. Estos lineamientos los concretamos a través de una política de seguridad y salud en el trabajo.



Hemos gestionado esta política durante los últimos dos años, a través de un plan de trabajo con objetivos planteados e implementados a través del “Programa Corporativo de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo 2016-2017”.

Para 2017 el programa contempló:

- Minimizar la ocurrencia de accidentes del trabajo y enfermedades ocupacionales a través de la gestión de los riesgos.
- Garantizar el cumplimiento de los requisitos legales y procedimientos establecidos por el área de prevención.
- Reforzar la cultura del reporte de accidentes y de acciones preventivas establecidas en el programa.
- Avanzar en la matriz de identificación de riesgos higiénicos.
- Desarrollar actividades de capacitación para proporcionar a los supervisores y trabajadores los conocimientos necesarios para desempeñar su trabajo de manera segura.

• Hitos de la gestión de seguridad y salud ocupacional:

• Plan protección de riesgo en maquinaria

Por medio de este plan queremos proteger a todos los trabajadores de los peligros que involucran las operaciones de máquinas y que impliquen un daño a su seguridad. Fue necesario emitir una política de control de riesgos en máquinas e iniciar el desarrollo de varios procedimientos (9), que permitirán a mediano plazo evitar accidentes catalogados como graves. Esta actividad es exigible para todas las plantas de la empresa, incluida Molitalia.

• Plan de trabajo para dar cumplimiento a Ley 20.001, que regula peso máximo de carga humana

El año 2016 se publicó la Ley 20.001 que regula el peso máximo de carga humana, y bajó de 50 a 25 kilos el peso permitido. Esto implicó realizar un catastro de todos los productos, materias primas, envases, bobinas, sacos, entre otros, que pesaran sobre 25 kilos y que se manipulara de manera manual. En Carozzi alcanzamos un 100% de cumplimiento, tanto internamente como con equipos contratistas y proveedores.

• Rebaja en la cotización adicional

En Chile, de acuerdo a la Ley 16.744, DS 67, cada dos años y tomando tres periodos hacia atrás, se realiza un

análisis de resultados de lo que se conoce como Tasa de Siniestralidad (N° de días perdidos*100/promedio de trabajadores). En 2017, en Carozzi, a partir de la gestión de los últimos años, logramos reducir este pago de 0,68% a 0,34% de las remuneraciones imponibles de todos nuestros colaboradores.

• Semana de la Seguridad

Durante la última semana de abril se realizó la Semana de la Seguridad, coincidente con el Día Internacional de la Salud y la Seguridad en el Trabajo, que se celebra a nivel mundial el 28 de abril de cada año. Llevamos a cabo una serie de actividades para promocionar la cultura de seguridad que esperamos en nuestros colaboradores.

Número de contactos en Semana de la Seguridad

2.624

COLABORADORES

Estadísticas 2017 de seguridad y salud en el trabajo

Tasa accidentes

Divisiones	2016		2017		Variación tasa
	Tasa	N°	Tasa	N°	
División Chile	3,6	223	3,4	225	-5,6%
División Perú	4,9	132	3,8	107	-18,9%
Agrozzi	3,5	29	2,5	24	-28,6%

Número de días perdidos

Divisiones	2016	2017	Variación tasa
División Chile	3.339	4.413	32%
División Perú	1.566	1.717	9,6%
Agrozzi	453	573	27%

Comités paritarios

	Número de comités	% de trabajadores cubiertos
Chile	16	100
Perú	1	100



Brigadistas Carozzi preparándose para el inicio de la competencia Inter-Brigadas Carozzi “Gonzalo Bofill de Caso”.

2.2. Clima y bienestar laboral

Nuestro foco de trabajo en 2017 estuvo orientado a dos elementos: beneficios para la familia Carozzi, Incentivo a la actividad física⁽⁵⁾.

Beneficios para la familia Carozzi

Nos preocupamos por la calidad de vida de nuestros colaboradores dentro de nuestras instalaciones como de sus hábitos saludables en general.

En 2017 tuvimos como focos de trabajo:

- Integración trabajo y familia
- Salud preventiva y autocuidado
- Plan comunicacional de calidad de vida / acción social
- Servicio de alimentación de colaboradores

• Integración trabajo-familia

Con el objetivo de facilitar la conciliación entre la vida personal y el trabajo, en Carozzi desarrollamos las siguientes actividades en beneficio de nuestros colaboradores y sus familias:

• Salud preventiva y autocuidado

Incentivamos la salud preventiva y el autocuidado a través de dos herramientas:

i. FERIA CALIDAD DE VIDA 2017

PLANTAS DE NOS, REÑACA Y TENO

Esta feria tuvo como objetivo potenciar la salud preventiva y vida sana de todos nuestros colaboradores. Se realizaron actividades de atención en las plantas, con el apoyo de prestadores médicos de servicio con quienes actualmente tenemos convenio.

Cabe destacar que los operativos realizados permitieron efectuar diagnósticos de forma oportuna y activar protocolos de atención inmediata para personas que presentaban alguna patología.

ii. SEGUROS Y PRESTACIONES MÉDICAS

A nuestros colaboradores les entregamos el beneficio de contar con un seguro complementario y catastrófico que dispone de distintas alternativas de planes de cobertura según el grupo familiar.

ACTIVIDAD	BENEFICIARIO
Programa Vacaciones de Invierno para hijos de colaboradores.	Planta Nos: 205 niños participaron, hijos de 176 colaboradores.
Programa “Yo elijo mis vacaciones” (alianza de convenios recreacionales con cines, Fantasilandia, Estación Mapocho, Happyland, El Colorado, entre otros)	2.165 entradas vendidas a 503 colaboradores.
Celebración de Navidad. “Esta Navidad es de todos” , unificación en plantas y sucursales.	3.200 colaboradores y sus familias.
Programa de capacitación ⁽⁶⁾ de Escuela para padres .	208 colaboradores y sus familias realizaron esta capacitación bajo modalidad a distancia, para desarrollar en familia técnicas de habilidades parentales.

(5) Incentivo a la actividad física se desarrolla en pilar Estilo de Vida Saludable.

(6) Organismos capacitadores: TCAP OTEC, Pontificia Universidad Católica de Chile / Volara UC.

• **Plan comunicacional de calidad de vida**

Durante 2017 nos planteamos el objetivo de dar a conocer el Programa Beneficios para la Familia Carozzi.

Para esto, desarrollamos tres tipos de actividades de difusión:

- Charlas de beneficios, programas y campañas generales de la Compañía en plantas productivas.
- Charlas de beneficios Caja 18.
- Charlas programa Inmune.

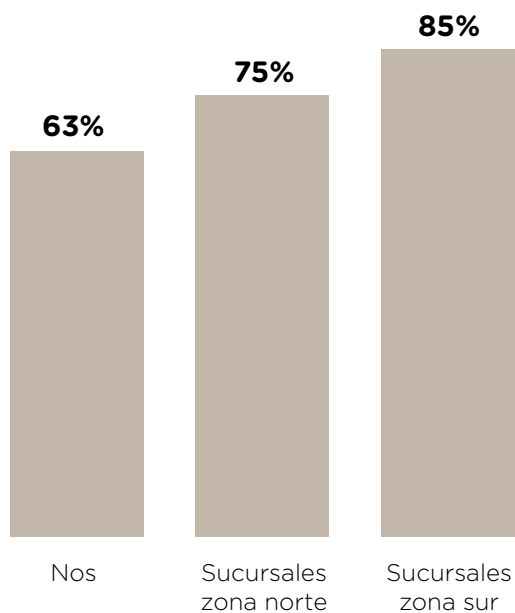
• **Servicio de alimentación de colaboradores**

Uno de los pilares relevantes en la calidad de vida son los hábitos de alimentación. Por este motivo, trabajamos en conjunto con Aramark, nuestro proveedor del servicio de alimentación en casinos, por mejorar la entrega de servicios.

2.3. Desarrollo de colaboradores

El foco de trabajo en 2017 fue la formación de líderes, para lo cual desarrollamos dos programas de trabajo, los que fueron apoyados con resultados de dos evaluaciones, una de desempeño y otra de compromiso.

COBERTURA PLAN DE DIFUSIÓN A COLABORADORES



Actividades de Feria de Calidad de Vida

1.671

TOMAS de exámenes

1.400

TRABAJADORES beneficiados (al menos con una toma de examen preventivo).





Programa Nuevos Líderes

El objetivo del programa fue formar, acompañar y alinear a nuestras jefaturas desde sus primeros momentos, en base al “Perfil del Líder Carozzi”, para que así puedan gestionar y dirigir adecuadamente a sus equipos de trabajo.

El programa está dirigido a personas contratadas para ocupar cargos de jefatura y que se integran por primera vez a Carozzi, así como a colaboradores que asciendan de forma interna. También se capacita a aquellos cargos que si bien no pertenecen a la categoría de “jefaturas”, deben liderar a personas formalmente.

Programa Liderando Personas

Este es un programa que nace en el marco de los

45

PARTICIPANTES

40

PERSONAS han terminado en un 100% el programa

resultados de la encuesta de compromiso 2016 y que busca acompañar a nuestros líderes en el gran desafío que significa tener gente a cargo.

Áreas participantes:

- Producción
- Calidad
- Mantención
- Bodega
- Centro de Distribución de Nos, Reñaca, Victoria y Lontué; área de Calidad de Teno.

2.5 Plan de relacionamiento con trabajadores

A través de nuestro plan de relacionamiento buscamos establecer relaciones de confianza y cercanía con todos nuestros colaboradores y sus representantes. Tenemos política de “puertas abiertas”, que es efectiva y que permite que cualquier colaborador se puede acercar a plantear sus problemas y buscar soluciones conjuntas.

Adicionalmente, contamos con un plan de reuniones formales periódicas y permanentes con las directivas sindicales, lo que nos ha permitido llevar a cabo negociaciones sin llegar a procesos de huelga desde 2015 a la fecha.

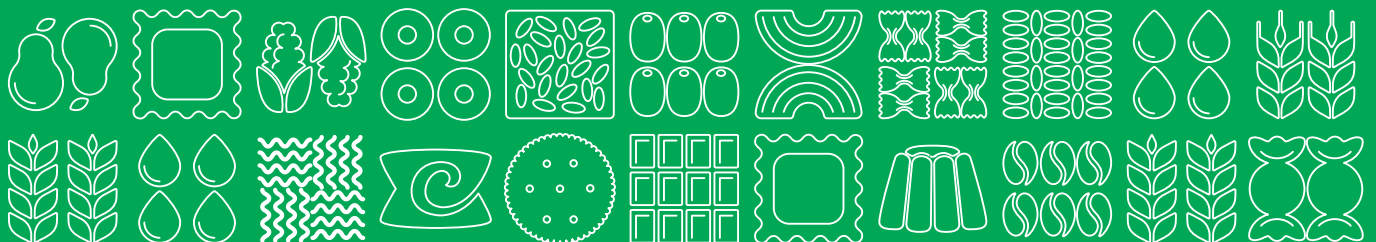
Sindicalización en Carozzi

	Centro industrial Chile						TOTAL
	Nos	Teno	Reñaca	Victoria	Lontué		
Tasa de sindicalización	42,1%	0,0%	56,1%	55,0%	0,0%		39,8%
	Centro industrial Perú						
	Venezuela	Los Olivos	Cajamarquilla	Avenas	Molino Ecuador	Agencias Provincia	
Tasa de sindicalización	31%	38%	0%	9%	7%	1%	31%

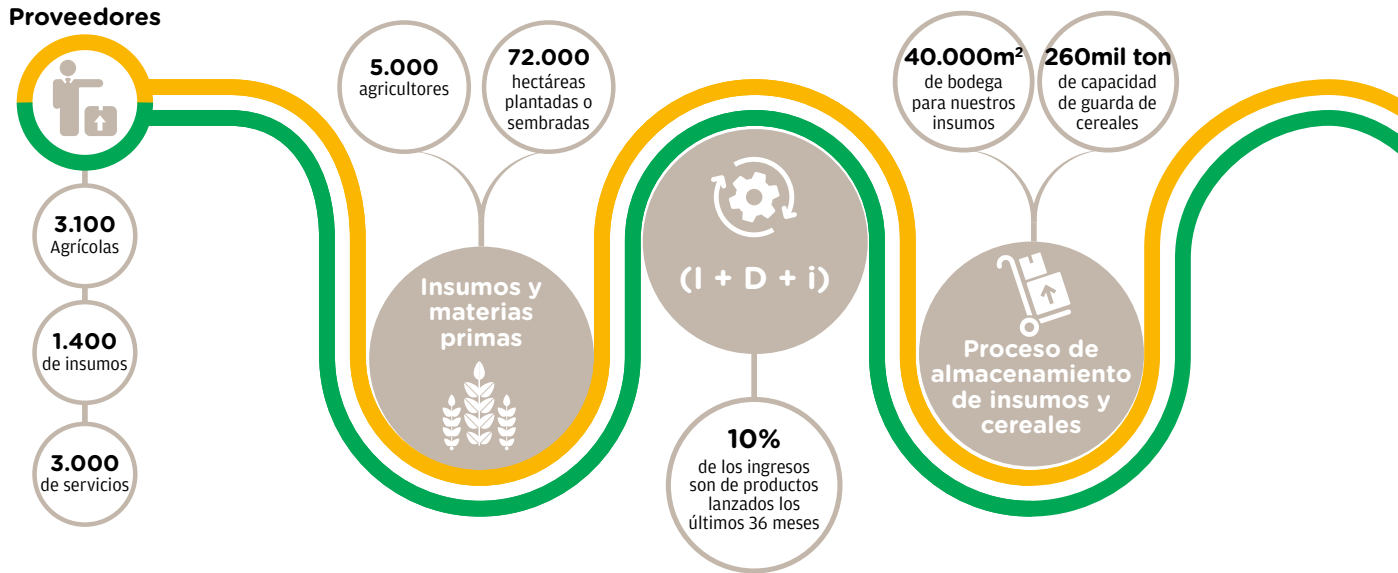
Pilar

Cadena de Valor

Sostenible



Nuestra Cadena de Valor Sostenible

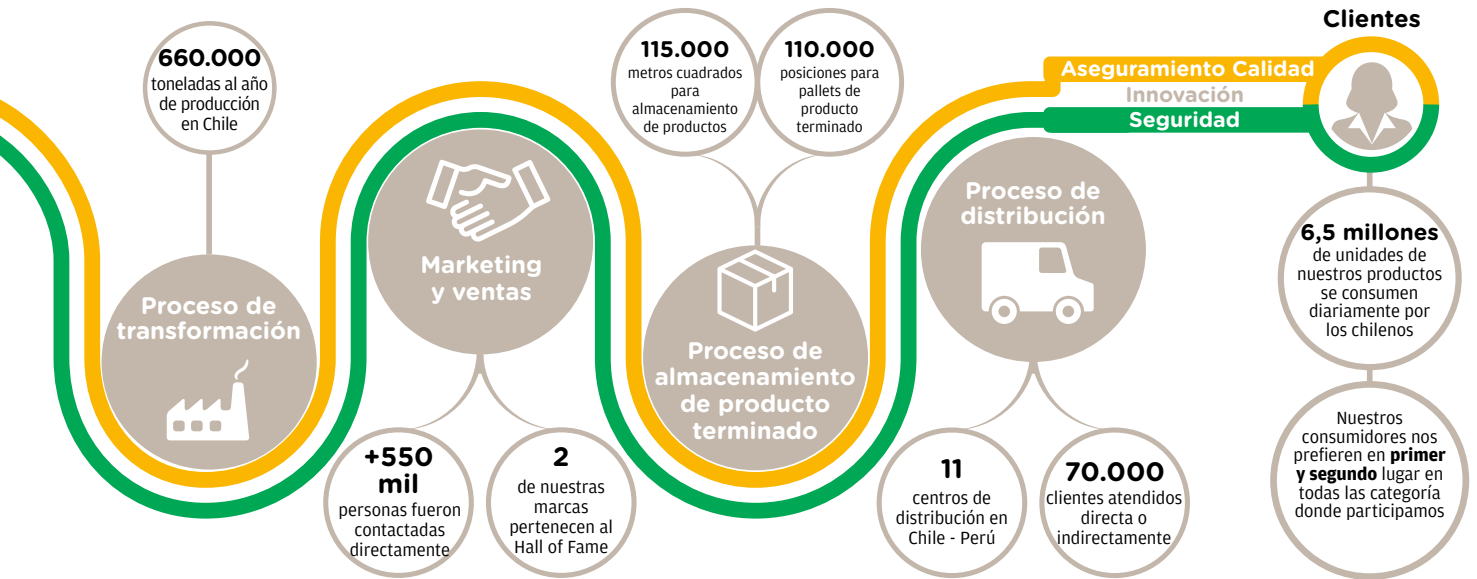


(*) Información División Chile y Agrozzi.

1. PROMOCIÓN DE LA AGRICULTURA SOSTENIBLE



Carozzi es una de las mayores empresas consumidoras de cereales y granos en Chile, abastecidos por agricultores que cultivan más de 70 mil hectáreas con este objetivo. Para algunos cultivos como trigo candeal y arroz paddy, menos masificados y estratégicos para la Compañía, hemos establecido un sistema de Agricultura de Contrato, teniendo una preocupación especial en el trabajo conjunto con los agricultores que nos proveen de materias primas, entablando una relación de largo plazo con ellos y proveyéndoles capacitación, asesoría e insumos de calidad para poder asegurar en el tiempo la compra



de los productos que cultivan.

El trabajo de 2017 estuvo centrado en los proveedores agrícolas de Carozzi y dirigido por la División Chile, por una parte, y por Agrozzi, nuestro negocio agroindustrial, por otro lado.

Sabemos que somos un actor relevante en el rubro en Chile, por lo que asumimos parte de la responsabilidad para que todos nos desarrollemos de forma sostenible en el tiempo. Estamos comprometidos con iniciativas que mejoren la alianza con nuestros agricultores y generen valor compartido a partir del trabajo colaborativo.



CAROZZI POR UNA AGRICULTURA SOSTENIBLE

Hectáreas plantadas o sembradas en 2017

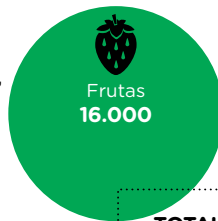


1.1. Difusión Plan de Sostenibilidad principales proveedores agrícolas División Chile

A través de nuestro plan de relacionamiento, generamos diversas actividades de difusión con nuestros proveedores de servicios y de materia prima: trigo y arroz.

Los encuentros realizados en 2017 tuvieron como objetivo explicar la matriz de sostenibilidad y el rol de los proveedores dentro de la cadena de valor de Carozzi.

Adicionalmente, se desarrollaron charlas técnicas para entregar herramientas para una agricultura más sostenible. Finalmente, se realizó una invitación a los participantes a entregar ideas para potenciar el beneficio que la cadena de valor de Carozzi les entrega a ellos como proveedores y el valor que ellos le pueden dar a la empresa.



Tomates



TOTAL

V 258,5

RM 3.679

VI 2.047,5

VII 15.127,1

VIII 7.190,2

IX 12.102,6

Participantes del programa

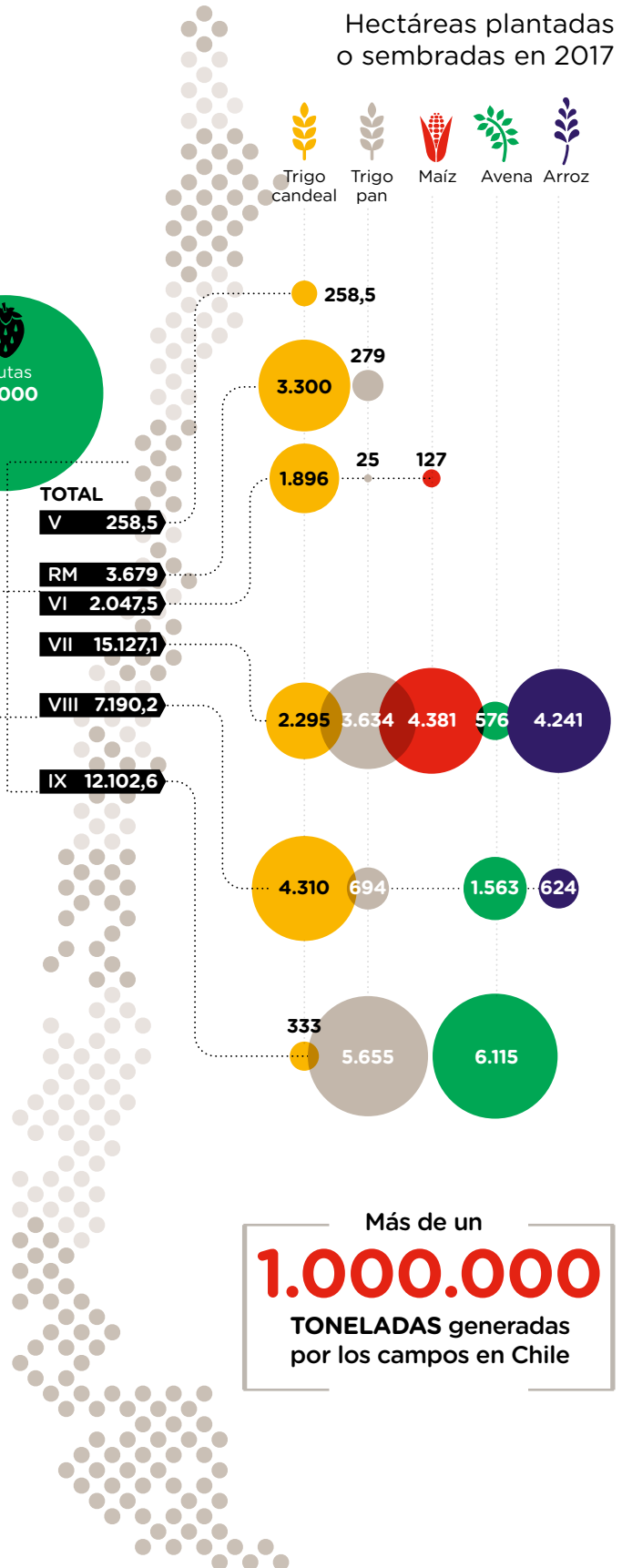
Proveedores		
de servicios	de arroz	de trigo
55	105	60

PROPUESTAS RECIBIDAS

200

Aproximadamente 200 propuestas de trabajo conjunto. La mayoría tuvo enfoque en asesorías técnicas

Más de un
1.000.000
TONELADAS generadas por los campos en Chile



1.2. Firma de acuerdo Carozzi - agricultores de trigo pan

En diciembre de 2017, firmamos un acuerdo con los agricultores de trigo pan de la comuna de Parral, con el objetivo de formalizar la alianza comercial destinada a garantizar el poder comprador de trigo panadero a agricultores beneficiarios de INDAP. Con foco en aquellos de las cercanías de las zonas de influencia de nuestras instalaciones, pusimos a su disposición las plantas de Linares, en la Séptima Región, y Victoria, en la Novena Región.

Entendemos este acuerdo como una primera etapa de una iniciativa de largo plazo.



Invitación a agricultores.



1.3. Iniciativas de investigación

A través de la División Chile hemos decidido, desde hace años, tener mayor participación en el desarrollo de investigación relacionados con la agricultura. En 2017 fuimos parte de dos proyectos con este foco:

Proyecto FONDEF

Une la empresa privada y el Instituto de Investigaciones Agropecuarias, INIA, a través de su Centro Regional INIA Quilamapu, que ejecuta, con el objetivo de desarrollar nuevas variedades de arroz, tolerantes a frío y a herbicidas.

Formamos parte del comité directivo del proyecto, entregando aporte pecuniario y verificando los avances de este.

Proyecto FIA

En calidad de empresa asociada, participamos en el proyecto “Desarrollo de un sistema de riego eficiente y sustentable para el cultivo del arroz en Chile, una estrategia para disminuir la vulnerabilidad de este cultivo

frente al cambio climático global”. Este también fue desarrollado por INIA.

1.4. Programa de producción orgánica de Agrozzi

De acuerdo con una necesidad comercial por suplir a clientes internacionales con productos orgánicos (manzana principalmente), creamos un plan de desarrollo de agricultores locales para trabajar en conjunto en la obtención de este producto en un tiempo definido de tres a cuatro años y que tendrá como destino principal el mercado norteamericano y también, en una proporción menor, a Europa.

Al trabajar con huertos orgánicos se generan ciertos beneficios ambientales por la disminución de uso de químicos al mínimo, favoreciendo también la salud de los trabajadores agrícolas y de los consumidores en el tiempo.

La intervención limpia en nuevos predios más el trabajo colaborativo con agricultores hacen este proyecto sustentable en el tiempo.

Cifras del programa de producción orgánica




2. RESGUARDO DEL EQUILIBRIO PRECIO-CALIDAD



En este lineamiento, el trabajo en 2017 tuvo foco en la calidad de nuestros productos. En Carozzi consideramos que esta comienza desde la materia prima hasta que llega al consumidor. Nuestro compromiso de calidad es a nivel corporativo, el que abarca todos los productos y servicios que entregamos. Nuestra política de calidad está enfocada en cuatro principios fundamentales:

Nuestra Política de Calidad

1	2	3	4
<ul style="list-style-type: none"> Garantizar seguridad y calidad alimentaria de nuestros productos. 	<ul style="list-style-type: none"> Encantar a nuestros consumidores, clientes y sus familias entregándoles marcas, productos y servicios que satisfagan sus expectativas. 	<ul style="list-style-type: none"> Agregar continuamente valor a nuestras marcas, productos y servicios, identificando oportunidades de mejora que optimicen nuestros procesos. 	<ul style="list-style-type: none"> Valorar, respetar y capacitar a las personas logrando el compromiso y pasión de todos por el cumplimiento de nuestra política de calidad.
			

2.1. Semana de la Calidad

A través de nuestro plan de relacionamiento, realizamos la Semana de la Calidad, con el objetivo de instaurar y sensibilizar a nuestros grupos de interés internos y externos respecto de nuestro compromiso con la calidad.

Presentamos nuestra política de calidad a todos los colaboradores de Carozzi, abordando temas específicos con ejecutivos. También, presentamos nuestros lineamientos a proveedores y clientes.

2.2. Certificaciones

En Carozzi contamos con dos tipos de certificaciones en nuestras plantas para asegurar la calidad e inocuidad de nuestros productos.

• HACCP (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control):

es un método operativo estructurado e internacionalmente reconocido que ayuda a las organizaciones de la industria de alimentos y bebidas a identificar sus riesgos de inocuidad alimentaria, evitar peligros de inocuidad alimentaria y abordar el cumplimiento legal.

En 2017, cinco de nuestras 12 plantas fueron recertificadas en HACCP (Galletas, Bebidas y Postres, Cereales, Molinos, Pastas).

Para 2018 quedan tres plantas pendientes de recertificar (Arroz & Premezcla, Pancho Villa y Victoria).

• BRC (British Retail Consortium):

demuestra su nivel de competencia en HACCP, higiene, seguridad alimentaria y sistemas de calidad.

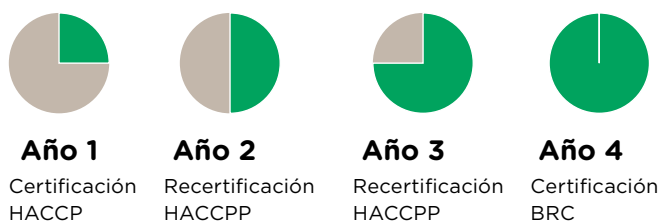
En 2017, dos de nuestras 12 plantas fueron recertificadas en BRC para tenerla vigente en todas nuestras unidades productivas.

Certificaciones de nuestras plantas

Planta	Certificación HACCP	Certificación BRC
Galletas Nos	X	
Bebidas líquidas Nos	X	
Postres Nos	X	
Pastas Nos	X	
Cereales Nos	X	
Jugos en polvo Nos	X	

Planta	Certificación HACCP	Certificación BRC
Caramelos y chocolates Reñaca		X
Pastas y salsa de tomates Teno		X
Jugos concentrados Teno		X
Compotas Teno		X
Pulpa de frutas Teno		X

Planificación de certificaciones para cada planta



2.3. Auditorías cruzadas

De cara a las certificaciones antes expuestas, en Carozzi nos preocupamos constantemente de mantenernos en regla según lo requerido por dichas normas. Por este motivo, hemos establecido un sistema de auditorías internas que funcionan de forma cruzada entre las distintas plantas de la División Chile. De esta manera, nuestros propios auditores realizan la función de un auditor externo.

Durante 2017 realizamos nueve auditorías cruzadas.

2.4. Sistema de Evaluación a Proveedores

La materia prima es uno de los elementos fundamentales para que nuestros productos cumplan con el estándar de calidad que nos hemos establecido. Para monitorear de mejor manera el cumplimiento de nuestros criterios, en 2017 realizamos una evaluación a nuestros proveedores de materias primas y material de envase.

Nos planteamos como objetivo garantizar que cualquier riesgo potencial procedente de las materias primas, material de envase y/o embalaje, que pueda afectar la seguridad, legalidad, autenticidad y la calidad del producto final, sea identificado y gestionado.

Se evaluaron 188 proveedores bajo siete criterios de calidad:

- 1 Valoración KPI Calidad
- 2 Valoración No Conformidades/rechazo inocuidad
- 3 Valoración No Conformidades/rechazo inocuidad
- 4 Valoración compra anual al proveedor
- 5 Valoración No Conformidades/rechazo calidad
- 6 Valoración Transversalidad del proveedor
- 7 Valoración recepción documentación inocuidad anual (QAA)
- 8 Certificación del proveedor (sistema reconocido por GFSI).

Con estos resultados se clasifican en categorías, Alto y Bajo Riesgo, para las cuales se definen planes de acción según su clasificación. 32 proveedores se clasificaron de Alto Riesgo y con ellos se han establecido planes de acción para promover mejoras.

2.5. Auditorías de clientes

Cientes realizan periódicamente auditorías de calidad en nuestras plantas. Estas comprenden un buen momento de *feedback*, en donde podemos levantar las principales necesidades del cliente y, a su vez, identificar nuevos estándares de calidad.

En 2017 recibimos 26 auditorías de clientes.

Auditorías de clientes

Por área de negocio	Auditorías
Alimentos	10
Confites (Reñaca)	3
Mascotas	1
Agrozzi	12

Adicionalmente, recibimos una auditoría del FDA (*Food and Drug Administration, USA*) a nuestras plantas de Pastas, Galletas y el centro industrial de Teno, las que aprobaron exitosamente y, por tanto, nos deja en condiciones de exportar tanto pastas como galletas a Estados Unidos.

3. DESARROLLO DE CLIENTES



3.1. Programa para clientes de grandes cadenas (PGN)

En 2017 nos planteamos llevar a cabo actividades en las que pudiéramos mejorar, de forma conjunta con los clientes, nuestros procedimientos de venta. Para esto, establecimos una línea de acción con el objetivo de revisar planes comerciales de clientes y nuestros en una mesa de trabajo colaborativa.

El programa se comenzó a desarrollar con reuniones en agosto de 2017, las que finalizaron en diciembre.

Planes y avance por cliente

Cliente	Planes programados	Planes realizados	Avance
Wallmart	23	17	74%
Cencosud	32	22	69%
SMU	26	10	38%
Tottus	25	15	60%

Los avances más destacables fueron en:

- Punto de venta
- Marketing
- Lanzamiento de producto

Para los próximos años queremos agregar clientes del canal tradicional a este plan de trabajo y continuar con estos PGN que se vienen desarrollando desde 2015.

3.2. Acciones con clientes canal tradicional

Beneficios Club Carozzi

Clientes del canal tradicional tienen la posibilidad de inscribirse en nuestro Club Carozzi. Por cada compra de nuestros productos, ellos van acumulando puntos que pueden ser canjeados por diferentes premios.

En 2017, agregamos a la batería de premios disponibles algunos activos que fueran útiles para el desarrollo de su negocio. A la fecha, contamos con siete premios que le entregan valor al almacén.



4.218

PREMIOS fueron canjeados en 2017

Premios orientados al almacén canjeados en 2017

Premios disponibles	Canjeados
Balanza 30 kilos	432
Balanza digital	81
Balanza digital de 40 Kg/2 Grs	1.179
Balanza electrónica 30 kilos con visor elevado	278
Ganchera chip prepago Entel	1.957
Pack bolsas biodegradables 1.000 unidades	246
Pack de 500 bolsas biodegradables	45

4. GESTIÓN RESPONSABLE DE LA CADENA DE ABASTECIMIENTO Y DISTRIBUCIÓN



4.1 Proyecto Optimus

Atendiendo a los desafíos que nos impone el mercado, nuestros clientes y consumidores, en 2013 se comenzó el diseño del proyecto logístico de mayor envergadura de nuestra compañía y que consiste en la automatización de los principales procesos de nuestro Centro de Distribución Central de Nos.

Este proyecto nos ha permitido consolidar importantes eficiencias internas, garantizar el cumplimiento de los niveles de servicio que nos exigen nuestros clientes, haciendo viable la sostenibilidad en la operación presente y futura de este Centro de Distribución.

Después de un largo periodo de análisis, elegimos la mejor tecnología disponible y durante 2017 iniciamos la implementación del proyecto con la automatización de los primeros procesos. La primera fase de dos, culminará en julio de 2018 con un Centro de Distribución que tendrá altos estándares de operación.

Este proyecto es un hito tecnológico de transformación digital, no sólo en Carozzi sino que también en Chile.

La incorporación de sistemas y equipos automatizados de última generación a nivel mundial, permitirán procesar



Centro de Distribución.

pedidos de clientes con alta eficiencia y seguridad. Además, se está trabajando en un sistema de carga certificada que nos dará una importante ventaja competitiva frente a la industria.

4.2 Supply Chain

En 2017 consolidamos el proceso de Sales and Operations Planning (S&OP) liderado por el área de Supply Chain. Este ha sido un proceso transversal que involucra a las áreas de negocios de la Compañía y que llevamos trabajando tres años. El objetivo principal es alinear las distintas áreas involucradas en la etapa de planificación de nuestra cadena de valor, con el fin de obtener un alto nivel de servicio para nuestros clientes, con el menor nivel posible de capital de trabajo, ordenando las distintas actividades, definiendo responsabilidades y fechas críticas asociadas a procesos.

4.3 Nueva planta de alimentos para mascotas en Perú

Con una inversión de US\$ 24 millones construimos la Planta de Alimentos para Mascotas en Perú. La fábrica duplicará su capacidad de producción atendiendo las nuevas demandas que hemos sido capaces de detectar en el mercado.

Esta inversión se enmarca en un plan mayor que comenzó en 2013 con la compra de Mimaskot y Nutrican.

La vanguardia productiva que entrega este nuevo espacio permitirá que ambas marcas capitalicen al máximo su potencial. Es así como surgen dos objetivos:

- Superar nuestro liderazgo en la categoría de alimento para perros en 2018.
- Liderazgo en la categoría de alimento para gatos en 2020.

Este es un paso más para el crecimiento de nuestra operación en Perú, que contempla a grandes marcas como Molitalia, 3 Oritos, Costa, Ambrosoli, Mimaskot, Pomarola, entre otras, y que consolidará más de 3.000 puestos de trabajo en forma directa, exportando a más de 10 países.

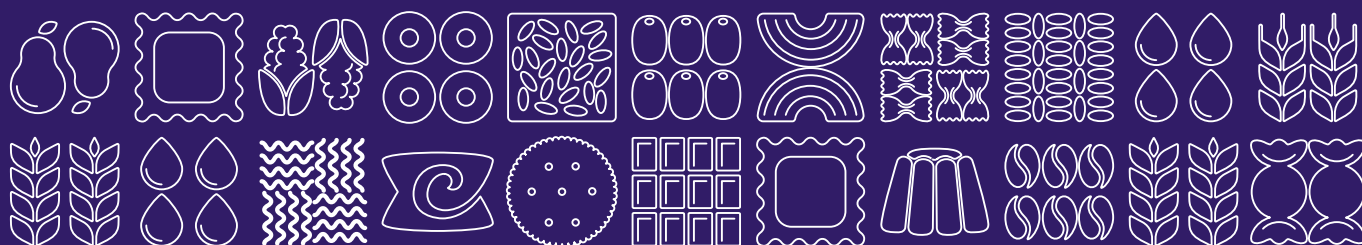


Inauguración planta Mimaskot, Perú.

Pilar

Estilo de

Vida Saludable





En Carozzi nos acogemos a la definición de salud que entrega la OMS, que establece que la salud es el completo bienestar físico, mental y social, no solamente ausencia de afecciones o enfermedad.

Por eso, hemos emprendido acciones para aportar a que nuestros públicos de interés adopten mejores estilos de vida.

Desarrollamos acciones enfocadas en tres lineamientos a partir de nuestra estrategia de sostenibilidad:



Promoción de estilos de vida saludable



Compromiso con la calidad nutricional



Promoción de hábitos alimenticios saludables

1. PROMOCIÓN DE ESTILOS DE VIDA SALUDABLE



1.1 Programa Alimentación y Movimiento Carozzi: crear conciencia en la comunidad (AM)

En Carozzi invitamos a las personas a compartir y disfrutar lo bueno de la vida. Por eso creamos el Programa Alimentación y Movimiento (AM), como parte de nuestra Estrategia de Sostenibilidad, para incentivar un estilo de vida saludable, con alimentación equilibrada, recreación y práctica de actividad física.

Este programa consta de las siguientes instancias:

• **Jornadas AM con estudiantes del área de la salud en Nos**

Parte de nuestro Programa de Alimentación y Movimiento contempla una ronda de charlas, en las cuales compartimos una mirada técnica entorno a la alimentación y sus efectos en una vida saludable. En ellas participan alumnos, profesores de las carreras de Nutrición, Enfermería y Medicina de diversas casas de estudio, junto a nuestros profesionales, con la colaboración del Instituto de Nutrición y Tecnología de los Alimentos de la Universidad de Chile (INTA). Además, en estas instancia compartimos nuestros procesos e información sobre calidad e inocuidad.

• **Corridas familiares de Nos y Teno**

Durante 2017 realizamos por segunda vez una corrida familiar para los colaboradores de Nos y los vecinos de San Bernardo. La primera vez convocamos a 350 personas y este año, a más de 850. Esta fue una actividad que organizamos en conjunto con dirigentes vecinales, para crear una instancia de sana convivencia para la familia junto al deporte.

Además de poder participar en las carreras de 2,5 o 5 kilómetros, los asistentes también pudieron hacerse chequeos preventivos gracias a un stand de salud, en el que nutricionistas asesoraron respecto del equilibrio que debemos tener entre una correcta alimentación y la práctica de deportes.

Esta actividad se enmarca en el plan de relacionamiento de Carozzi con las comunidades aledañas.

Adicionalmente, también desarrollamos la primera corrida familiar de Teno. Este caso se profundiza más en el apartado de relacionamiento comunitario, ya que muestra un importante ejemplo de trabajo conjunto con las autoridades locales.

• **Nuestras marcas comprometidas con el deporte**

Nuestro quehacer del día a día se caracteriza por el constante apoyo a la actividad física, mediante la participación de nuestras marcas: Carozzi, Vivo, Costa y Ambrosoli, las cuales auspician de manera permanente diversas actividades deportivas, como running, bicicleta, triatlón, senderismo,

trekking, entre otros. En 2017 también participamos en el primer Ironman realizado en Coquimbo, donde estuvimos entregando más de 800 raciones de pasta a los participantes.

• **Vivo en acción**

Un ejemplo de nuestro proceder son las acciones que hacemos mediante nuestra marca Vivo, potenciando la vida al aire libre a través de auspicios a actividades desarrolladas por Outlife, organización que busca mejorar continuamente todos aquellos espacios que interpretan a la gente a la que le gusta la vida sana, las actividades al aire libre y los valores que el concepto representa.

Vivo desde el año 2016 está presente en los parques Outlife, quienes están a cargo de la administración de los senderos de trekking y Mountain bike (MTB) del Cerro Manquehue y El Durazno en la RM.

El rol de Vivo dentro de los parques es de educación respecto de la seguridad, convivencia y cuidado con el medioambiente. Todo esto apalancado con potenciar la vida activa al aire libre en familia. También tenemos la exclusividad de productos Vivo en el quiosco que está ubicado en el cerro el Durazno.

Los parques Outlife tienen 87.000 visitas anuales y existen 32.000 usuarios registrados.

Por último, todos los meses se realizan activaciones los fines de semana con diferentes temáticas, en las cuales se hace sampling de los principales snacks de Vivo.

• **Activación inclusiva**

A fines del año 2017 se realizó una activación inclusiva en el Cerro Manquehue, la cual tenía como objetivo llevar a personas con discapacidad visual a realizar trekking y tener un momento de conexión con la naturaleza.

La actividad se realizó en conjunto con el Club Ayüwn (expertos en realizar actividades al aire libre para personas con discapacidad física) y la Fundación Luz (que trabaja con gente con discapacidad visual). El rol de Vivo fue de unir a ambas fundaciones y prestar el servicio completo de la actividad.

2.000

ESTUDIANTES

participaron de las jornadas AM en 2017.

más de 1.500

PARTICIPANTES en corridas de Nos y Teno.

7.905

PERSONAS

participaron de Carozzi Tour de la Energía.



1.2 Incentivos a la actividad física para nuestros colaboradores

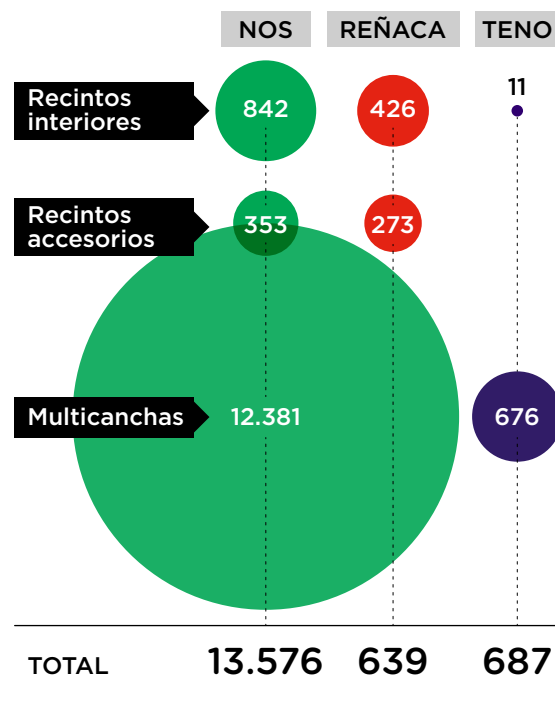
Porque debemos partir por quienes forman parte de nuestra familia, trabajamos en el fomento de la actividad física dentro de Carozzi. Contamos con un Plan Anual de Actividades Deportivas y Recreativas, que pretende generar la mayor integración posible de colaboradores a la actividad física, entendiendo esta como parte importante de los hábitos de vida saludable que como empresa queremos fomentar en los distintos grupos de interés.

En 2017 nos propusimos masificar la actividad física y la vida sana entre nuestros colaboradores, con especial foco en aquellos de las plantas productivas.

Cuadro de actividades

En plantas Nos, Reñaca, Teno, Lontué, Victoria	En sucursales Desde Antofagasta a Osorno
Futbolito	Futbolito
Fútbol	Pesca
Básquetbol	Bowling
Voleibol	Tenis
Bowling	Rayuela
Tenis	Tenis de mesa
Pesca	Juegos de salón
Zumba	
Entrenamiento funcional	
Spinning	
Yoga	

METROS CUADRADOS DESTINADOS AL DEPORTE



2.700

TRABAJADORES participaron durante el año en estas actividades

2. COMPROMISO CON LA CALIDAD NUTRICIONAL



En Carozzi nos comprometemos con la calidad nutricional de los productos que desarrollamos a través de dos principios:

- **Transparencia:** proporcionamos datos claros y de utilidad que logren informar a las personas sobre las características de nuestros productos y las porciones recomendadas de consumo.
- **Innovación de productos:** estamos constantemente creando nuevos productos que sean capaces de adaptarse y responder a nuevas exigencias del mercado y a necesidades específicas de nuestros consumidores.

3. PROMOCIÓN DE HÁBITOS ALIMENTICIOS SALUDABLES



1.115

APODERADOS fueron beneficiados por estas charlas.

3.1 Carozzi Tour de la Energía, orientado a toda la familia

En el marco de nuestro programa Carozzi Tour,⁽⁷⁾ el que tiene como objetivo dar a conocer nuestras plantas y procesos productivos, hemos desarrollado el Carozzi Tour de la Energía. El fin de este programa es que los niños aprendan sobre alimentación y cómo gastar la energía que se consume a través de lo que comen.

Implementamos una réplica inflexible a escala de nuestro tradicional Centro Industrial de Nos. Esta la dotamos de la más alta tecnología para que los niños puedan utilizar herramientas interactivas que los entretengan mientras conocen parte de nuestros procesos y la importancia de los alimentos y su composición.

3.2 Charlas Alimentación y Movimiento, para apoderados de colegios

Realizamos charlas informativas a apoderados de colegios de las localidades cercanas a nuestras plantas productivas. A través de ellas queremos contribuir, de manera práctica, a un estilo de vida más saludable y orientarlos respecto de las porciones recomendadas para cuidar la alimentación de los niños y de toda la familia.

La importancia de estas charlas radica en que son los padres y apoderados los que definen el consumo alimenticio de los niños. A partir de esto, al tenerlos a ellos bien informados, podemos ser una influencia positiva en los hábitos alimenticios de los niños.

Se realizaron charlas en:

- Santiago, específicamente en San Bernardo.
- Sagrada Familia.
- Molina.
- Quilpué

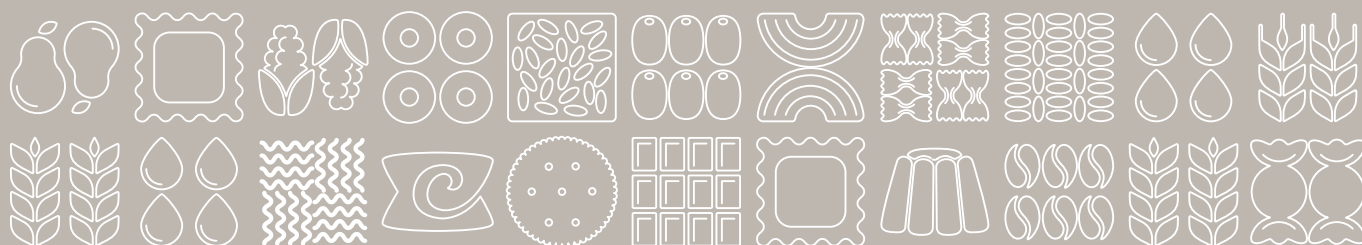
⁽⁷⁾ Para mayor información sobre el programa Carozzi Tour, revisar página 81 de este Reporte.

7.905

PERSONAS participaron de Carozzi Tour de la Energía.



Pilar Cuidado del Entorno



Tenemos conciencia de que nuestras operaciones tienen un impacto en el entorno inmediato en el que nos ubicamos, tanto en el medioambiente como en nuestras comunidades vecinas. Tenemos el potencial de ser un foco de desarrollo y, a la vez, debemos ser responsables de mitigar nuestras externalidades negativas.

Nuestro pilar Cuidado del Entorno lo gestionamos a través de tres lineamientos:



Gestión de impactos ambientales del proceso productivo



Gestión de impactos ambientales del producto



Relacionamiento comunitario

1. GESTIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES DEL PROCESO PRODUCTIVO



Durante nuestro proceso productivo nos preocupamos de mejorar nuestros estándares ambientales donde tenemos los principales impactos. Para la gestión 2017, destacamos los esfuerzos realizados en cuanto al uso de agua, consumo energético y emisiones.

1.1. Recurso hídrico

Actualmente no contamos con una política formal de extracción y consumo de agua, pero sí tenemos la constante preocupación por el recurso hídrico. Con nuestras acciones buscamos protegerlo, cumpliendo todas las normativas vigentes y respetando el uso que otros le dan. En cuatro de nuestras plantas es donde tenemos especial atención, ya que contamos con agua subterránea, la que extraemos a través de pozos de nuestra propiedad.

En 2015 iniciamos un plan de trabajo con el objetivo de mejorar nuestra gestión del consumo y extracción de agua.

Medición de extracción de agua

La gestión 2017 se centró en finalizar con la instalación de medidores de extracción de agua que nos permiten tener un registro diario de los consumos y en tiempo real, para poder implementar acciones concretas de optimización.

Midiendo la extracción y consumo de agua

2015
Estimación de consumo en plantas.

2016
Instalación de medidores.

2017
Finaliza instalación de medidores
Optimización en el uso de agua.

2018
Proceso de reutilización y recirculación del agua.

2019
Medición certificada de huella de agua.

En la planta de Nos todos los pozos de extracción de agua subterránea cuentan con medidor. En Teno, falta incorporar medidores a dos pozos, correspondientes a la Planta de Jugos Concentrados.

Adicionalmente a la instalación de los medidores, durante 2017 se avanzó en la puesta en marcha del sistema de medición en línea y su programa computacional operado desde la Gerencia de Ingeniería.

Consumo de agua en 2017

(m³ por año)

 Ahorro

Planta	Fuente	2016	2017	%Var.
Nos*	Subterráneas	-	480.357	-
Teno	Subterráneas	3.876.342	2.479.513	-36%
Reñaca	Sanitaria	135.985	125.950	-7%
Victoria	Sanitaria	10.871	10.698	-2%
Lontué*	Subterráneas	-	-	-
Venezuela en Perú	Subterráneas	45.396	36.446	-20%
Los Olivos, en Perú	Sanitaria	131.576	127.598	-3%
TOTAL		4.200.170	3.260.562	-22%

* No se realiza medición formal del agua.

717.600

m³ POR AÑO es el volumen de agua reciclada o reutilizada en 2017

Reutilización del agua

CASO NOS:

En 2016 se comenzó con la implementación de reutilización de efluentes generados por la planta de tratamiento de riles para riego de jardines y áreas verdes del Complejo Industrial de Nos. A través de un proceso de tratamiento, entre los meses de noviembre y marzo, contamos con agua apta para el riego.

95%

de las 2,5 ha de jardines es regado con **AGUAS TRATADAS**

CASO TENO:

Reducción del consumo de agua en planta procesadora de tomate

Elaboramos una reingeniería orientada a reducir los consumos de agua fresca utilizados en la planta procesadora de pulpa y jugo de tomate durante su temporada. Esta requiere de un alto caudal para todas sus operaciones primarias que son:

- Descarga
- Transporte
- Distribución
- Lavado

El proyecto:

- Mejoramos el sistema de extracción y bombeo de aguas limpias tratadas y recuperadas al final de su proceso de tratamiento en planta, para ser enviada a la zona de descarga de tomates.
- Trabajamos en un sistema de cascadas de recirculación de las aguas en las operaciones primarias, de modo de ir usando y filtrándolas en el proceso.
- En específico, para el proceso de lavado final de tomates y frutas en mesas de selección, trabajamos en correcciones a los sistemas de aguas ducha. Para esto, se redujo el diámetro de las boquillas de lavado y se eliminó una bancada de duchas, entre algunas variables. Estimamos que solo con la reingeniería realizada entre las 23 mesas de selección existentes, la reducción en esta área de lavados alcanzaría

Consumo de agua SIN ingeniería (2016)



3.876.342
m³/año

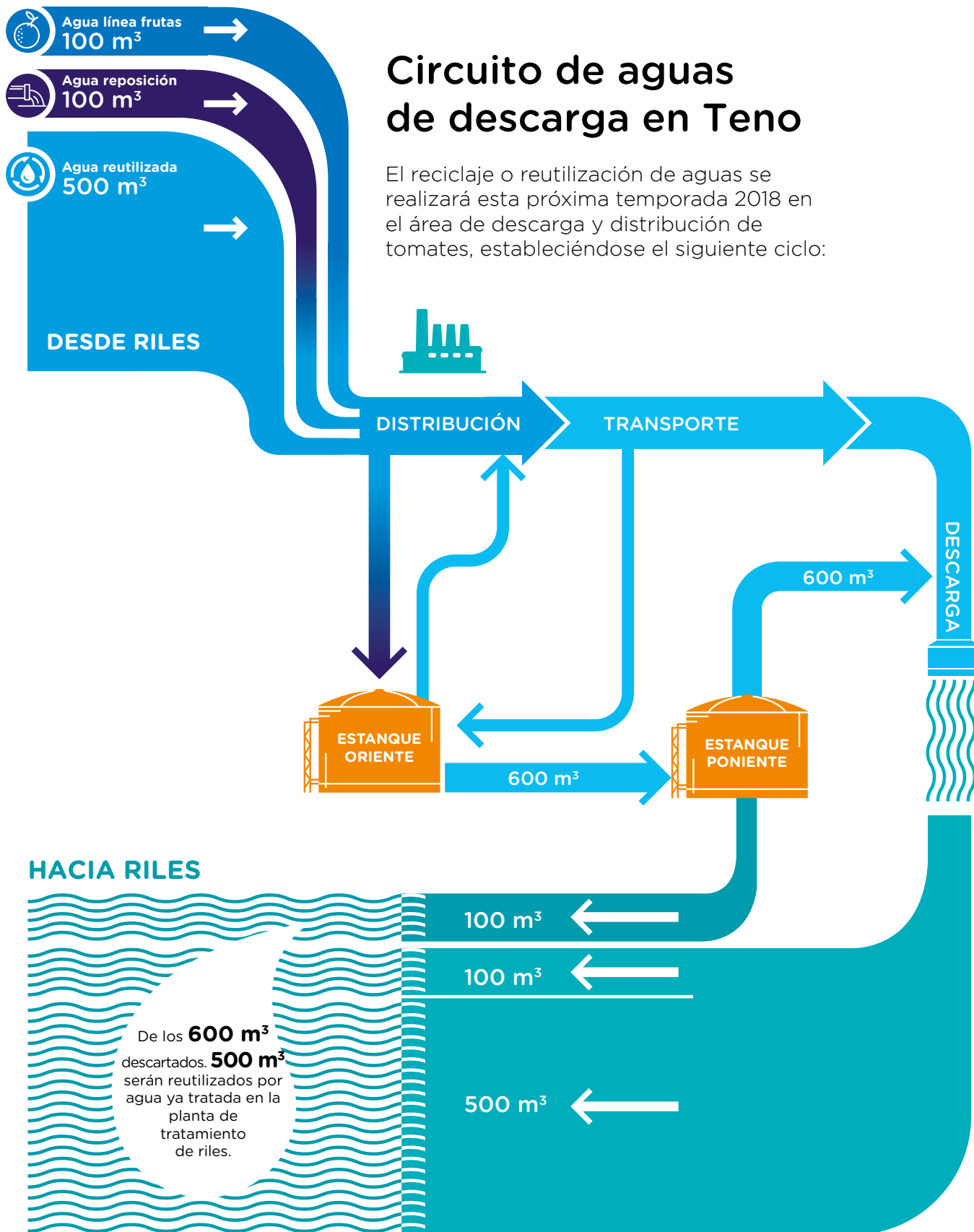
Consumo de agua CON ingeniería (2017)

Ahorro = -36,03%

2.479.513
m³/año

unos 100 m³/hora.

La ingeniería se terminó de implementar en 2017, por lo que para la temporada 2018 se espera reducir aún más los consumos de agua fresca de estos cinco pozos. El ciclo de reciclaje o reutilización de aguas en que se trabajó es el siguiente:



1.2 Eficiencia energética y emisiones

Consumo energético

A partir de las iniciativas desarrolladas, respecto del consumo del año anterior, hemos disminuido considerablemente el uso de diésel y de petróleo N°6.

Gas Natural (MMBTU año)

Centro industrial	2016	2017	%Var
Nos	320.177	324.117	1%
Reñaca	53.340	84.241	58%
Victoria	774	1.390	80%
Lontué			
División Perú	179.125	214.981	20%
Teno		432.733	
Total	553.416	1.057.462	91%

Petróleo N°6-Diésel (MMBTU año)

Centro industrial	2016	2017	%Var
Nos			
Reñaca	19.893	989	-95%
Victoria	98	787	703%
Lontué	25.087	61.486	145%
División Perú			
Teno	1.093.472	472.258	
Total	1.138.550	535.520	-53%

Biomasa (MMBTU año)

Centro industrial	2016	2017	%Var
Nos			
Reñaca			
Victoria	24.903	23.539	-5%
Lontué	83.503	104.766	25%
División Perú			
Teno			
Total	108.406	128.305	18%

Consumo eléctrico total

Centro industrial	2016	2017	%Var
Nos	63,9	65,8	3%
Reñaca	18,5	20,3	10%
Victoria	4,8	4,8	0%
Lontué	11,5	13,1	14%
División Perú	37,9	60,5	60%
Teno	38,78	35,13	-9%
Total	175,38	199,63	14%

Si bien existe un alza en el consumo energético, este se explica por el aumento que tuvo nuestra producción en 2017. Es relevante destacar el incremento de consumo de gas natural, debido al traspaso de matriz de petróleo a este combustible.

Definimos el cambio a GNL para hacer el negocio más sustentable en el tiempo y disponer de un combustible mucho más noble y menos contaminante. Para esto, durante 2016, en conjunto con Empresas Copec, se trabajó en la implementación y finalizamos con la transformación de seis de las siete calderas en 2017.

El suministro de gas natural comenzó a realizarse en 2017 y tuvo importantes efectos en las emisiones respecto del año anterior.

Emisiones

A partir de estas iniciativas, también comenzamos a medir de forma estandarizada nuestras emisiones atmosféricas. Las mediciones se realizan en los centros industriales de Nos y Teno y obtuvimos los siguientes resultados:

Emisiones atmosféricas

	Centro Industrial Nos	Centro Industrial Teno
CO ₂	Sin medición	60.400,80
No _x	30,5	102,2
CO	1,26	Sin medición
MP 10	11,6	Sin medición
MP 2,5	Sin medición	23,8
SO ₂	Sin medición	294,6



CASO CONVERSIÓN A GAS NATURAL DE AGROZZI

En el marco de mejoramiento sostenible de nuestra matriz energética, realizamos el cambio de petróleo fuel N°6 a gas natural en nuestro Centro Industrial de Teno.

Valor del proyecto:
US\$ 3.000.000

Componentes del proyecto:

- Construcción de una Planta Satelital de Regasificación (PSR)
- Línea de gas natural
- Transformación de calderas antes solo utilizadas para petróleo.

-25%

de las emisiones de CO₂ respecto de 2016.

-50%

de las emisiones de MP respecto de 2016.

-43%

de las emisiones de NO_x respecto de 2016.

-53%

de las emisiones de SO₂ respecto de 2016.

2. GESTIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES DEL PRODUCTO



En Carozzi queremos lograr una gestión sustentable de los recursos naturales que utilizamos para nuestros productos, a través del enfoque de la economía circular y el manejo ambientalmente racional de los residuos. Así, hemos desarrollado varias iniciativas para hacernos cargo de los impactos que tenemos en esta materia.

2.1. Cero residuos al relleno sanitario

En 2015 nos planteamos como desafíos de largo plazo que todas nuestras plantas productivas dispongan el mínimo de residuos a rellenos sanitarios. Para esto decidimos realizar reciclaje dentro de nuestros complejos industriales, construyendo dos puntos verdes, uno en el Complejo Industrial Nos y el segundo en el Centro Industrial Reñaca.

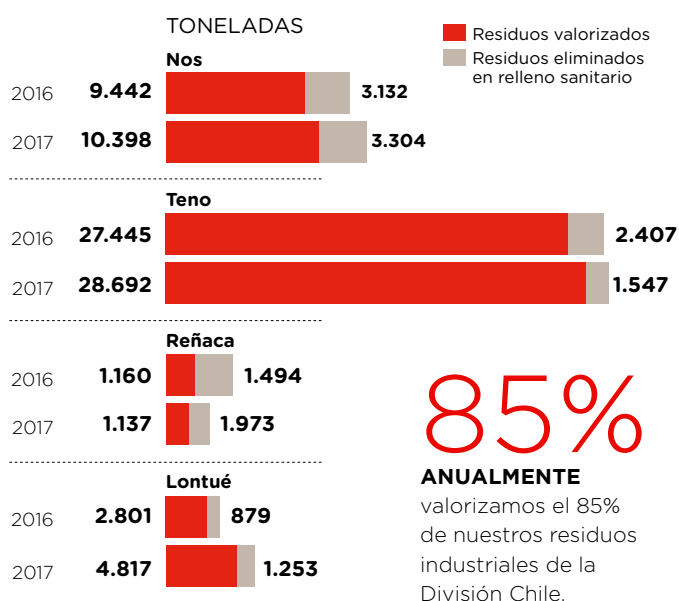
En este contexto, gestionamos nuestros residuos industriales a través de diversos métodos que incluyen iniciativas como el compostaje, la reutilización, el reciclaje, además de la valorización energética y, de esta manera, un porcentaje menor se envía a disposición en rellenos sanitarios. Adicionalmente, para el año 2018 nos encontramos evaluando la asociación de un Acuerdo de Producción Limpia, iniciativa liderada por la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático, que nos ayudaría a cumplir con la desafiante meta de cero residuos al relleno sanitario.



Planta de Reñaca. 450 m².

La generación estimada de residuos industriales en Carozzi División Chile para el periodo 2016-2017 se presenta en el siguiente gráfico.

DESTINO DE RESIDUOS



Residuos

La cantidad de residuos sólidos generados aumentó 10% entre 2016 y 2017, debido principalmente al crecimiento de la producción y adquisición de nuevas categorías.

48.823

TONELADAS en 2016

53.764

TONELADAS en 2017

2.2 Medición de línea base de materiales

Más allá de la gestión realizada de los residuos industriales de las plantas productivas, en Carozzi estamos conscientes de que tenemos como compromiso evaluar y reducir el impacto medioambiental de los envases de nuestros productos. Considerando que uno de los mayores impactos en términos de residuos se produce en los domicilios de nuestros clientes, la recuperación de estos envases constituye hoy uno de los mayores desafíos de la gestión de residuos y su impacto con la comunidad, y en este punto es clave la concientización y la participación de los consumidores.

En el marco del avance de la implementación de la Ley REP, Carozzi ha venido desarrollando una participación colaborativa con mesas técnicas de trabajo lideradas por el Ministerio de Medio Ambiente, a través del Comité REP SOFOFA, comité técnico de AB Chile, sector envase y embalaje, que ha permitido compartir apreciaciones de alcance técnico y jurídico para la correcta implementación de esta política pública, única en Latinoamérica.

Durante 2017 trabajamos en la medición de una línea base de la cantidad de productos prioritarios comercializados en el país durante el año 2016. Para esto, hicimos un levantamiento de toda la información asociada a los envases y embalajes a nivel nacional, a través de las ventas de los productos terminados y puestos en el mercado. Adicionalmente, buscamos la trazabilidad de la información levantada de los productos prioritarios, incorporando variables de peso, unidades de medidas, categorías y subcategorías de envases y embalaje, conversión y rechazo operacional en una plataforma ERP.

Como resultado de esta primera medición concluimos que, de nuestros materiales, primario, secundario y terciario, el principal es el cartón y luego el plástico.

Más allá del cumplimiento de la Ley REP, desde la Gerencia de Desarrollo hemos comenzado a trabajar en iniciativas para reducir y optimizar el uso de materiales.

Determinar envases y embalaje

- Ventas productos terminados 2016
- Formación de productos (desarrollo de envases)
- Pesos de cada material
- Tipo de material

Análisis

- Base de datos
- Fórmulas para cuantificar peso del material utilizado

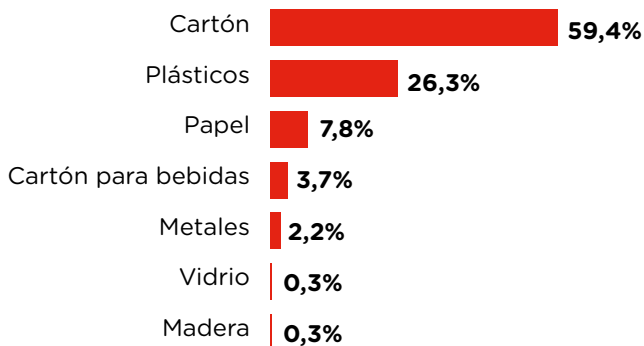
Trazabilidad

- Incorporar información al maestro de materiales o crear nueva trx (pesos, categorías de materiales, rechazo operacional, conversión, otros)

Declaración

- Solicitud de establecimiento sistema sectorial REP
- Solicitud para declarar PP.
- Declaración 31 agosto 2017

PARTICIPACIÓN DE MATERIALES PUESTOS EN EL MERCADO AÑO 2016



2.3. Proyecto de reemplazo de totes

En el negocio agroindustrial de jugos concentrados principalmente, utilizamos totes, que fueron desarrollados inicialmente en madera y usados para disponer de un sistema de embalaje de mayor capacidad unitaria que los tambores. Estos son casi equivalentes en capacidad a un pallet con cuatro tambores.

En 2015 iniciamos un proceso paulatino de reemplazo de totes de madera por metálicos en la planta de jugos, para clientes de Europa y Estados Unidos principalmente, lo que concluyó en 2017.

Año	Totes de madera	Totes metálicos
2014	8.581	0
2015	747	6.926
2016	540	3.180
2017	0	6.392



EL CAMBIO DE TOTES ha significado un ahorro de 483.600 kg/año de madera aproximadamente.

2.4. Mejoramiento de suelo agrícola

En 2012, se aprobó en Chile la normativa para disponer de lodos agroindustriales en terrenos agrícolas catalogados como “pobres”. Es decir, se puede realizar disposición de lodos ricos en nutrientes orgánicos a través de un programa presentado al SAG, quienes también lo fiscalizan.

De esta manera, a los lodos agroindustriales que nosotros generamos en la planta de riles de Teno, podemos darles un nuevo uso y no disponerlos en monorellenos sanitarios.

Lodo húmedo (70% humedad) que dispusimos en terrenos agrícolas

2016	2017
27.098 toneladas	27.800 toneladas

Se proyectan como máximo 28.000 toneladas de lodos para 2019.

3. RELACIONAMIENTO COMUNITARIO



Estamos conscientes de que la relación con nuestros vecinos es fundamental para el desarrollo sostenible de nuestras plantas. Entendemos que nuestra operación puede traerles beneficios y, a la vez, un impacto en su calidad de vida. Por este motivo, en 2017 trabajamos en un plan, con el fin de promover relaciones de largo plazo.

Nuestro relacionamiento se construye principalmente a través de las autoridades comunales y los representantes de la comunidad, como juntas de vecinos u otras organizaciones funcionales.

ACTIVIDAD	GI	COMO	LOCALIDAD	CONTACTOS
Corrida Familiar	Comunidades vecinas Nos	Invitación a plantas	Nos	850
Corrida Familiar	Comunidades vecinas Teno	Invitación a circuito Teno/Municipalidad	Teno	650
Total				1.500
Jornadas Am	Estudiantes universitarios	Invitación a Jornada de Alimentación y Mov.	Nos	2.004
Jornadas Am	Tercera edad	Invitación a Jornada de Alimentación y Mov.	Nos	560
Jornadas Am	Apoderados Teno	Charla de nutricionista en colegio	Teno	100
Jornadas Am	Apoderados Lontué	Charla de nutricionista en colegio	Lontué	225
Jornadas Am	Apoderados Nos	Charla de nutricionista en colegio	Nos	690
Jornadas Am	Apoderados Quilpué	Charla de nutricionista	Quilpué	100
Total				3.679
Charla proveedores	Proveedores de Servicios	Jornada de Proveedores en Planta Nos	Nos	60
Charla proveedores	Proveedor Agricultor Trigo	Jornada de Proveedores en Planta Nos	Nos	80
Charla proveedores	Proveedor Agricultor Arroz	Jornada de Proveedores en Planta Parral	Parral	140
Total				280
Futuros Profesionales	Academia	Participación en Jonic	Quinta Región	200
Total				200
Jornada Bomberos	Instituciones	Jornada con Cuerpo de Bomberos	Nos	100
Total				100
Mesas Informativas	Comunidades Vecinas	Mesa informativa y detección de necesidades	San Bernardo y Molina	70
Total				70
Carozzi Tour de la Energía	Visitas Colegio de Teno	Visita Carozzi Tour	Teno	1.303
Carozzi Tour de la Energía	Visitas Colegio de Lontué (Molina + SG)	Visita Carozzi Tour	Lontué (Molina + Sagrada Familia)	2.412
Carozzi Tour de la Energía	Visitas Colegio San Bernardo	Lanzamiento del Carozzi Tour	San Bernardo	291
Total				4.006
		Total		9.835



Corrida Familiar de Teno

En 2017 comenzamos un trabajo tripartito, que incluyó a Carozzi, el gobierno local y los vecinos de Teno. El objetivo fue buscar instancias para beneficiar a la comunidad a través de la promoción de estilos de vida saludable. Una de las primeras acciones fue la realización de una corrida familiar para la comuna.

NUESTRAS ACTIVIDADES CON VECINOS

Visita Master Vet

Durante octubre y noviembre, en las comunas de Molina y Sagrada Familia, realizamos controles clínicos a más de 200 mascotas. Nuestro stand también estaba disponible para la resolución de dudas y entrega de información veterinaria.

350

PERSONAS Y SUS MASCOTAS se beneficiaron con esta actividad

Pasta Móvil apoyando en catástrofes

En 2017, producto de los incendios de la zona sur de Chile, con el fin de prestar ayuda tanto a damnificados como voluntarios y brigadistas que combatieron los incendios, Carozzi decidió que su Pasta Móvil, junto con sus food trucks Vivo y Ambrosoli, se instalaran en la localidad de Santa Olga, Región del Maule.

Molitalia apoya durante la emergencia de El Niño Costero

Durante 2017 tuvimos una intervención significativa en la comunidad de Cajamarquilla (Lima, Perú), donde se encuentra nuestra planta de producción de alimentos para mascotas. El fenómeno climático El



Apoyo a organizaciones sin fines de lucro

Apoyamos al Museo Artequín de Viña del Mar a publicar el libro "Recetario de pintura y comida latinoamericana". Se trata de un recetario pensado para que niñas y niños aprendan a cocinar junto a sus familias, al mismo tiempo que conozcan y valoren la importante producción pictórica de nuestro continente.

Este libro refleja los valores que como compañía queremos transmitir. Nos invita a compartir en familia en torno a la cocina y a disfrutar exquisitas recetas típicas, las mismas que han inspirado a importantes artistas latinoamericanos, que dieron como resultado este novedoso y didáctico libro.

Niño Costero afectó varias zonas del país y, específicamente, la localidad de Cajamarquilla, en marzo de 2017, produciendo una serie de deslizamientos, huaicos e intensas lluvias y perjudicando a un gran número de

pobladores.

Ante este devastador desastre, en Molitalia, en línea con nuestro espíritu solidario, asistimos a las familias vecinas damnificadas a través de las siguientes actividades:

ACTIVIDAD	ww
Instalación del Pasta Móvil en zonas afectadas de Cajamarquilla.	1.875 raciones de desayunos y 10.350 raciones de almuerzos.
Recorrido de un grupo de colaboradores voluntarios de Molitalia a las zonas afectadas de Cajamarquilla.	Entrega directa de 863 packs de productos Molitalia.
Campaña de atención veterinaria a las mascotas de las familias afectadas. Intervención realizada por el equipo del médico veterinario Pancho Cavero, conductor del programa de televisión local "Los Animales me Importan".	Donamos 1,5 toneladas de alimentos para mascotas Mimaskot.

Por otro lado, Molitalia tuvo un valioso aporte a las comunidades afectadas de la región norte del Perú, a través de la donación de alimentos, en coordinación con la institución Banco de Alimentos Perú.

Visitas y acciones recreativas

Con foco en las comunidades vecinas a nuestra planta productiva de la comuna de Nos, vecinos de San Bernardo y Nos participaron de diferentes actividades recreativas, incluyendo una corrida familiar que buscaba entregar directrices de nuestro plan de vida saludable.

850

PERSONAS fueron beneficiadas

Carozzi Tour

Con el objetivo de dar a conocer nuestras plantas y procesos productivos, tenemos el programa Carozzi Tour, dirigido a profesionales del área de la educación y a colegios de las zonas cercanas a nuestras plantas productivas.

El tour incluye el paso por nuestro Skyview, una plataforma cerrada con ventanales de vidrios, que se encuentra a tres metros de altura aproximadamente, anexada a las plantas productiva de Teno y Nos. La finalidad es hacer un recorrido con las personas que visiten el complejo industrial, observando los procesos productivos desde el inicio hasta el final del envasado de los distintos productos que se elaboran en la planta. Esto es una ventana abierta a los clientes y comunidad en general, para promover la cercanía y fidelidad de los productos que desarrollamos.

Navidad celebrada por Planta Venezuela

En Molitalia llevamos a cabo un programa de comunicación y relaciones comunitarias con los vecinos de Planta Venezuela (60 familias, aproximadamente 240 personas). El principal objetivo del programa de relacionamiento es desarrollar una estrategia de comunicación con la comunidad aledaña a la Planta Venezuela, generando un espacio de diálogo entre Molitalia y los vecinos.

Una de las actividades más exitosas realizadas en 2017 fue la celebración de la Navidad para la comunidad cercana a la planta.

Beneficiarios: • 770 niños y niñas • 240 adultos



Alcance de este Reporte

Este libro corresponde al segundo Reporte de Sostenibilidad de Empresas Carozzi S.A. y presenta de forma integral el desempeño de los aspectos ambientales, sociales y económicos a la gestión comprendida entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2017.

El Reporte fue elaborado en base a los lineamientos de conformidad esencial de GRI G4 del Global Reporting Initiative. Sus contenidos no fueron verificados de forma externa. En cuanto a la cobertura, se incluyen indicadores de Chile y Perú, comparándolos, cuando es necesario, con aquellos de años anteriores.

El alcance de este Reporte no tiene cambios significativos y tampoco existieron reexpresiones en relación a lo reportado en 2016.

Definición de los contenidos de este Reporte

El Reporte fue estructurado en base a los pilares de la estrategia de sostenibilidad definida en 2016 y para este periodo se realizó un proceso de validación de la materialidad del año anterior. Este consideró revisión de prensa, benchmark de reportes del rubro de alimentos y revisión de las principales tendencias de la industria. Posteriormente, la materialidad fue validada en el Comité de Sostenibilidad de Carozzi, donde se clasificaron los aspectos relevantes en alta materialidad, mediana materialidad y baja materialidad.

- Relacionamiento comunitario
- Compromiso con la calidad nutricional
- Promoción de estilos de vida saludable
- Gestión responsable de la cadena de abastecimiento
- Promoción de la agricultura sostenible
- Gestión de impactos ambientales del proceso productivo
- Gestión de impactos ambientales del producto
- Clima y bienestar laboral
- Gestión de satisfacción y reclamo clientes y consumidores
- Resguardo del equilibrio precio-calidad
- Desarrollo de proveedores de servicios críticos
- Desarrollo de colaboradores
- Protección de la salud y seguridad de colaboradores
- Gestión ética
- Gestión de riesgos
- Buenas prácticas de Gobierno Corporativo
- Reputación
- Desarrollo de clientes
- Relacionamiento gremial

ÍNDICE GRI-G4



Código	Descripción	Págs.
G4-1	Declaración del responsable principal de las decisiones de la organización.	6
G4-2	Efectos de la organización en el ámbito de la sostenibilidad y en los grupos de interés. Repercusión que las tendencias, los riesgos y las oportunidades relacionados con la sostenibilidad tienen en las perspectivas a largo plazo y en el desempeño económico de la organización.	6; 19-22
G4-3	Nombre de la organización.	2
G4-4	Productos y servicios más importantes de la organización.	15
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede central de la organización.	2
G4-6	Países donde operamos.	6
G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.	2
G4-8	Mercados que se sirve.	-
G4-9	Tamaño de la organización.	-
G4-10	Número de trabajadores totales. Desglosado por sexo, nacionalidad, rango de edad.	41-42
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	49
G4-12	Cadena de suministro.	52-53
G4-13	Cambio significativo que haya tenido lugar durante el periodo objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad accionarial o la cadena de suministro de la organización.	31
G4-14	Principio de precaución.	69, 75
G4-15	Principios a los que suscribe.	26
G4-16	Organizaciones a las que pertenece.	39
G4-17	Lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes.	-
G4-18	Proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto.	82
G4-19	Lista de los aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria.	82
G4-20	Cobertura de aspectos materiales.	82
G4-21	Límite de cada aspecto material fuera de la organización.	82
G4-22	Reexpresiones de la información.	82
G4-23	Cambio significativo en alcance y cobertura.	82
G4-24	Lista de grupos de interés.	23
G4-25	En qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja.	24
G4-26	Enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés.	23-25
G4-27	Participación de los grupos de interés.	25, 34, 37, 44, 48, 54- 56, 59, 61

ÍNDICE GRI-G4



Código	Descripción	Págs.
G4-28	Periodo objeto de la memoria.	82
G4-29	Fecha última memoria.	82
G4-30	Ciclo de presentación de memorias.	82
G4-31	Contacto para solventar las dudas que puedan surgir sobre el contenido de la memoria.	3
G4-32	Índice GRI.	82-84
G4-33	Verificación.	82
G4-34	Estructura de gobierno de la organización.	7, 8-9
G4-35	Proceso mediante el cual el órgano superior de gobierno delega su autoridad en la alta dirección.	
G4-56	Valores, principios.	33
G4-EN1	Peso o el volumen total de los materiales empleados para producir.	77
G4-EN3	Consumo total de combustible de fuentes no renovables y renovables.	73
G4-EN6	Reducciones del consumo energético son el resultado directo de iniciativas en favor de la conservación y la eficiencia.	73-74
G4-EN8	Captación total de agua según la fuente.	70
G4-EN10	Volumen total de agua reciclada y reutilizada.	71
G4-EN15	Emisiones directas brutas de GEI (Alcance 1).	73
G4-EN21	Emisiones atmosféricas significativas de NO _x , SO _x y otras emisiones.	73
G4-EN23	Peso total de los residuos peligrosos y no peligrosos.	75-76
G4-LA2	Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa.	46-47
G4-LA5	Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud.	45
G4-LA6	Tasa de días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales.	44
G4-LA10	Programas de gestión de habilidades y de formación continua.	45, 47-49
G4-SO1	Centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	78
FP1	Proveedores evaluados bajo política de suministro.	58
FP4	Programas para promover estilos de vida saludable.	62-67
FP5	Certificaciones internacionales.	57-58



Nexos
Redacción, producción y edición
24-7 Comunicaciones
Dirección de Arte y Diseño

María Ignacia Concha
y archivo fotográfico
Fotografía.
Ograma Impresión