

REPORTE DE
SOSTENIBILIDAD
2019

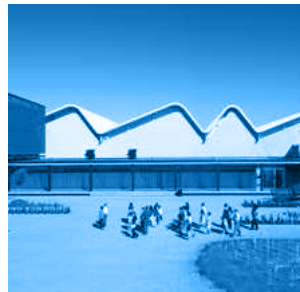


Saber disfrutar

Contenido



SOSTENIBILIDAD EN CAROZZI
pg. 3



PILAR SOLIDEZ, LIDERAZGO Y CONFIANZA
pg. 16



PILAR CULTURA CAROZZI
pg. 35



PILAR CADENA DE VALOR
pg. 54



PILAR ESTILO DE VIDA SALUDABLE
pg. 69



PILAR CUIDADO DEL ENTORNO
pg. 78

SOSTENIBILIDAD EN CAROZZI

Incorporamos todas las variables de sostenibilidad en nuestro modelo de negocio y las abordamos como riesgos y oportunidades de mejora e innovación en nuestra cadena de valor.



CARTA DEL

GERENTE
GENERAL

Les presentamos nuestro cuarto Reporte de Sostenibilidad, que da cuenta de nuestra estrategia de desarrollo y de nuestra visión de crecer junto a nuestros distintos grupos de interés y proyectar a nuestra Compañía hacia el futuro.

El año 2019 y también la primera parte de 2020 nos han desafiado fuertemente. Primero fue el estallido social y luego, ya iniciado el nuevo ejercicio, la expansión de la pandemia de Covid-19, una crisis sin precedentes a nivel mundial. Ambos nos pusieron a prueba en temas centrales en nuestro quehacer, como son la preocupación por las personas, su salud y seguridad, y nuestra responsabilidad de llegar a miles y miles de hogares con los alimentos que producimos.

En ese escenario, actuamos respaldados por la fuerza de una cultura empresarial que tiene a las personas en el centro, la cual nos ha permitido a lo largo de 121 años enfrentar adecuadamente diferentes escenarios adversos y de incertidumbre, transformando cada riesgo en una nueva oportunidad. Una cultura que se refleja en la convicción con la que Carozzi enfrenta su responsabilidad de abas-

tecer el país, apoyar y mantener activa una cadena que involucra a numerosas Pymes y agricultores que nos proveen de materias primas, empresas de distribución, comercios y pequeños almacenes y, por supuesto, a nuestros colaboradores y a nuestra comunidad.

Para nuestra Compañía, la relación estrecha y colaborativa con nuestros distintos grupos de interés, es y seguirá siendo clave. Es uno de los principios sobre los cuales se ha construido nuestra estrategia de sostenibilidad, la cual considera cinco pilares: Solidez, liderazgo y confianza; Cultura Carozzi; Cadena de valor sostenible; Estilo de vida saludable, y Cuidado del entorno, que marcan nuestro día a día. Estamos orgullosos de los avances que hemos tenido en estos ámbitos, ninguno de los cuales sería posible sin el esfuerzo y el compromiso mostrado por nuestros equipos.

Desde principio a fin, nuestro foco apunta a la creación de valor, partiendo por nuestros consumidores, a quienes entregamos alimentos elaborados con altos estándares de calidad, y a quienes invitamos de manera permanente a disfrutar la vida. Con este enfoque, establecemos relaciones de largo



“ Para nuestra compañía, la relación estrecha y colaborativa con nuestros distintos grupos de interés, es y seguirá siendo clave”.

plazo con nuestros proveedores y les damos apoyo técnico, como es el caso de nuestros agricultores, a quienes entregamos herramientas y asesoría en forma constante.

Como Empresa, hacemos gestión de residuos en nuestras operaciones y buscamos la sustentabilidad de nuestros productos, innovando a través de los procesos y la formulación de envases con mejor información en materia nutricional y de reciclaje. Nos preocupa también estar en contacto con nuestras comunidades y fomentamos el deporte entre nuestros colaboradores para que tengan una vida sana y equilibrada.

En este último punto, hemos impulsado acciones para entregar más y mejor información del contenido nutricional de nuestros productos, pues estamos convencidos que una buena educación es fundamental para mejorar hábitos de alimentación y así contribuir a derrotar el sobrepeso y la obesidad.

En resumen, entendemos que el impacto de nuestra cadena de valor es significativo. Por eso buscamos incorporar las mejores prácticas y estar en sintonía con las tendencias en materia de alimentación y consumo, así como con los cambios tecnológicos, los que generan oportunidades y también desafíos desde la perspectiva económica, social y medioambiental.

Es por eso que nos sentimos partícipes de la construcción de la Agenda 2030 propuesta por la Organización de Naciones Unidas y sus Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Y precisamente por ello es que en este reporte damos cuenta de la forma en que nuestra gestión contribuye de modo concreto al menos a 12 de ellos.

Nuestra experiencia nos ha llevado a la convicción de que las crisis pueden sacar lo mejor de las personas y las organizaciones. Son estos momentos de prueba los que demuestran cuán profundos y sólidos son nuestros valores y cómo nuestro capital de confianza contribuye a proyectar la Empresa en el tiempo, de manera sostenible.

Tengan la certeza de que en Carozzi estamos absolutamente dispuestos y preparados para seguir construyendo en ese sentido.

**SEBASTIÁN
GARCÍA**
Gerente general



“ Nos sentimos partícipes de la construcción de la Agenda 2030 propuesta por la ONU y en este reporte damos cuenta de la forma en que nuestra gestión contribuye de modo concreto al menos a 12 ODS”.

NUESTRA

IDENTIDAD



VISIÓN

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



PROPÓSITO

Dar siempre lo mejor de nosotros, para que las personas disfruten más la vida.

NUESTROS VALORES CORPORATIVOS



YO RESPETO A LOS DEMÁS: trato a todos con respeto. Acepto y valoro las diferencias, siendo empático y conciliador, cuidando además el estilo para relacionarnos que nos caracteriza. Me preocupo por mi entorno, el medioambiente y las comunidades que nos rodean.

YO ACTÚO CON SENCILLEZ: busco el equilibrio evitando los excesos, sin aparentar ni afectar la imagen de la Compañía. Soy auténtico y busco la simpleza, creo en la sana competencia y evito las comparaciones.

YO ME COMPROMETO CON NUESTRA COMPAÑÍA: busco aportar en los desafíos de mi área, colaborando además en los de la Empresa. Me identifico con nuestra cultura, la cuido y también promuevo la buena imagen de la Compañía.

YO SOY HONESTO: digo lo que pienso de manera asertiva, escuchando a los demás. Actúo con franqueza, transparencia y probidad, reconociendo mis errores. Evito los rumores.

YO SIENTO PASIÓN POR EL TRABAJO BIEN HECHO: excelencia en todo lo que hago, dando siempre lo mejor de mí, administrando los recursos de manera sobria y eficiente. Transmito al equipo la importancia del trabajo bien hecho, buscando siempre nuevas formas de lograr buenos resultados.

ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD



En Carozzi, trabajamos día a día para hacer realidad nuestro propósito en diferentes grupos de interés y contribuir así a la sociedad. Para ello, contamos con una estrategia de sostenibilidad mediante la cual nos hacemos cargo de los impactos sociales, económicos y ambientales que generamos, y que, a la vez, nos orienta para desarrollar la agenda de temas de mutuo interés que tenemos con nuestras audiencias.

Como ciudadanos corporativos de un mundo global, tenemos en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de la Organización de Naciones Unidas una referencia que también inspira y modela nuestra estrategia.

NUESTROS CINCO PILARES Y SUS LINEAMIENTOS

La estrategia está conformada por cinco pilares de gestión, los que fueron definidos a partir de un diagnóstico inicial, las buenas prácticas de la industria y las expectativas que identificamos en nuestros grupos de interés. Cada pilar se lleva a la práctica mediante un conjunto de lineamientos y estos, a su vez, a través de programas.

SOLIDEZ, LIDERAZGO Y CONFIANZA

Por medio de nuestro gobierno corporativo guiamos la gestión ética y de riesgos de la Compañía.

CULTURA CAROZZI

Fomentamos la calidad de la vida laboral y la excelencia operacional.

CADENA DE VALOR SOSTENIBLE

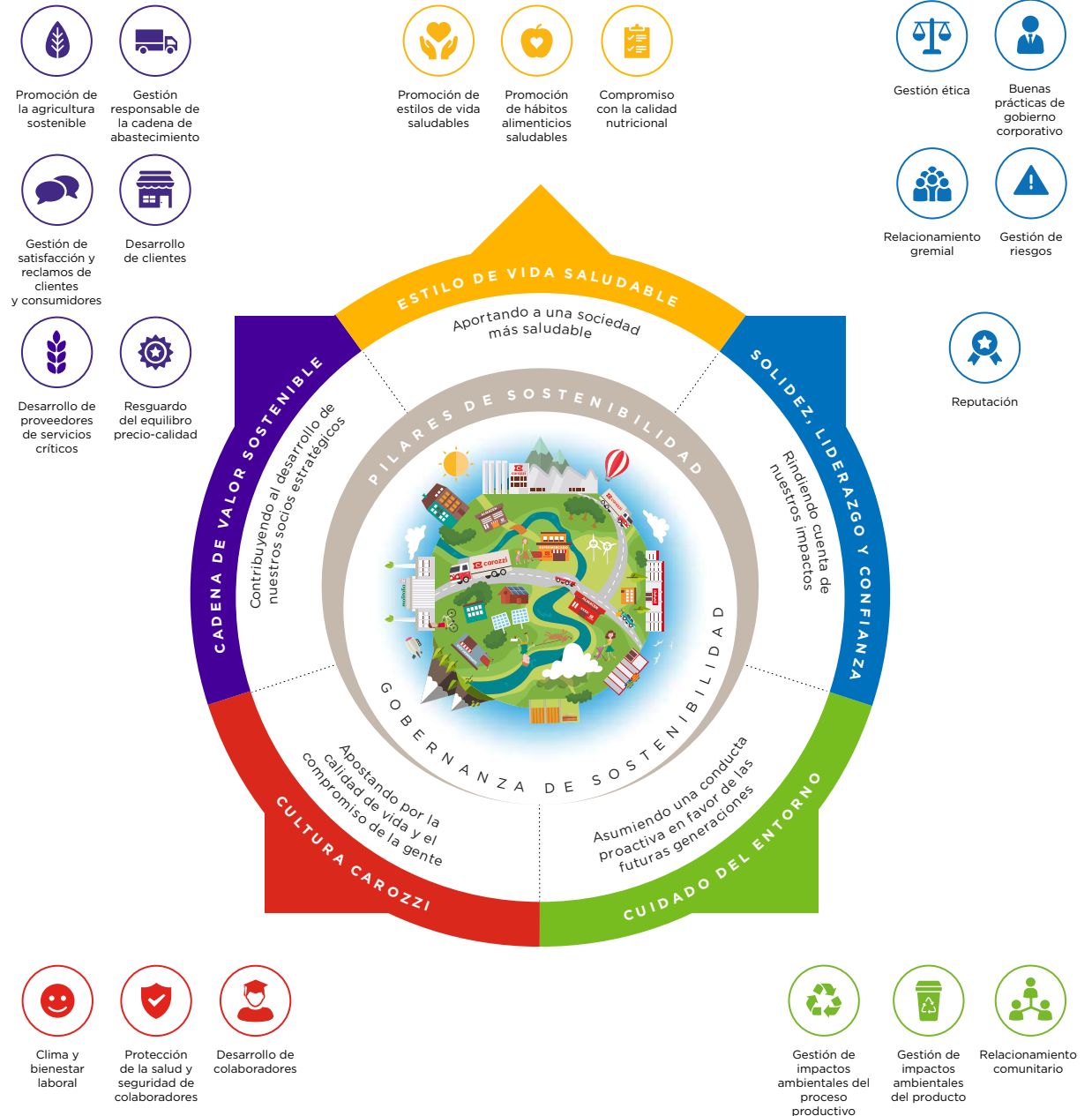
Nos preocupamos de generar impactos positivos en cada etapa de nuestros procesos.

ESTILO DE VIDA SALUDABLE

Buscamos que la sociedad sea más saludable en cuanto a estilos de vida, a través de nuestras iniciativas y programas.

CUIDADO DEL ENTORNO

Tomamos medidas para mitigar y hacernos cargo de los impactos de nuestras operaciones en el medioambiente y en las comunidades que nos rodean.



COMITÉ DE SOSTENIBILIDAD

La estrategia de sostenibilidad y los avances que logramos son periódicamente revisados y monitoreados por el Directorio, el cual delegó funciones específicas en el Comité de Sostenibilidad, con el objetivo de que éste se encargue de definir los planes y monitorear el desarrollo de los programas, así como también revisar y actualizar las metas asociadas.

Algunos miembros del comité son también representantes de la Empresa en distintas instancias colaborativas y asociativas, lo que nos permite compartir buenas prácticas y contribuir a iniciativas público-privadas.



CRISTIÁN KOLUBAKIN
Gerente Corporativo de Personas

LUZ MARÍA ROJAS
Gerente de Marketing y
Proyectos Corporativos

JOSÉ JUAN LLUGANY
Director / Presidente

JUAN LUIS IBARRA
Gerente Negocios
Internacionales

SANTIAGO VALDÉS
Gerente División Chile

FERNANDO ESTEBANEZ
Gerente de Abastecimiento y
Logística

SEBASTIÁN GARCÍA
Gerente General

SERGIO ESPINOZA
Gerente Corporativo de
Finanzas y Planeamiento

XIMENA GALLARDO
Contralora

ALBERTO HORMAECHEA
Gerente Corporativo de Operaciones



ROY SMITHER
Director de Carozzi S.A.



PEDRO FERNÁNDEZ
Gerente División Perú

GRUPOS DE

INTERÉS

Nos preocupamos de relacionarnos en forma permanente con nuestros grupos de interés a través de interacciones basadas en la confianza y la transparencia. Aspiramos a que las personas disfruten más la vida con nuestras marcas y productos, nuestras operaciones y nuestra cultura corporativa.



COLABORADORES



CONSUMIDORES



ACCIONISTAS



PROVEEDORES



AGRICULTORES



CLIENTES



COMUNIDADES



AUTORIDADES E INSTITUCIONES DE ORDEN PÚBLICO



ASOCIACIONES GREMIALES



ACADEMIA









NUTRICIONISTAS









MEDIOS DE COMUNICACIÓN

GRUPOS DE INTERÉS

La comunicación periódica que mantenemos con cada grupo de interés se realiza mediante distintos canales informativos e instancias de vinculación.

| | Grupo de interés | ¿Cómo les informamos? | ¿Cómo nos comunicamos o vinculamos? |
|---|------------------|---|--|
|  | Colaboradores | <ul style="list-style-type: none"> • Revistas internas • Reporte de sostenibilidad • Sitios internos • Comunicados internos | <ul style="list-style-type: none"> • Encuesta de compromiso • Evaluación de alineamiento cultural • Reuniones con sindicatos y grupos negociadores • Línea ética |
|  | Consumidores | <ul style="list-style-type: none"> • Página web • Reporte de sostenibilidad | <ul style="list-style-type: none"> • Contact center • Redes sociales • Canales de ventas • Estudios de mercado • Línea ética • Skyviews |
|  | Accionistas | <ul style="list-style-type: none"> • Memoria anual • Página web corporativa • Reporte de sostenibilidad | <ul style="list-style-type: none"> • Unidad de atención a accionistas • Junta Ordinaria de Accionistas • Línea ética |
|  | Proveedores | <ul style="list-style-type: none"> • Reporte de sostenibilidad • Portal proveedores página web • Memoria anual | <ul style="list-style-type: none"> • Evaluaciones y planes de mejora • Línea ética |
|  | Agricultores | <ul style="list-style-type: none"> • Reporte de sostenibilidad • Portal proveedores página web • Memoria anual | <ul style="list-style-type: none"> • Jornadas de agricultores de trigo y arroz • Reuniones colaborativas • Capacitaciones y asesorías in situ • Línea ética |
|  | Clientes | <ul style="list-style-type: none"> • Portal clientes página web • Página web Club Carozzi • Memoria anual | <ul style="list-style-type: none"> • Plan Global de Negocios • Club Carozzi • Línea ética • Estudios de satisfacción |

GRUPOS DE INTERÉS

| | Grupo de interés | ¿Cómo les informamos? | ¿Cómo nos comunicamos o vinculamos? |
|---|--|---|---|
|  | Comunidades | <ul style="list-style-type: none"> • Reporte de sostenibilidad • Visitas a plantas • Jornadas deportivas | <ul style="list-style-type: none"> • Relación con ejecutivos de relacionamiento de la compañía (Relationship manager) • Mesas de trabajo en el marco del programa de relacionamiento con vecinos • Línea ética |
|  | Autoridades e instituciones de orden público | <ul style="list-style-type: none"> • Memoria anual y reporte de sostenibilidad • Envío permanente de información requerida • Página web corporativa | <ul style="list-style-type: none"> • Línea ética • Reuniones de relacionamiento solicitadas por Ley del Lobby |
|  | Asociaciones gremiales | <ul style="list-style-type: none"> • Memoria anual y reporte de sostenibilidad | <ul style="list-style-type: none"> • Membresía y participación en asociaciones y gremios |
|  | Academia | <ul style="list-style-type: none"> • Material informativo sobre perfil nutricional de nuestros productos • Visitas a nuestras plantas • Jornada de alimentación • Reporte de sostenibilidad | <ul style="list-style-type: none"> • Reuniones informativas y técnicas |
|  | Nutricionistas | <ul style="list-style-type: none"> • Reporte de sostenibilidad | <ul style="list-style-type: none"> • Visitas a profesionales de la salud • Visitas a nuestros skyviews |
|  | Medios de comunicación | <ul style="list-style-type: none"> • Memoria anual • Reporte de sostenibilidad | <ul style="list-style-type: none"> • Reuniones de relacionamiento |

ACERCA DE ESTE

REPORTE

En este Reporte de Sostenibilidad 2019, el cuarto de Empresas Carozzi S.A., damos cuenta de nuestra gestión a partir de información relevante acerca de los programas, iniciativas y acciones que realizamos.

Para la entrega de esta información hemos utilizado como guía los Estándares GRI (Global Reporting Initiative), en su versión esencial, así como también indicadores propios de la Compañía. Este reporte abarca el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2019 e informa de la gestión relacionada con nuestras operaciones en Chile y Perú.

DEFINICIÓN DE ASUNTOS RELEVANTES

Para identificar y priorizar los temas materiales o asuntos relevantes de este reporte se llevaron a cabo las siguientes acciones:

ANÁLISIS DE CONTEXTO Y TENDENCIAS: a través de una revisión de estudios sobre temas propios de la industria alimentaria y análisis de publicaciones de prensa, revistas y newsletters especializados, se recogió una variedad de asuntos vinculados a la gestión de la Compañía.

BENCHMARK DE LA INDUSTRIA: se recopilaron los temas materiales que en el último periodo reportaron empresas líderes a nivel mundial con las que se compara Carozzi.

ENTREVISTAS Y ENCUESTA A GERENTES: se realizaron entrevistas al director y presidente del Comité de Sostenibilidad, al gerente general, gerentes corporativos y de diferentes áreas. A todos ellos se les aplicó una encuesta, mediante la cual se obtuvo una lista de temas materiales prioritarios, los que fueron ponderados para su priorización.

Como resultado, se definieron 15 asuntos relevantes a reportar, de los cuales 12 representan contribuciones concretas a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU.

En este reporte presentamos el contexto y el enfoque de gestión para cada uno de estos temas materiales, bajo el formato ¿Por qué es importante? y ¿Qué hacemos en Carozzi?

NUESTRA CONTRIBUCIÓN A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



- » Gestión ética
- » Buenas prácticas de gobierno corporativo



- » Clima y bienestar laboral
- » Protección de la salud y seguridad de los colaboradores



- » Promoción de hábitos alimenticios saludables
- » Promoción de estilos de vida saludables
- » Compromiso con la calidad nutricional



- » Gestión de impactos ambientales del producto
- » Gestión de impactos ambientales del proceso productivo
- » Desarrollo de proveedores de servicios críticos



- » Gestión responsable de la cadena de abastecimiento y distribución



- » Relacionamiento comunitario



- » Gestión de satisfacción de reclamos de clientes y consumidores
- » Gestión de riesgos
- » Reputación

1

PILAR SOLIDEZ, LIDERAZGO Y CONFIANZA

Nuestra gestión de sostenibilidad se basa en una robusta estructura de gobierno corporativo que entrega, entre otros, directrices y lineamientos basados en la visión y los valores de la organización.



Este pilar de nuestra estrategia de sostenibilidad lo gestionamos a través de cinco lineamientos:



Gestión ética



Buenas prácticas de gobierno corporativo



Gestión de riesgos



Reputación



Relacionamiento gremial

1.1 GESTIÓN

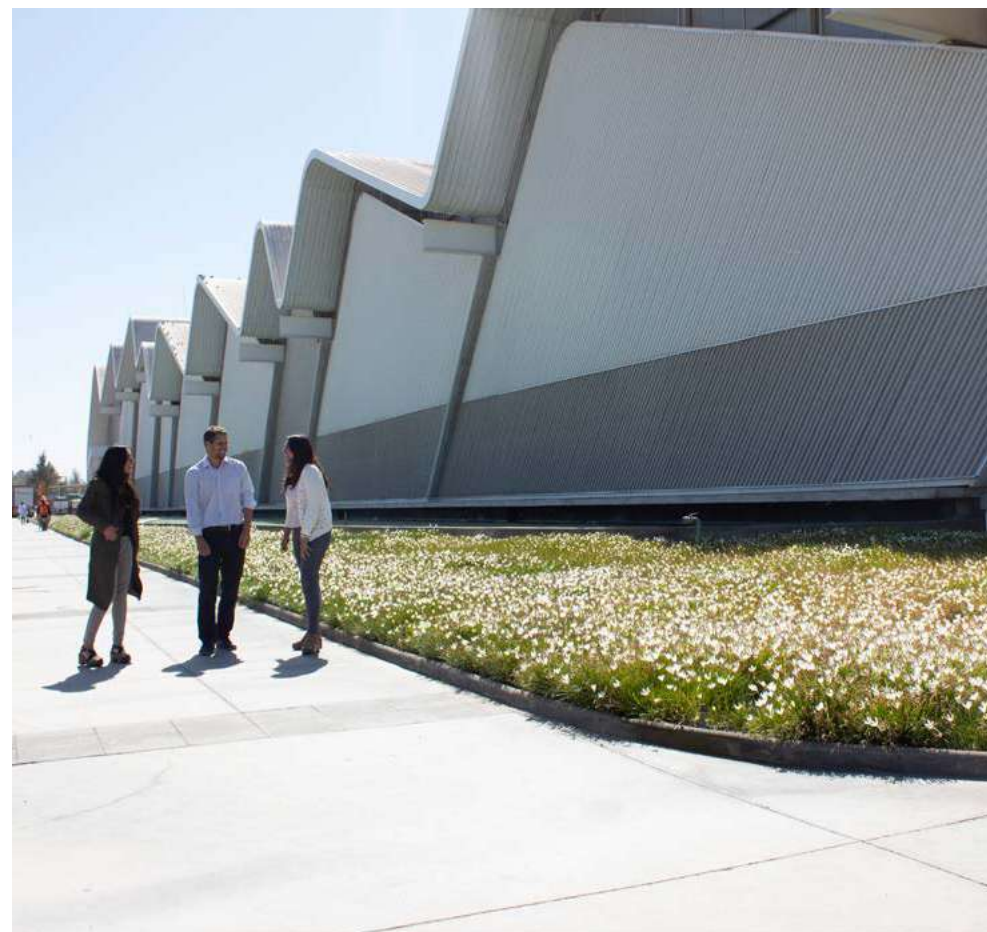
ÉTICA

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

Los aspectos valóricos y éticos son de alta importancia en la gestión de cualquier organización. El Objetivo de Desarrollo Sostenible 16 de la Agenda 2030 de la Organización de Naciones Unidas, que promueve “Paz, justicia e instituciones sólidas”, apunta a que existan “instituciones eficaces y transparentes que rindan cuentas” y que adopten “decisiones inclusivas, participativas y representativas que respondan a las necesidades”.

¿QUÉ HACEMOS EN CAROZZI?

Nuestra premisa es que la ética forma parte de la cultura organizacional. Nuestra filosofía corporativa está construida sobre un valor central, el respeto por las personas, y sobre este, se apoyan otros cuatro valores: la honestidad, la sencillez, el compromiso y la pasión por el trabajo bien hecho. Tenemos un sólido modelo de gestión ética, con una estructura, responsabilidades, políticas y normativas relacionadas, que son lideradas por un Comité de Ética y Conducta.



ACTIVIDADES DEL COMITÉ DE ÉTICA



Entre las funciones de este comité están: asegurar la difusión del Código de Ética, atender consultas relativas a este, realizar las investigaciones (a partir de denuncias que pueden llegar de manera presencial o a través de la línea ética en la página web) y pronunciarse sobre conflictos de interés. El correo comitedeetica@carozzi.cl es utilizado principalmente por colaboradores, habiéndose logrado con este medio una comunicación directa y eficiente.

Para ayudar en la difusión y correcta interpretación del Código de Ética, se llevan a cabo permanentemente charlas presenciales, se desarrollan artículos en revistas internas, se envían correos masivos, entre otros.



51 charlas
DE DIFUSIÓN DEL
CÓDIGO DE ÉTICA
2016-2019

1.277
participantes

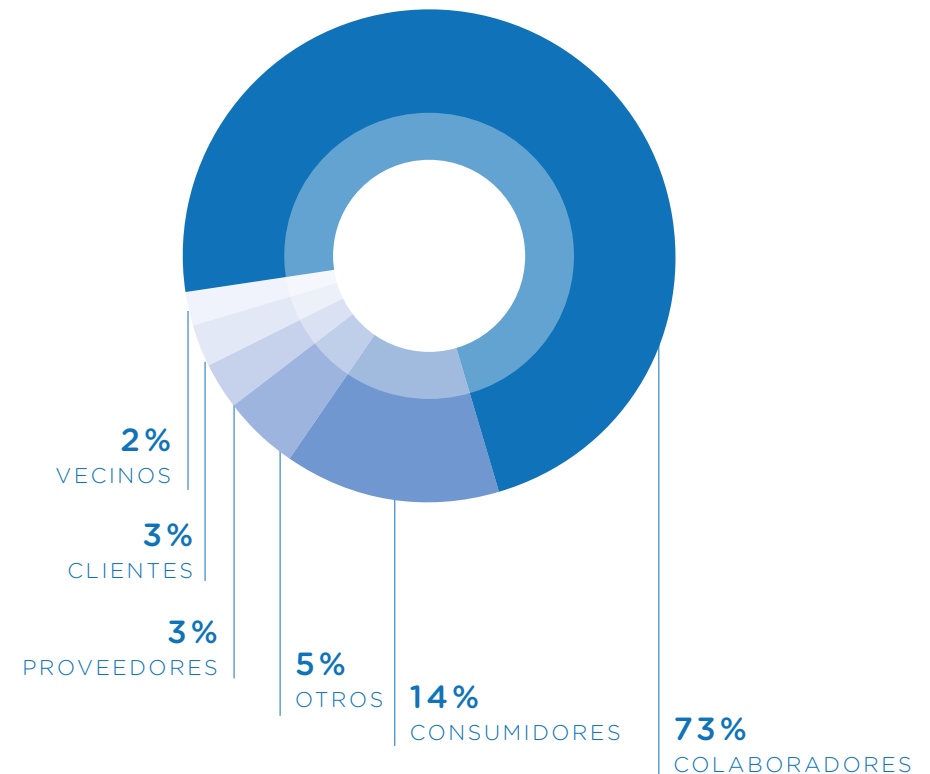
EN LAS CHARLAS
2016-2019



DENUNCIAS

Durante el año 2019 se recibieron 62 denuncias a través de nuestro canal web, que se comparan con 32 recibidas en 2018. Este aumento, sumado al hecho de que muchos colaboradores denuncian de manera presencial, refleja la confianza que se ha generado en la gestión de ellas.

DENUNCIAS RECIBIDAS EN 2019 POR GRUPO DE INTERÉS



1.2 BUENAS PRÁCTICAS DE

GOBIERNO CORPORATIVO

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

Un buen gobierno corporativo es vital para la sostenibilidad de una empresa y esencial para la creación de valor. Otorga mayor transparencia a los procesos y contribuye a generar confianza por parte de los grupos de interés. En ese sentido, la gobernanza clara y ética de una organización es una contribución al ODS 16.

¿QUÉ HACEMOS EN CAROZZI?

La conducción estratégica de la Compañía está en manos del Directorio, compuesto por siete directores titulares y siete suplentes. Estos son elegidos cada tres años por la Junta de Accionistas, de acuerdo con sus capacidades técnicas, experiencia y cualidades de liderazgo. El Directorio evalúa y aprueba el plan estratégico, los presupuestos y las políticas relevantes: Gobierno Corporativo, Código de ética, Gestión de riesgos, Prevención de delitos, Libre competencia, Operaciones con partes relacionadas, Sostenibilidad, entre otras, así como cualquier información que resulte relevante para el desarrollo de los negocios de Carozzi.

GESTIÓN ANTICORRUPCIÓN



Disponemos de un Modelo de Prevención de Delitos que se ha aplicado durante los últimos años; en el año 2019 se debieron actualizar tanto cláusulas de contratos de trabajadores como de proveedores, conforme a los delitos que agregó la Ley N°20.393. En la medida en que la citada ley ha tenido modificaciones, se ha informado de inmediato a todos los colaboradores a través de correos enviados por el Comité de Ética. Lo mismo se aplicó en el caso de las modificaciones de los códigos penales de Chile y Perú, cuando estos incorporaron como delito la corrupción entre privados.



Nuestros colaboradores se muestran activos en la generación de consultas permanentes a las jefaturas y al Comité de Ética para revisar prácticas comerciales.

PROGRAMA DE LIBRE COMPETENCIA

Mantenemos un completo programa de libre competencia que considera charlas de actualización a cargo de abogados expertos, en las que participan activamente los gerentes de primera línea, con el objetivo de transmitir de manera directa la importancia que la Compañía le asigna a este tema. Los colaboradores se muestran activos en la generación de consultas permanentes a las jefaturas y al Comité de Ética para revisar prácticas comerciales.

En la última charla del año 2019, se lanzó el curso interactivo online dirigido a las áreas comerciales que será obligatorio para todos los integrantes de ellas.

En Perú, la capacitación en libre competencia y prevención del delito alcanzó a 90 personas en 2019.

Ni en Chile ni en Perú se ha recibido denuncia alguna respecto de situaciones que pudiesen atentar contra la libre competencia.

CAPACITACIONES DE LIBRE COMPETENCIA



1.3 GESTIÓN DE

RIESGOS

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

Los riesgos son inherentes a toda organización, y si bien no es posible eliminarlos del todo, su adecuada gestión — bajo una metodología probada y acorde a la naturaleza, cultura y tamaño de cada entidad —, ayudará a disminuir los impactos de eventos adversos que puedan afectar el logro de los objetivos, y por ende, la sostenibilidad de esta.

¿QUÉ HACEMOS EN CAROZZI?

Tenemos implementada una metodología para la gestión continua de nuestros riesgos estratégicos. Anualmente priorizamos los riesgos de acuerdo con un análisis comparativo con los que emergen tanto en la industria y el mundo, más nuestra percepción interna y local. Esta actividad la realizan los ejecutivos de todas las líneas de negocio y de ella surge un plan de trabajo que es visado y monitoreado por el Comité de Riesgos y Auditoría, que reporta su avance al Directorio.

Durante el año 2019, el plan de gestión anual de riesgos consistió en dar seguimiento a los planes de acción establecidos en años anteriores y avanzar en la evaluación de riesgos adicionales seleccionados en base a un plan anual. Tanto los dueños de riesgos como quienes se relacionan con ellos exponen ante el Comité de Riesgos y Auditoría, dando con ello mayor visibilidad ante los directores que integran dicho Comité.



GESTIÓN DE RIESGOS

| Principales riesgos | Mitigantes | Grupos de interés | Lineamientos estratégicos |
|---|--|---|---|
| <p>Productos contaminados Productos contaminados o de mala calidad que lleguen al cliente o al consumidor final.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Fuerte cultura orientada a la inocuidad • Procesos de calidad e inocuidad robustos • Certificaciones HACCP- BRC • Procesos de selección de proveedores • Auditorías internas de calidad • Análisis periódicos de patógenos | <ul style="list-style-type: none"> • Consumidores • Clientes • Accionistas | <ul style="list-style-type: none"> • Sostenibilidad • Excelencia en calidad • Visibilidad • Mejoramiento continuo |
| <p>Salida de personas en puestos clave No disponer de personal calificado ni garantizar que los planes de sucesión sean efectivos para el reemplazo de cargos clave a nivel operativo y ejecutivo.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Plan de sucesión específico para puestos clave • Desarrollo e implementación de un programa de liderazgo • Seguimiento de años en el cargo, para crear instancias de motivación | <ul style="list-style-type: none"> • Colaboradores • Accionistas | <ul style="list-style-type: none"> • Sostenibilidad • Atracción y fidelización de talentos |
| <p>Vulnerabilidad de sistemas Filtración al mercado de información estratégica o paralización de procesos clave, debido a vulneración de la seguridad de sistemas de información e indisponibilidad de los mismos.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Servidores en el extranjero • Información replicada en la nube • Certificados SSAE16 para servidores en EE.UU. • Mantenimiento preventivo del data center • Servicio de detección de vulnerabilidades (seguridad perimetral) • Gestión de incidentes • Gestión de usuarios con privilegios • DRP- Disaster Recovery Plan- con estrategias de respaldo | <ul style="list-style-type: none"> • Colaboradores • Clientes • Proveedores • Accionistas | <ul style="list-style-type: none"> • Sostenibilidad • Visibilidad • Supply chain • Mejoramiento continuo |



GESTIÓN DE RIESGOS

| Principales riesgos | Mitigantes | Grupos de interés | Lineamientos estratégicos |
|---|--|--|---|
| <p>Desastres y catástrofes Pérdidas en infraestructura y daños a las personas por desastres naturales (terremoto e inundación) o incendios en alguna de las instalaciones.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Adhesión a estándares internacionales NFPA en materia de protección de incendios • Brigadas de emergencia capacitadas y operando • Auditorías externas a sistema de seguridad • Edificaciones con estándares de construcción según normativa antisísmica • Seguros comprometidos | <ul style="list-style-type: none"> • Colaboradores • Clientes • Proveedores • Agricultores • Comunidades • Consumidores • Accionistas | <ul style="list-style-type: none"> • Sostenibilidad • Supply chain • Mejoramiento continuo |
| <p>Conflictos con comunidades Conflictos causados por impactos de nuestras operaciones en los grupos humanos localizados en los alrededores de recintos Carozzi</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Comunidades vecinas claramente definidas e identificadas • Desarrollo de actividades comunitarias • Interrelación constante con comunidades (mesas de trabajo) a través del área de relacionamiento comunitario | <ul style="list-style-type: none"> • Comunidades • Colaboradores • Accionistas | <ul style="list-style-type: none"> • Sostenibilidad • Supply chain |



GESTIÓN DE RIESGOS

| Principales riesgos | Mitigantes | Grupos de interés | Lineamientos estratégicos |
|--|--|---|---|
| <p>Daños al medioambiente Toda pérdida, disminución, detrimento o menoscabo significativo inferido al medioambiente o a uno o más de sus componentes.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Medición anual de parámetros de calderas y hornos • Medición de material particulado anual de cada uno de los filtros de polvo • Mantenimiento preventivo de calderas y hornos • Control mensual de parámetros físico -químicos de aguas residuales • Control continuo de caudales y cuerpos receptores de aguas residuales • Medidores de flujo de extracción de aguas subterráneas • Mantenimiento preventivo de sistemas de extracción de aguas subterráneas • Medición anual en receptores (ruidos) • Campañas internas con transportistas (ruidos) • Auditorías de cumplimiento de exigencias de normativas medioambientales | <ul style="list-style-type: none"> • Comunidades • Colaboradores • Accionistas | <ul style="list-style-type: none"> • Sostenibilidad • Mejoramiento continuo |
| <p>Salud y seguridad de las personas Combinación de la probabilidad de un evento peligroso o exposición relacionada con el trabajo y la severidad del daño y / o deterioro a la salud que puede causar.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Capacitaciones continuas • Programa Control Riesgos de Máquinas • Lista de chequeo de puesta en marcha de máquinas • Programa 5S (plan integral de metodología japonesa) • Procedimiento para trabajos eléctricos • Procedimiento y formato de autorización para trabajo en altura • Hojas de seguridad productos químicos | <ul style="list-style-type: none"> • Colaboradores • Accionistas | <ul style="list-style-type: none"> • Sostenibilidad • Mejoramiento continuo |

En caso de que surjan situaciones o eventos que generen, o puedan generar, altos impactos a la Compañía, se conforma un Comité de Crisis que actúa de acuerdo

con una política formal establecida para tales efectos. El Comité de Crisis lo integran los altos ejecutivos de todas las líneas de negocio de la Compañía.

1.4

REPUTACIÓN

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

La tendencia mundial más importante que impactará la reputación de las empresas en 2020 es su imagen asociada a “cumplir con un propósito superior”, según un estudio mundial del Reputation Institute. Los aspectos altamente valorados y que denotan que las empresas “hacen lo correcto” se asocian con: inversión responsable, privacidad de los datos, cambio climático, sostenibilidad, abastecimiento responsable, diversidad e inclusión.

¿QUÉ HACEMOS EN CAROZZI?

En Carozzi hemos construido nuestra reputación a lo largo de 121 años de historia, en la cual las distintas generaciones han demostrado su convicción por los valores que nos han llevado a forjar una cultura única. Entendemos que somos un actor de la sociedad, a ella nos debemos y ella es la que en definitiva nos asigna reputación. Aspiramos a cumplir nuestro propósito en un contexto extremadamente desafiante, por lo que nos mantenemos atentos y receptivos hacia lo que nuestros grupos de interés esperan de la Compañía.



RECONOCIMIENTOS



REPTRACK

En 2019, nuestra Compañía obtuvo el tercer lugar entre las empresas mejor valoradas en productos y servicios del ranking RepTrack, dentro de la categoría excelente-superior. Los principales atributos que nos hicieron merecedores de este galardón fueron: integridad, innovación, liderazgo, resultados financieros, entorno de trabajo y ciudadanía.



PREMIO INICIATIVA EMPRESARIAL

Nuestro programa “Puertas Abiertas” fue elegido el más destacado de la versión 2019 de este premio que entrega Diario Financiero, en base a la votación de sus lectores luego de una selección que hace el equipo de prensa sobre las noticias de este ámbito publicadas durante el año.

En 2019 recibimos diversos reconocimientos a la reputación de la Compañía. Estas distinciones nos comprometen para seguir trabajando por responder a las expectativas de todos nuestros grupos de interés.



CHILE 3D

Dos importantes reconocimientos recibió Pastas Carozzi por el estudio Chile 3D-GFK en 2019: “Marca de Excelencia”, tras la evaluación de consumidores sobre un universo de más de 400 marcas, de las cuales 17 fueron catalogadas con ese atributo, y “Marca con Propósito”, elegida por su impacto positivo en la sociedad y en responsabilidad social.



BEST PLACE TO INNOVATE

La consultora especializada en innovación asociada a la Universidad Adolfo Ibáñez destacó los resultados de Carozzi como una de las empresas más innovadoras del año 2019, resaltando nuestro potencial innovador gracias a buenas puntuaciones en propósito, objetivos y estrategias, tras analizar las respuestas de clientes, proveedores, colaboradores y ejecutivos.



AYUDA A LA COMUNIDAD

El Instituto Nacional de Defensa Civil de Perú otorgó un reconocimiento a Molitalia por nuestra participación en las campañas de atención a poblaciones afectadas por desastres naturales en Perú.



PROGRAMA CAROZZI PUERTAS ABIERTAS

El objetivo de este programa es dar a conocer con total transparencia nuestra forma de hacer las cosas, mediante visitas a las plantas que realizan diversos grupos de interés. La iniciativa busca fomentar relaciones cercanas y de confianza a través de recorridos que permiten observar la elaboración de alimentos desde la recepción de los insumos hasta el envasado de productos, a la vez que explicamos los ingredientes que se utilizan en ellos. Los visitantes pueden observar los procesos gracias a la infraestructura de Skyview (pasarelas en altura) dispuesta especialmente para este propósito, en un recorrido interactivo y en salas acondicionadas para propósitos educativos.

En 2019 inauguramos el programa “Puertas Abiertas” en la Planta Reñaca, donde los visitantes pueden conocer nuestras tradicionales fábricas de chocolates y caramelos. A través del recorrido, guiado y sensorial por las dependencias de la planta, se aprende sobre los procesos productivos y las máquinas utilizadas en los inicios de la Compañía. De esta forma, los asistentes conocen una parte de la interesante historia patrimonial industrial de la Región de Valparaíso.

Desde sus inicios, hace cinco años, este programa ya registra más de 130 mil visitas al complejo industrial de Nos, principalmente de niños, adultos mayores, personas de comunidades vecinas y de otras regiones, que recorren las plantas de pastas, galletas, cereales, bebidas y postres y Pancho Villa.



VISITAS A COLEGIOS

Debido a la contingencia que se vivió en el país a partir del estallido social de octubre de 2019, que provocó suspensión de clases y medidas de seguridad para evitar desplazamientos, implementamos la modalidad “Puertas Abiertas en tu Colegio”, llevando el contenido de los programas “Comamos Informados” y “5x30” a los establecimientos que estaban en funcionamiento. En estas instancias, los contenidos destacados de cada programa fueron los siguientes:

“Comamos Informados”: presentación de las porciones adecuadas de consumo diario de los distintos ti-

pos de alimentos, insistiendo en lo relevante que es acompañarlo con actividad física.

“5x30”: ejercicios y juegos para promover la importancia de hacer una rutina de cinco sesiones de actividad física a la semana, como recomienda la OMS.

La recepción fue muy positiva y, por el hecho de realizarla directo en los colegios, nos permitió llegar a un número muy alto de contactos, superando el promedio mensual que teníamos hasta ese momento.

TESTIMONIO

“Recibimos muchos mensajes de agradecimiento de nuestros vecinos de Nos, porque, además de las visitas a la planta, hicimos un taller deportivo para los niños. Ahora que abrimos el programa en Reñaca, estamos dando la oportunidad a más personas de conocer la planta y en forma prioritaria nos hemos enfocado en esos vecinos. Nuestro equipo, formado por profesores, está muy comprometido con el programa y trabajamos muy acoplados para que esto funcione”.

Ariela Montiel
Coordinadora
de “Puertas Abiertas”



130.000
visitas ENTRE 2013
Y 2019

17.547
Nos NIÑOS
PARTICIPARON EN
PUERTAS ABIERTAS
DE NOS EN 2019

2.298
Santiago NIÑOS
PARTICIPARON
EN PUERTAS
ABIERTAS EN
TU COLEGIO EN
SANTIAGO EN
2019



2.189
Reñaca NIÑOS
PARTICIPARON
EN EL PROGRAMA
PUERTAS ABIERTAS
REÑACA DURANTE
2019

1.315
Viña del Mar NIÑOS PARTICIPARON
EN PUERTAS ABIERTAS
EN TU COLEGIO EN VIÑA
DEL MAR EN 2019





COPA CULINARIA

Como Compañía que aspira a ser líder en la industria alimentaria, en Carozzi hemos asumido el desafío de fomentar el desarrollo del talento de jóvenes y emprendedores, potenciando a Chile como destino gastronómico.

La Copa Culinaria es el torneo de cocina profesional más importante de Chile y en 2019 se realizó su cuarta versión, con 459 equipos inscritos (cerca de 1.400 personas) entre estudiantes y profesionales de la cocina. La competencia se realizó en cuatro categorías:

- » Liceos técnico-profesionales
- » Junior (CFT e instituciones profesionales)
- » Profesionales
- » Pastelería (profesionales)

El torneo es organizado en alianza con la Federación Gastronómica de Chile y cuenta con la colaboración de Inacap, Universidad Santo Tomás y revista Chef&Hotel, bajo las normas del Foro Iberoamericano de Asociaciones Gastronómicas Profesionales. La idea de abarcar todo el territorio nacional busca potenciar la

identidad culinaria del país. Por eso, las clasificatorias regionales se realizaron en Iquique, Antofagasta, La Serena, Valparaíso, Santiago, Concepción, Temuco, Puerto Montt y Punta Arenas.

Por segundo año consecutivo convertimos la Copa Culinaria en un programa de televisión de nueve episodios, el cual se transmitió a través de las pantallas de Mega para todo el país. Al igual que en 2018, el programa tuvo muy buenos resultados de rating, liderando en sintonía durante la mayoría de sus emisiones.

Los ganadores de las categorías Junior y Senior (profesionales) representan al país en el concurso gastronómico Copa Culinaria de las Américas. Entre los premios hay insumos para los colegios, productos Steward de cocina y cursos de perfeccionamiento en el exterior.

El equipo triunfante de la versión 2018 ganó la cuarta versión de la Copa de las Américas, en República Dominicana, y obtuvo también el primer lugar en la Copa Culinaria del Pacífico, en Ecuador, a la que asistieron cerca de 500 cocineros de todo el continente.

1.400
participantes



459 equipos
inscritos



34.467 VISITAS SITIO
WEB COPA
CAROZZI

CONTACTOS EN
FACEBOOK COPA
CAROZZI

6.327



RELACIONAMIENTO GREMIAL

Mediante nuestra participación en diversas asociaciones empresariales escuchamos a otros actores y enriquecemos nuestra gestión con la observación de buenas prácticas. Del mismo modo, contribuimos con nuestra experiencia y disposición a participar en aquellos proyectos colaborativos que aportan valor a nuestra gestión y a nuestros públicos de interés.



| Asociación ¹ | Descripción |
|--|--|
| Asociación Nacional de Alimentos y Bebidas [AB-Chile]. | AB Chile es una entidad gremial que reúne a los productores e importadores de alimentos y bebidas analcohólicas, tanto nacionales como extranjeros, con presencia en el mercado chileno. |
| Sociedad de Fomento Fabril [SOFOFA] | Federación gremial, sin fines de lucro, que reúne a empresas y gremios vinculados al sector industrial chileno. |
| Asociación Gremial de Industrias Proveedoras [AGIP] | AGIP reúne a 32 empresas asociadas y dos asociaciones gremiales, de ocho rubros, entre ellos alimentos, y su misión es promover el desarrollo, perfeccionamiento y la información de la industria proveedora chilena. |
| Acción Empresas | Organización sin fines de lucro que representa en Chile al World Business Council for Sustainable Development (WBSCD). |
| Instituto Chileno de Administración Racional de Empresas [ICARE] | Corporación privada sin fines de lucro e independiente de intereses gremiales y políticos, fundada en 1953 por empresarios y profesionales vinculados a diversos sectores de la actividad económica nacional con el propósito de promover la excelencia empresarial en el país. |
| Cámara Regional del Comercio y la Producción Valpo [CRCP] | Asociación gremial más antigua de América Latina y un actor relevante del desarrollo económico regional. Representa los intereses de los socios y realiza un trabajo conjunto público-privado para propiciar espacios que vayan en beneficio del progreso económico, político y social de la Región de Valparaíso. |

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



RELACIONAMIENTO GREMIAL

| Asociación¹ | Descripción |
|---|--|
| Asociación Nacional de Avisadores de Chile [ANDA Chile] | Asociación gremial de avisadores, miembro de la WFA (Fed. Mundial de Anunciantes). Entre sus finalidades están la representación del gremio, la defensa de la libertad de expresión comercial, la autorregulación y la ética publicitaria. |
| Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria [CONAR] | Corporación de derecho privado sin fines de lucro, cuyo objetivo principal es autorregular, desde la perspectiva ética, la actividad publicitaria nacional, de manera tal que se desarrolle en armonía con los principios y normas consagradas en el Código Chileno de Ética Publicitaria. |
| Asociación de industriales del centro (Asicent) | Asociación gremial de la Región del Maule. Sus socios pertenecen a distintos rubros o actividades económicas, agrupadas en los sectores alimento, maderero, financiero, servicios, vitivinícola, agro-industrial y metalmecánica. |
| ChileAlimentos | Asociación de Empresas de Alimentos de Chile, entidad privada de carácter gremial, que reúne y representa a empresas de alimentos elaborados y compañías de maquinaria, equipos y de servicios relacionadas con el procesamiento de los alimentos. Su objetivo es promover el desarrollo y la protección de las actividades que le son comunes a sus asociados y la defensa de sus intereses, en Chile o en el extranjero, ante las autoridades y entidades públicas o privadas. |
| Sociedad Nacional de Industrias (SNI) | Institución sin fines de lucro que promueve el desarrollo de la industria manufacturera, impulsa la economía de mercado y contribuye al desarrollo del país a través de propuestas técnicas sectoriales de carácter económico, laboral y tributario, entre otros. |
| Cámara de Comercio de Lima | Asociación sin fines de lucro cuya misión es promover el desarrollo de la libre empresa, haciendo respetar sus legítimos derechos, facilitando oportunidades de negocio, brindándole asistencia y servicios e impulsando su competitividad. |



RELACIONAMIENTO GREMIAL

| Asociación ¹ | Descripción |
|---|---|
| Asociación de Anunciantes (ANDA Perú) | Asociación que agrupa a las principales empresas que invierten en publicidad en el Perú. Promueve y defiende las mejores prácticas de comunicación comercial, velando por el derecho de los consumidores a buena información e impulsando éticamente el desarrollo de la industria en beneficio de la sociedad. |
| Cámara de Comercio Americana del Perú (AMCHAM Perú) | Organización independiente y sin fines de lucro, que representa a empresas peruanas, estadounidenses y extranjeras. Cuenta con alrededor de 5.000 miembros que representan más de 580 empresas socias. |
| Asociación Soluciones Empresariales contra la Pobreza | Asociación sin fines de lucro, conformada por empresarios que buscan apoyar al Estado en temas de gestión, trasladando el know how de las empresas al Estado, para garantizar que las cosas sucedan. |
| Asociación Peruana de Empresas de Consumo Masivo | Asociación apolítica y sin fines de lucro que nace de la iniciativa de diferentes empresas proveedoras de productos de consumo masivo y trabaja para promover el ejercicio de las buenas prácticas comerciales y facilitar el comercio entre los proveedores y los canales de distribución. |
| GS1 Perú | Asociación global, neutral, de carácter técnico que desde hace más de 25 años trabaja en el país por el logro de eficiencias logísticas en las cadenas de suministro y productivas con base en la aplicación de los estándares globales GS1. |
| APPROLOG (Asociación Peruana de Profesionales en Logística) | Asociación Peruana de Profesionales en Logística, conformada por profesionales vinculados a las actividades logísticas y cadena de suministro del sector público y privado del país. |
| APERHU (Asociación Peruana de Recursos Humanos) | Asociación con más de 50 años al servicio de la comunidad de recursos humanos, que tiene como misión promover las buenas prácticas de gestión humana para desarrollar y potenciar el talento de las personas y agregar valor a la comunidad a nivel empresarial. |

2

PILAR CULTURA CAROZZI

Ser parte de Carozzi va más allá de trabajar en la Compañía: es una forma propia de relacionarnos y vivir cada día.



En Carozzi desarrollamos nuestra estrategia de fortalecimiento de cultura organizacional sobre los siguientes lineamientos:



Clima y bienestar laboral



Protección de la salud y seguridad de colaboradores



Desarrollo de colaboradores

2.1 CULTURA Y

VALORES

Nuestra cultura se identifica con un modo particular de relacionarse y hacer las cosas, teniendo como eje central el respeto por el otro; es decir, tratar a cada uno como espera y merece ser tratado. Este sello propio ha permitido que nuestra cultura a lo largo de los años se consolide como un elemento que nos destaca como organización.

En función de lo anterior es que durante 2019 revisamos el sentido, la forma y la redacción de nuestros valores, con el objetivo de acercar aún más la cultura a nuestros actos del diario vivir, más allá de dejarlos solamente como una declaración de principios (ver p. 7).



2.2 NUESTRO

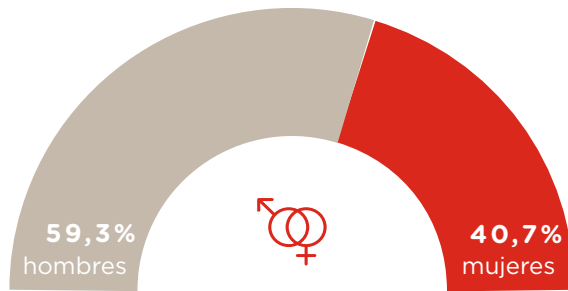
EQUIPO

Nuestro equipo está compuesto por 10.599 colaboradores, quienes trabajan en las operaciones de la Compañía en Chile, Perú y Argentina, y las oficinas comerciales que tenemos en Paraguay, Ecuador y Estados Unidos.

COLABORADORES

10.599

DOTACIÓN POR GÉNERO



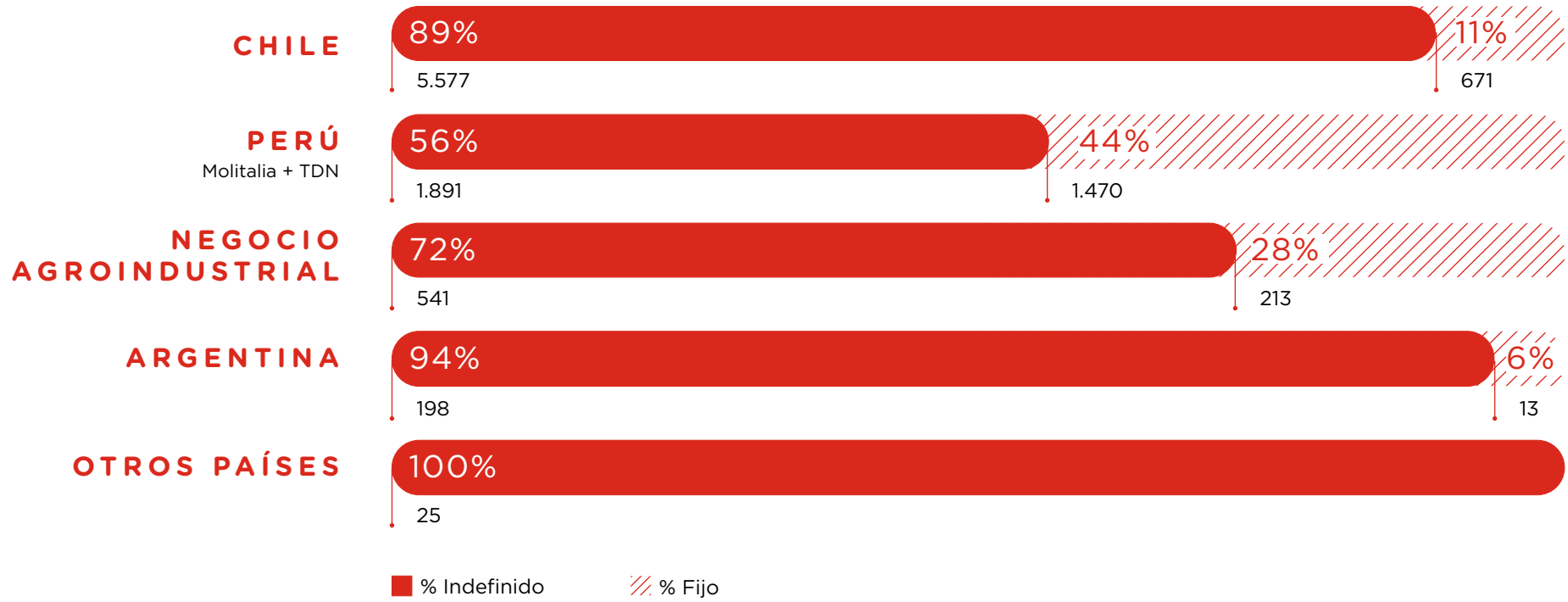
Dato incluye a los gerentes corporativos

DOTACIÓN POR PAÍS

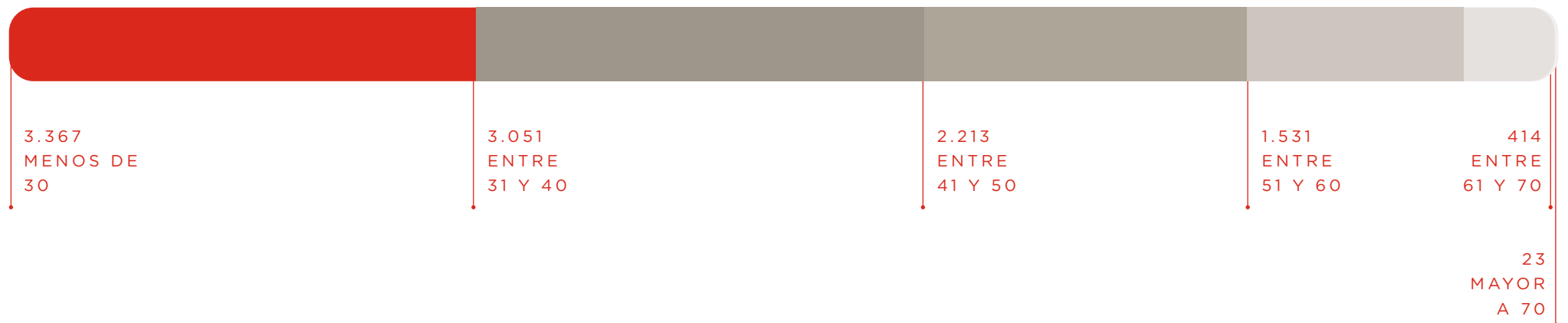


(*) Incluye Molitalia y Corporación TDN

DOTACIÓN SEGÚN TIPO DE CONTRATO



DOTACIÓN POR EDADES



2.3 CLIMA Y BIENESTAR

LABORAL

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

El bienestar laboral abarca aspectos como la calidad y seguridad del ambiente físico, el entorno, el clima laboral y la cultura interna, dice la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Varios de estos aspectos son parte del concepto “trabajo decente” que promueve el ODS 8 de la ONU.

¿QUÉ HACEMOS EN CAROZZI?

Desde los inicios de nuestra Empresa, hemos actuado con valores claros y consistentes que se han traspasado por generaciones. Nuestra cultura y forma de relacionarnos tiene una identidad bien definida, que favorece la creación de vínculos cercanos, transparentes y de respeto profundo entre las personas. Valoramos la permanencia en la Compañía, reconociendo los años de servicio en ella. En momentos en que para las nuevas generaciones esto puede ser algo accesorio, para nosotros es parte esencial de nuestro sello. Hacemos de la entrega de información, el desarrollo y la retroalimentación con los colaboradores, prácticas permanentes. Nos preocupamos especialmente de que esta cultura sea modelada a partir de un liderazgo coherente y motivador, al mismo tiempo que monitoreamos de modo regular el estado de nuestro clima laboral mediante encuestas y relaciones constructivas con los sindicatos.

ENCUESTA DE COMPROMISO

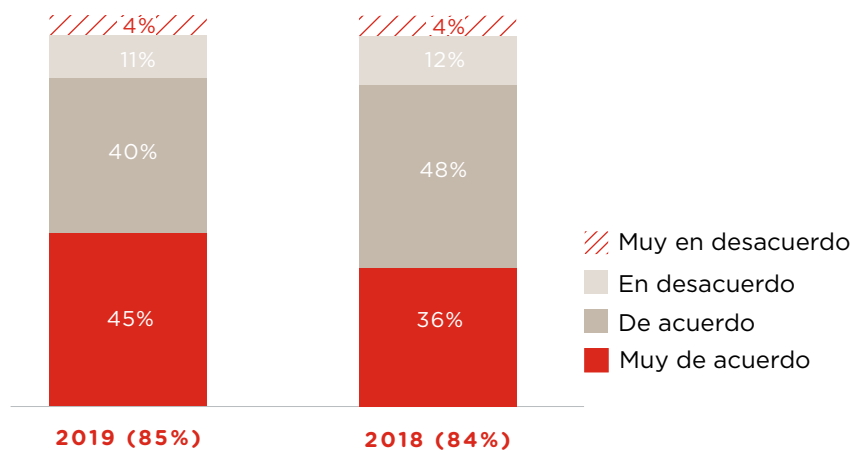


Realizamos anualmente esta medición para conocer la opinión de nuestros colaboradores acerca de diversos aspectos de su relación laboral y el ambiente interno en la organización. Entre 2018 y 2019, el porcentaje de compromiso a nivel Compañía aumentó de un 84% a un 85%.

Respecto de las dimensiones evaluadas, “trabajo” se mantuvo igual, “equipo” y “jefatura” aumentaron dos puntos y “Compañía” aumentó un punto porcentual.

Con los resultados que cada área obtiene en esta medición, realizamos gestiones como levantar buenas prácticas y ver la opción de replicarlas, así como realizar diagnósticos para abordar situaciones mejorables.

COMPROMISO CAROZZI 2018-2019



Universo: 6.027 colaboradores contestaron la Encuesta de Compromiso 2019, correspondiente a un 84% de la dotación en Chile.

El porcentaje de compromiso suma las opiniones “de acuerdo” y “muy de acuerdo”.

PRINCIPALES RESULTADOS DE ENCUESTA DE COMPROMISO

“% “de acuerdo” y “muy de acuerdo” con los enunciados



considera que nuestra Compañía es una empresa de prestigio



siente que es parte de su equipo de trabajo



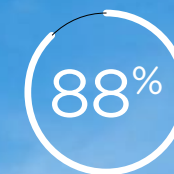
siente que su trabajo es importante para la Compañía



siente que su jefe lo trata respetuosamente



siente que nuestra Compañía le entrega estabilidad y respaldo



siente que cuenta con la ayuda de sus compañeros de trabajo cuando se necesita



siente que su jefe le reconoce y valora su aporte



ESTILO DE LIDERAZGO

Los líderes en Carozzi tienen la misión de representar la cultura con su ejemplo, motivar a sus equipos y manifestar los valores de la Compañía a través de acciones concretas.

YO RESPETO A LOS DEMÁS

Tengo la responsabilidad de liderar un equipo, lo que es un gran desafío, donde el respeto es el valor central para el éxito de esta tarea. Ser Carozzi es saber que un buen liderazgo se basa en el equilibrio entre cercanía y rigurosidad, haciéndose cargo de formar y motivar a todos los que diariamente han elegido ser parte del equipo.

YO MOTIVO A ENTREGAR LO MEJOR DE CADA UNO

Doy el ejemplo actuando acorde con nuestra cultura. Movilizo al equipo para que alcance su máximo potencial, dándole nuevos desafíos, confiando en sus capacidades y entregando siempre mi respaldo.

YO LIDERO CON CERCANÍA

Siempre estoy dispuesto a escuchar, promoviendo un trato horizontal. Reconozco las fortalezas y oportunidades de mejora del equipo y, cuando hay algún conflicto, me hago cargo de encontrar e implementar la solución.

YO PROMUEVO EL APRENDIZAJE

Comparto los propósitos del área y de la Compañía con mi equipo. Apoyo el desarrollo de las personas entregando retroalimentación constante, compartiendo mi experiencia y acompañando en cada nuevo desafío.



PROGRAMA DE LIDERAZGO

Durante 2019 continuamos impartiendo el programa Nuevos Líderes, destinado a desarrollar las habilidades de liderazgo de los colaboradores que asumen jefaturas. Al mismo tiempo, empezamos un proceso de renovación de este programa para ampliar su alcance a quienes ya pasaron por él, con el fin de actualizar las competencias de dirección de equipos. El programa renovado se pondrá en marcha en 2020, iniciándolo con gerentes y subgerentes, con el objetivo de llegar paulatinamente al 100% de los líderes de la Compañía.

Adicionalmente, en el año se capacitó al 68% de supervisores y jefes de turno de producción del Centro Industrial de Nos, en una jornada de dos horas, en la que se trabajó la relación supervisor/operador de línea, además de repasar temáticas de interés como comunicación, feedback y reconocimiento. Este taller fue incorporado al programa de liderazgo para alcanzar al resto de los líderes operativos de producción.

188 **PROFESIONALES
Y SUPERVISORES
ADMINISTRATIVOS
PARTICIPANTES EN
PROGRAMA NUEVOS LÍDERES**

21 **SUPERVISORES OPERATIVOS
PARTICIPANTES EN PROGRAMA
NUEVOS LÍDERES**

2.4 RELACIONES

LABORALES

En Carozzi tenemos relaciones de confianza y cercanía con todos los colaboradores y sus representantes. En el caso de los sindicatos, tenemos un plan de reuniones regulares y formales con sus directivas.

Durante 2019 seguimos fortaleciendo la relación con los 14 sindicatos existentes en nuestras operaciones de Chile, Perú y Argentina.

PREVENCIÓN DEL ACOSO EN EL TRABAJO

Dado que reviste gran importancia para la Compañía la prevención del acoso sexual es que este tema se incluye tanto en las charlas de ética que se imparten a colaboradores como en correos de difusión interna. En el caso de la subsidiaria en Perú, se constituyó un Comité de Intervención frente al Hostigamiento Sexual, según requiere la Ley N°27.942, Ley de Prevención y Sanción del Hostigamiento Sexual vigente en ese país.

Este comité, además de poder recibir quejas o denuncias, investiga, dicta medidas de protección, emite recomendaciones de sanción y otras medidas adicionales para evitar nuevos casos. Las denuncias de este tipo también se pueden efectuar a través de los canales web dispuestos por la Compañía en todos los países, con la única salvedad de que en este caso no puede haber anonimato, dadas las normas legales que estas investigaciones deben cumplir.





PERÚ

Las principales acciones desarrolladas en 2019 fueron: fortalecimiento de relaciones a través de mesas de trabajo; capacitaciones en habilidades blandas, de liderazgo y comunicación asertiva, y seguimiento a cumplimiento de acuerdos en negociación colectiva.



ARGENTINA

En Argentina en general, el Sindicato de Alimentos se rige por negociaciones colectivas en Paritarias Nacionales. Por lo tanto, Bonafide no las realiza de forma directa, ya que lo representa la Cámara de Industriales de Productos Alimenticios.



CHILE

La agenda 2019 contempló encuentros y conversaciones periódicas, reuniones con representantes de la Dirección del Trabajo, Seremi y otros actores laborales. También se llevó a cabo un plan de reuniones con niveles jerárquicos de la Compañía. Se adelantaron los procesos de negociaciones colectivas y se cerraron tres acuerdos de modo anticipado.

| CHILE | PERÚ | ARGENTINA |
|--|---|------------------------------------|
| 10 SINDICATOS | 3 SINDICATOS | 2 SINDICATOS |
| TRABAJADORES SINDICALIZADOS 55% | TRABAJADORES SINDICALIZADOS 33% | TRABAJADORES SINDICALIZADOS 67% |
| 2 GRUPOS NEGOCIADORES | 1 ACUERDO COLECTIVO EN 2019 | |
| 3 ACUERDOS COLECTIVOS EN 2019 | COLABORADORES CUBIERTOS POR NEGOCIACIÓN COLECTIVA 9% | |
| COLABORADORES CUBIERTOS POR NEGOCIACIÓN COLECTIVA 68% | | |

2.5 PROTECCIÓN DE LA SALUD Y SEGURIDAD DE LOS

COLABORADORES

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

El ODS 8 de la Agenda 2030 de la ONU, “Trabajo Decente y Crecimiento Económico”, plantea la necesidad de “proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos para todos los trabajadores”.

En Chile, la Ley N°16.744 establece normas sobre accidentes del trabajo y enfermedades profesionales y conforma un seguro obligatorio para todos los trabajadores del país. Al alero de esta regulación se ha desarrollado una amplia experiencia público-privada destinada a promover una cultura preventiva y brindar las prestaciones que se requieran. Según datos de la Superintendencia de Seguridad Social (SUSESO), el sector industrial tuvo una tasa de 4,4 accidentes por cada 100 trabajadores protegidos en 2018, levemente mayor a la de otros sectores económicos.

¿QUÉ HACEMOS EN CAROZZI?

Nuestra misión en ese ámbito llama a aplicar altos estándares de seguridad y salud, siendo efectivos y eficientes en generar y mantener las mejores condiciones para todos los trabajadores, sean propios o contratistas. Nos mueve la convicción de que todos los accidentes y enfermedades ocupacionales son evitables, por lo cual tenemos una política que sustenta lineamientos y objetivos concretos. Cada año desarrollamos un plan de trabajo preventivo y educativo que nos permite gestionar y reducir los índices de accidentabilidad. En 2019, nuestra tasa de accidentabilidad fue de 2,6 en todas las operaciones en Chile, la cual es inferior a la tasa de 3,3 registrada en 2018 y también inferior al promedio del sector manufacturero industrial informado por la SUSESO.





PROGRAMA DE PROTECCIÓN DE RIESGOS EN MÁQUINAS

En este programa, iniciado en 2018, se definió como objetivo identificar la criticidad de las máquinas y priorizar acciones para que todas las instalaciones cumplan la normativa vigente y se desarrollen las actividades necesarias para evitar la ocurrencia de accidentes graves que puedan afectar a los trabajadores.

Para el año 2019 podemos reportar avances significativos en el levantamiento de la matriz, identificando de manera objetiva los riesgos en máquinas para la seguridad y salud de nuestros trabajadores, proyectando el 100% de cumplimiento para el año 2020.

Esta matriz de riesgos nos ha permitido desarrollar procedimientos de trabajo seguro, identificación de los operadores autorizados e incorporación de listas de chequeo como una herramienta eficaz para el control de riesgos en la operación.

CAMPAÑA “CUIDANDO NUESTRAS MANOS”

Durante el primer semestre se llevó a cabo la campaña “Cuidando Nuestras Manos”, actividad que tiene por objetivo generar conciencia en los colaboradores respecto al cuidado de sus manos. La iniciativa se desarrolló durante 12 semanas y en esta oportunidad incluyó intervenciones artísticas de concientización, mensajes en bandejas durante los servicios de almuerzo y colación, y la grabación de un video con la participación masiva de colaboradores de las plantas de Bebidas y Postres, Pastas y Reñaca, material que fue presentado en el concurso “Viviendo la Prevención 2019” categoría micro videos del Instituto de Seguridad del Trabajo (IST) donde obtuvo el primer lugar.

En este contexto, es importante señalar que en 2019 disminuyeron en un 40% los accidentes en máquinas y no ocurrió ningún accidente grave que afectara las extremidades superiores, lo que reafirma nuestro férreo compromiso con el cuidado y la protección de nuestros trabajadores.

En 2019 disminuyeron en un 40% los accidentes en máquinas y no ocurrió ningún accidente grave que afectara las extremidades superiores.



BRIGADA DE EMERGENCIA INDUSTRIAL

En Carozzi contamos con un grupo de 234 colaboradores fuertemente comprometidos con la protección de nuestras instalaciones y la salud de las personas, con presencia en las plantas de Nos, Reñaca, Teno, Lontué y Victoria. Son trabajadores que están altamente capacitados, entrenados y equipados para prevenir y combatir incendios.

Para contribuir a esta importante misión, en 2019 nuestra Compañía adquirió un carrobomba de categoría industrial con capacidad para desalojar 8.000 litros de agua por minuto, que actualmente se encuentra a dis-

posición de la Brigada Nos y posee todos los elementos y accesorios para actuar frente a una emergencia.

Durante 2019, nuestras brigadas cursaron más de 660 actividades de capacitación y entrenamiento especializado en temáticas como rescate técnico y manejo de trauma, fuego estructural e industrial, manejo de emergencias con sustancias y residuos peligrosos derivados de almacenamiento y procesos productivos, las que fueron desarrolladas por nuestro coordinador de emergencia, instructores y la Academia Nacional de Bomberos.

| Dotación de brigadas | |
|----------------------|-----------------------|
| Planta | Número de integrantes |
| Complejo Nos | 77 |
| Planta Reñaca | 71 |
| Planta Teno | 34 |
| Planta Lontué | 32 |
| Planta Victoria | 20 |
| TOTAL | 234 |

660

CAPACITACIONES Y ENTRENAMIENTOS

14

SIMULACIONES EN PLANTAS



PRIMER ENCUENTRO NACIONAL DE COMITÉS PARITARIOS DE HIGIENE Y SEGURIDAD

Conscientes de la importancia y contribución de los comités paritarios en su labor de asesorar y velar por el cumplimiento de las medidas preventivas, de higiene y seguridad de nuestra Empresa y sus colaboradores, este 2019 se realizó el “Primer Encuentro Nacional de Comités Paritarios de Higiene y Seguridad”. Este encuentro se realizó en la ciudad de Olmué y contó

con la participación de más de 70 representantes de los 18 comités existentes a nivel nacional y altos directivos de la Compañía, quienes durante la jornada, analizaron, compartieron visiones y reafirmaron su compromiso de velar por la seguridad y salud de sus compañeros de trabajo.

SEMANA DE LA SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

Por segundo año consecutivo, en el mes de agosto, celebramos en todas las plantas del país la Semana de la Seguridad y Salud en el Trabajo, una actividad destinada a promover el cuidado frente a accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, como parte de una cultura preventiva. La participación fue de más de 2.500 personas, quienes asistieron a la conferencia “Hacia una Cultura de Seguridad”, talleres de señales éticas, talleres de primeros auxilios, visitas a stand “#yo cuido mi salud”, para concluir con la tercera competencia interbrigadas.

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS



El compromiso de nuestra organización con la salud y seguridad de nuestros colaboradores constituye uno de los pilares fundamentales de la gestión, a la vez que se levanta como un referente para la industria, obteniendo el año 2019 importantes reconocimientos de carácter nacional otorgados por el Instituto de Seguridad del Trabajo (IST):

Premio al Mérito en Prevención, Planta Victoria

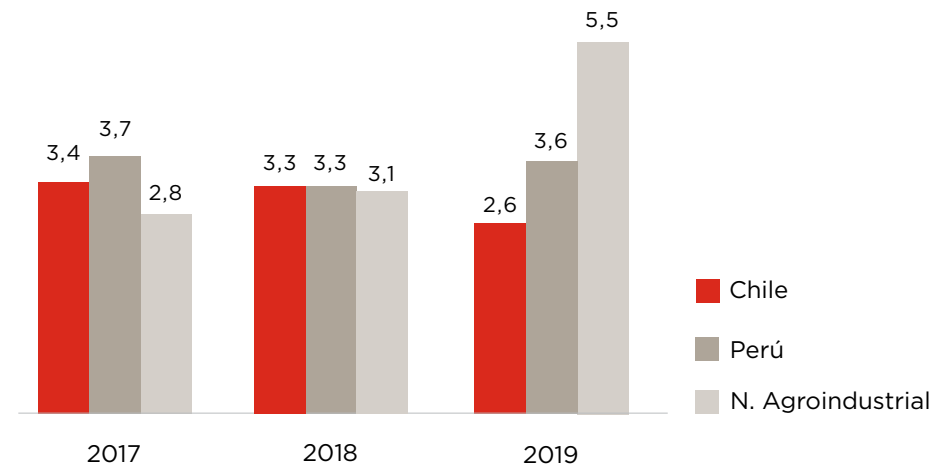
Premio Prevención en colores, concurso de afiches preventivos

- » Concurso Viviendo la Prevención, CPH y S Planta Victoria
- » Concurso Viviendo la Prevención, CD Lontué, Concurso Afiche niños entre 6 y 12 años.
- » Concurso videos “No metas las manos Ahí”, Comité Paritario de Pastas y B&P

Reconocimiento Nacional “Gestión Preventiva”, al Subgerente de Seguridad y Salud en el Trabajo

DATOS Y CIFRAS DE SEGURIDAD

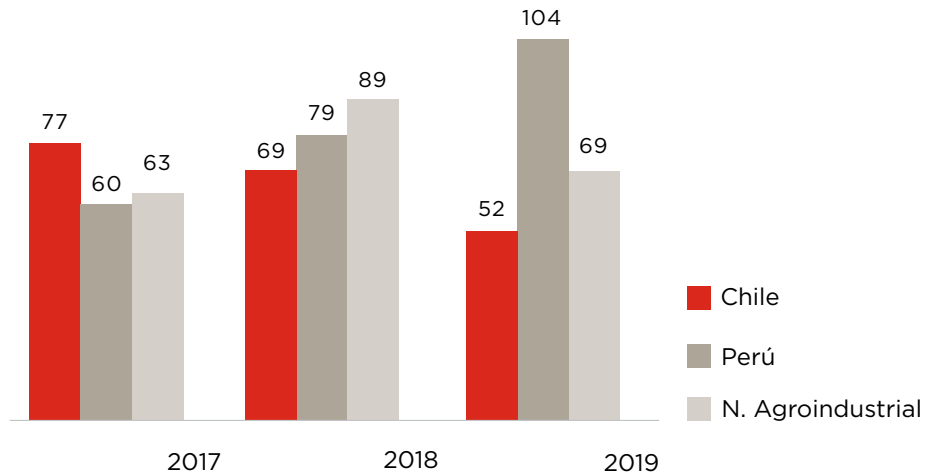
TASA DE ACCIDENTABILIDAD



Tasa de accidentabilidad: $(N^{\circ} \text{ de accidentes} / \text{promedio de trabajadores}) * 100$, tasa móvil 12 meses

DATOS Y CIFRAS DE SEGURIDAD

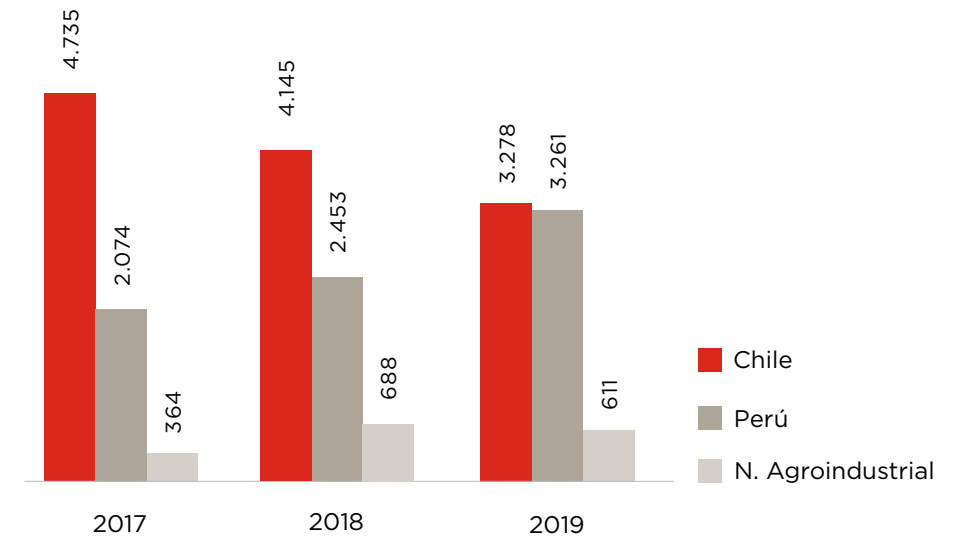
TASA DE SINIESTRALIDAD



Tasa de siniestralidad: (N° de días perdidos/promedio de trabajadores)*100, tasa móvil 12 meses

En Perú se tuvo una contingencia puntual que llevó a un alza en la tasa de siniestralidad. Dicha contingencia ha sido resuelta.

NÚMERO DE DÍAS PERDIDOS COMO CONSECUENCIA DE ACCIDENTE



Número de días perdidos en un periodo de 12 meses

2.6 DESARROLLO Y

CAPACITACIÓN

La selección de personal es un proceso clave para nosotros, en el cual aplicamos de manera rigurosa los principios de imparcialidad, trato justo y ausencia de discriminación. Contamos con mecanismos internos que aseguran el cumplimiento de estos principios, consistentes en un sistema digitalizado que nos permite guardar, procesar y analizar la información de forma adecuada, junto con disponer de datos agregados que nos ayuden a visualizar la organización en su conjunto.





CAPACITACIÓN

Nuestra Política de Capacitación rige el diseño y la implementación de todos los programas de Formación y Capacitación para nuestros colaboradores y su finalidad es ayudar a las personas a desarrollar su potencial para que puedan entregar lo mejor de sí. La estrategia en este ámbito sigue las experiencias de formación profesional más modernas, que valoran y estimulan el auto desarrollo. En Carozzi ofrecemos los instrumentos necesarios para el perfeccionamiento de los colaboradores, de acuerdo con su propio interés, dedicación, motivación y responsabilidad. Los siguientes principios aplican a la administración de esta política:

- » La capacitación debe ser entendida como un proceso continuo, dirigido a proporcionar conocimientos y desarrollar competencias destinadas a mejorar el desempeño y la calidad de vida en el trabajo, factores claves que permitirán a Carozzi lograr sus objetivos. Por tanto, el resultado que busca la capacitación es el desarrollo, tanto de las personas como de la Compañía.
- » Los cambios tecnológicos y desafíos que se presentarán en el futuro, como también los objetivos y prioridades estratégicas de la Compañía son preocupación prioritaria de las gerencias de áreas y jefaturas para la planificación de actividades de capacitación de los colaboradores.

En Carozzi elaboramos los planes de formación de acuerdo con cinco ejes fundamentales para el desarrollo de las personas:

- » Competencias técnicas (Elementos técnicos propios del cargo)
- » Competencias esenciales (Habilidades personales y sociales)
- » Conocimientos normativos (Normas, protocolos internos, temáticas legales)
- » Competencias culturales (Habilidades conductuales propias de la Compañía)
- » Formación (Carreras técnicas, universitarias, diplomados, magister, MBA)

FOCOS 2019

Durante 2019, los planes de capacitación se concentraron principalmente en lo técnico, en las áreas de Aseguramiento de Calidad, Prevención de Riesgos y cursos especializados para el área de Mantenimiento, como TPM.

En el año 2019, además se realizaron capacitaciones para colaboradores contratados por empresas externas que prestan servicios a Carozzi, como son los vendedores y mercaderistas (reponedores).

También desarrollamos capacitaciones para nuevos colaboradores con alguna situación de discapacidad, con el propósito de incorporarlos con diferentes herramientas a sus rutinas de trabajo.



Datos de División Chile y Negocio Agroindustrial

3

PILAR CADENA DE VALOR

Cuidamos nuestros impactos desde la compra de materias primas hasta la satisfacción del consumidor final. El programa “Crecer Juntos” es clave para el progreso de nuestros principales proveedores: los agricultores.



En Carozzi desarrollamos nuestra estrategia de cadena de valor sostenible sobre los siguientes lineamientos:



Promoción de la agricultura sostenible



Gestión responsable de la cadena de abastecimiento



Gestión de satisfacción y reclamos de clientes y consumidores



Desarrollo de clientes



Desarrollo de proveedores de servicios críticos



Resguardo del equilibrio precio-calidad

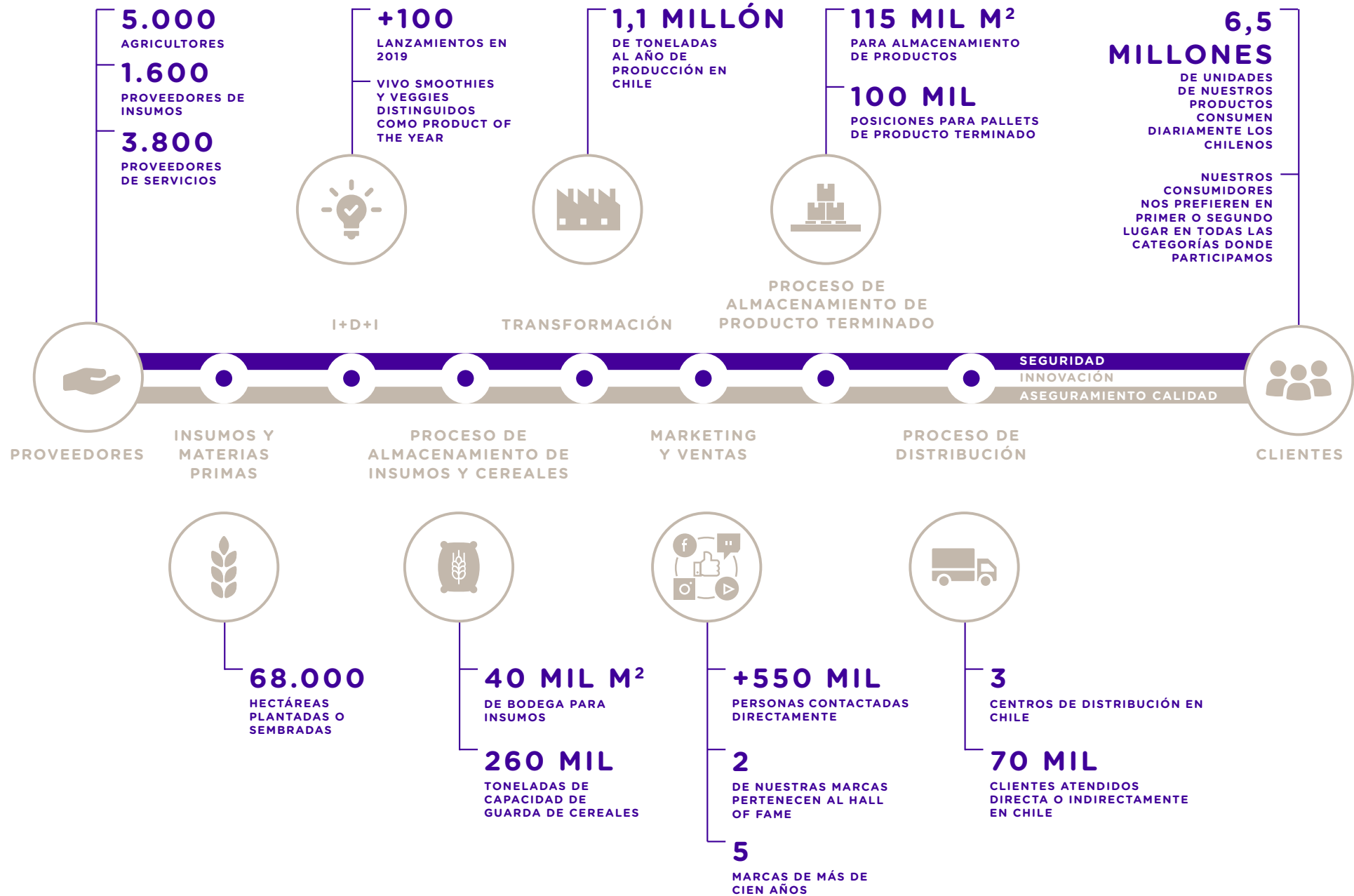
3.1 NUESTRA CADENA DE

VALOR

Buscamos que nuestros proveedores tengan una relación estable y de mutuo beneficio con nosotros. Además, que nuestra operación asegure la calidad de los productos, que nuestra red de distribución sea segura para quienes trabajan en ella y eficiente para nuestros clientes, y que el consumidor final cubra adecuadamente sus necesidades con nuestros productos.



NUESTRA CADENA DE VALOR



En nuestra gestión, buscamos desarrollar relaciones horizontales, justas y transparentes con nuestros proveedores.



PROGRAMA CRECER JUNTOS

En nuestra gestión, buscamos desarrollar relaciones horizontales, justas y transparentes con nuestros proveedores. Agrupamos las iniciativas en este sentido bajo el programa “Crecer Juntos”. Algunas de ellas son:

- » Pago a 30 días a todos nuestros proveedores, adelantándonos así a la exigencia legal
- » Desarrollo de la agricultura de contrato en trigo candeal, arroz, tomates, manzanas, duraznos y peras.
- » Pago el viernes de la semana siguiente a la recepción de los granos de los agricultores con contrato
- » Programa de descubrimiento de precios para otorgar certeza y visibilidad a los agricultores de trigo candeal y arroz, desarrollado al alero de la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (ODEPA).

PAGO ANTICIPADO POR CRISIS

En Carozzi tenemos más de 9.000 proveedores, de los cuales un 80% son pymes, tanto agricultores como prestadores de servicios.

Ocurrido el estallido social de octubre de este año, tomamos la medida de pagar en forma anticipada los compromisos con nuestros proveedores, de modo de contribuir así a su liquidez durante esas difíciles circunstancias.

3.2 DESARROLLO DE PROVEEDORES DE

SERVICIOS CRÍTICOS

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

En el caso de la industria alimentaria, los proveedores agrícolas están en la categoría de críticos. La FAO estima que para 2050 la población mundial será de más de 9.000 millones de habitantes y que para alimentarlos, la producción agrícola global deberá aumentar en 70% respecto de sus niveles actuales. Los principales riesgos en la agricultura derivan de los impactos por el cambio climático, plagas y desastres naturales, por los precios de los mercados y el contexto institucional y político. El ODS 2 de la Agenda 2030 sobre “Hambre Cero” pide “asegurar la sostenibilidad de los sistemas de producción de alimentos y aplicar prácticas agrícolas resilientes (...)”.

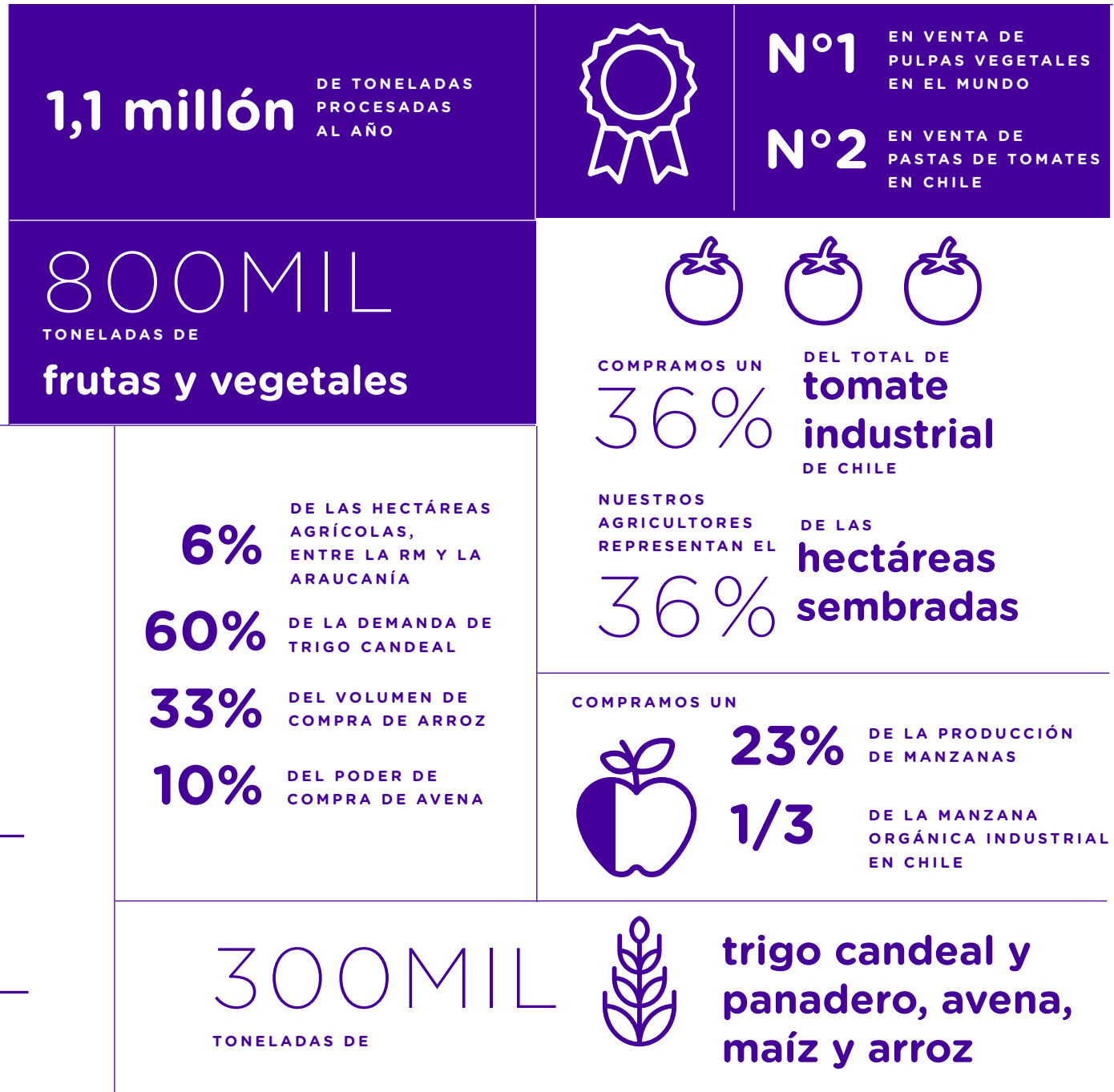
¿QUÉ HACEMOS EN CAROZZI?

Conscientes del impacto que nuestra actividad ejerce en los proveedores agrícolas por el poder de compra que tenemos y, de modo recíproco, la importancia que ellos tienen en nuestro abastecimiento de materias primas, llevamos décadas trabajando en cultivar una relación fluida y de colaboración. Mantene-mos con gran parte de los 5.000 agricultores con que trabaja-mos, un sistema de contratos que garantiza a ambas partes la compraventa de la cosecha, lo cual asegura el suministro de insumos básicos para producir pastas, pulpas, jugos concentra-dos y otros productos elaborados.

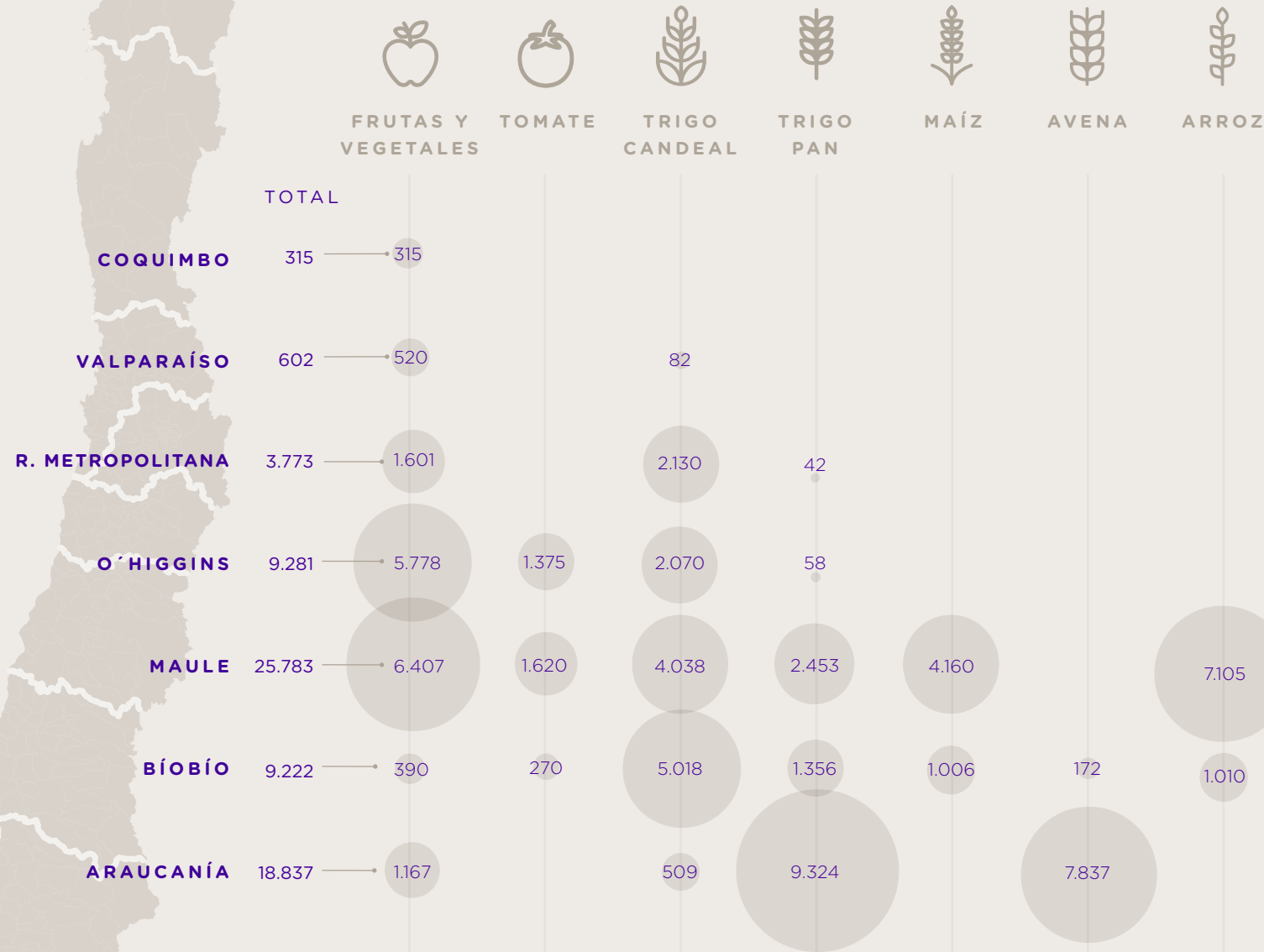


DIVERSIFICACIÓN Y PODER DE COMPRA

A lo largo de los años nos hemos convertido en uno de los actores más relevantes en el agro de Chile, tanto por el volumen de compra como también por la diversidad de cultivos que procesamos. Este escenario nos impone la gran responsabilidad de velar por la adopción de prácticas de agricultura sostenible para toda la cadena de abastecimiento.



DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE HECTÁREAS PLANTADAS O SEMBRADAS EN 2019



Total hectáreas **67.800**

FRUTAS Y VEGETALES
16.200

TOMATE
3.300

TRIGO CANDEAL
13.800

TRIGO PAN
13.200

MAÍZ
5.200

AVENA
8.000

ARROZ
8.100



CAROZZI Y EL DESARROLLO DE UNA AGRICULTURA SOSTENIBLE



Bajo el lineamiento de Promoción de la Agricultura Sostenible, trabajamos con los agricultores a través del programa “Crece Juntos” que contempla diversas iniciativas. Tanto Carozzi como los agricultores que nos proveen, debemos desarrollar nuestras capacidades para competir en un mercado globalizado y, en este sentido, somos socios que enfrentamos exigentes desafíos en materia de competitividad.

TRABAJO COLABORATIVO: a los agricultores bajo contrato se les brinda apoyo técnico para el buen desarrollo de los diferentes cultivos a través de equipos de agrónomos especializados, insumos agronómicos correspondientes a cada cultivo y zona agrícola, además de semillas certificadas, traspasándoles descuentos por compra por volumen y entregándoselos directamente en el campo.



PROYECTO INDAP: busca formalizar la alianza comercial destinada a garantizar el poder comprador de nuestros agricultores de trigo y arroz.

SISTEMA DE DESCUBRIMIENTO DE PRECIOS: con el objetivo de hacer más transparente el mercado del trigo candeal y arroz, en Carozzi apoyamos este modelo donde se entregan precios de referencia a productores. Su objetivo es asegurar la sustentabilidad del producto y transparentar el proceso de compra.

PROYECTO FONDEF: junto al Instituto de Investigaciones Agropecuarias (INIA), se busca desarrollar nuevas variedades de arroz adaptadas a nuevas temperaturas por el cambio climático.

PROYECTO FIA: desarrollo de un sistema de riego eficiente y sustentable para el cultivo de arroz en Chile, como parte de una estrategia para disminuir la vulnerabilidad de este cultivo frente al cambio climático.

JORNADAS CON PROVEEDORES: reuniones realizadas para iniciar la temporada de cosecha, explicar el contexto del mercado actual, condiciones comerciales y tema de interés contingente, con el apoyo de expertos. En 2019 se realizaron jornadas en la Región del Maule con 190 agricultores de arroz y con 180 de trigo candeal. En ellas se trataron temas como introducción de tecnología y buenas prácticas de cultivo.

EMPRESAS Y CAMBIO CLIMÁTICO EN CHILE: participamos del estudio encargado por Acción Empresas y el centro Cambio Global UC.



El riego por goteo representa al menos un 50% en ahorro de agua y es un 95% más eficiente.

FOMENTO AL RIEGO TECNIFICADO

Durante 2019, con el objetivo de dar sostenibilidad y competitividad al sector agrícola, en Carozzi iniciamos una ronda de reuniones con actores relevantes para proponer mejoras a los subsidios para riego tecnificado.

El propósito de esta iniciativa es sensibilizar a los diferentes actores respecto de la conveniencia de ampliar la base de agricultores que pueden optar a este subsidio, para así enfrentar de mejor manera la dramática sequía que afecta a nuestro país y, por ende, mantener la competitividad del sector frente a mercados internacionales.

Nuestra Empresa duplicó en el año la cantidad de hectáreas contratadas de tomate con riego tecnificado, pasando de 1.000 a 2.000 hectáreas, de un total de 3.500. El riego por goteo representa al menos un 50% en ahorro de agua y es un 95% más eficiente.

3.3 RESGUARDO EQUILIBRIO

PRECIO- CALIDAD

CERTIFICACIONES

Nuestra Política de Calidad considera la gestión de aseguramiento de calidad basada en las herramientas necesarias para asegurar el cumplimiento de los más altos estándares, autenticidad e inocuidad de los alimentos. Dicha gestión incorpora los requisitos de nuestros clientes y el cumplimiento de las normativas nacionales y de los países de destino de nuestros productos.



HACCP (ANÁLISIS DE PELIGROS Y PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL): es un sistema de control de procesos basado en la ciencia, por el cual se identifican los peligros potenciales en los procesos de producción de alimentos y se toman las medidas necesarias para evitar que esos riesgos se materialicen.



BRC (BRITISH RETAIL CONSORTIUM): es un estándar mundial que constituye una eficaz herramienta de mejora del sistema de calidad de las empresas. Sus principios permiten gestionar: ni-

vel de seguridad para con los clientes; control de la cadena de elaboración de los alimentos; creación de bases para una apropiada defensa legal; y cumplimiento de las normativas legales, entre otros factores relevantes.



ECOCERT: certificación de productos orgánicos y amigables con el medioambiente de acuerdo con los reglamentos y estándares vigentes en los principales mercados de exportación (Unión Europea, Estados Unidos, Asia, etc.).



SMETA: es el procedimiento más utilizado a nivel mundial de auditoría ética. Utiliza el código ETI y las leyes locales como herramienta de evaluación. Incluye cuatro módulos: salud y seguridad, estándares laborales; medio ambiente (opcional) y ética comercial (opcional).

100%

DE NUESTRAS PLANTAS DE ALIMENTO HUMANO CUENTAN CON CERTIFICACIONES DE CALIDAD

7 HACCP 4 BRC FOOD



SGF-IRMA: Certificación mundial otorgada por el organismo internacional europeo creado para la industria de los zumos de frutas para certificar proveedores en todo el mundo y para el monitoreo de la calidad de la materia prima.



HALAL: certificación de idoneidad de alimentos para la comunidad islámica.



KOSHER: certificación de idoneidad de alimentos para la comunidad judía.

3.4 GESTIÓN RESPONSABLE DE LA CADENA DE

ABASTECIMIENTO Y DISTRIBUCIÓN

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

La cadena de suministro consiste en una serie de procesos de intercambio o flujo de materiales y de información que tiene por objetivo trasladar productos tal como fueron solicitados y en el tiempo convenido, a costos razonables. Abarca desde la etapa de aprovisionamiento - plantas de producción - hasta la entrega al cliente final, involucrando aspectos complejos de logística y manejo de datos.

Según plantea el ODS 9, sobre “Industria, innovación e infraestructuras”, una de sus metas a 2030 busca “modernizar la infraestructura y reconvertir las industrias para que sean sostenibles, utilizando los recursos con mayor eficacia y promoviendo la adopción de tecnologías y procesos industriales limpios y ambientalmente racionales”. En ese sentido, cobra importancia la automatización y transformación digital de los procesos logísticos.

¿QUÉ HACEMOS EN CAROZZI?

Bajo la mirada de una gestión responsable de la cadena de abastecimiento y distribución, hemos desarrollado un proyecto de gran magnitud para conseguir una progresiva digitalización y automatización de procesos, tanto en las plantas operativas como en los centros de distribución. La inversión en siete años ha sido de US\$ 40 millones.





TRANSFORMACION DIGITAL DE LOS PROCESOS LOGÍSTICOS

Entre los hitos más relevantes de la Compañía en 2019 está la conclusión de la segunda fase del proyecto de automatización de los procesos logísticos del Centro de Distribución de Nos. Esta segunda fase consistió en la construcción de un almacén de alta densidad de 5.500 m², que permite almacenar 30.000 pallets. Así, la capacidad total de almacenamiento se incrementó

a 100.000 pallets provenientes de las 28 plantas productivas en todo Chile. El uso de 53 robots guiados por láser (LGV) y la capacidad señalada, nos ha permitido una mayor eficiencia en las operaciones internas y un aumento de la eficacia en la atención, todo lo cual se expresa en un mejor servicio a nuestros clientes.

CAPACIDAD PARA ALMACENAR

100 MIL

pallets

DE LAS 28
PLANTAS
PRODUCTIVAS

CLIENTES Y CONSUMIDORES

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

Los productos de Carozzi llegan a los hogares de todos los chilenos mediante una red de 70 mil clientes. Cultivar relaciones justas y transparentes con nuestros clientes y mantener un elevado nivel de satisfacción es fundamental para proyectar a la Compañía.

Por otra parte, nuestros consumidores demandan inmediatez, certidumbre y accesibilidad en el contacto con nosotros para representar cualquier necesidad que tengan. Mantener canales de comunicación cercanos y oportunos nos ayuda a seguir construyendo confianza, lealtad y preferencia.

¿QUÉ HACEMOS EN CAROZZI?

Tenemos plataformas de escucha para recibir retroalimentación por parte de nuestros 70 mil clientes, y en el caso de las cadenas nacionales de supermercados, sometemos a evaluaciones externas a todas las áreas que se relacionan en el día a día con ellas.

En lo que respecta a consumidores, hemos habilitado canales de contacto por medios digitales y telefónicos y llevamos a cabo mediciones de su satisfacción mediante estudios especializados.

Con el uso de estas plataformas recogemos las sugerencias de clientes y consumidores, procuramos atender oportunamente todas sus inquietudes y fortalecemos nuestras relaciones.





MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE CLIENTES

Entre los grandes clientes de ventas al detalle tenemos las cadenas de supermercados. Para conocer su nivel de satisfacción, contamos con estudios especializados que realiza la consultora internacional Advantage Group, que nos permiten saber qué aspectos de la relación son bien evaluados, cuáles se requiere mejorar y cómo nos situamos frente a la competencia. Las dimensiones que analiza este estudio son: desempeño general, alineación estratégica, desarrollo de categoría,

marketing al consumidor, trade marketing, cadena de suministro y servicio al cliente.

En 2019, los resultados en este estudio nos asignan fortalezas en implementación de la cadena de suministro, comunicación proactiva del estado de las órdenes, generación de confianza, pronósticos colaborativos (forecasting) y comunicación abierta y efectiva, entre otras.

AUDITORÍAS DE CLIENTES

Todos los años, tanto nuestro negocio agroindustrial, Agrozzi, como la División Chile, cuentan con auditorías hechas por los propios clientes, quienes nos validan como proveedores. A partir de esto, cumplimos con los estándares que establecen grandes empresas multinacionales como Nestlé, Unilever, Coca Cola, PepsiCo, McDonald's, Burger King, Pizza Hut, Kentucky Fried Chicken, Motts y Kagome.

En 2019, se realizaron 18 auditorías en Agrozzi y 15 en la División Chile, para la categoría de alimentos.



CAROZZI HABLEMOS

Mediante el programa “Carozzi Hablemos” buscamos mantener una relación permanente y cercana con nuestros consumidores, para gestionar sus consultas y reclamos. Realizamos una medición bianual del nivel de satisfacción de esta plataforma de atención al consumidor, siendo la próxima en 2020.

Por otra parte, llevamos a cabo el programa “Sentimiento Positivo” mediante el cual sensibilizamos a los colaboradores de planta y otras áreas y a la vez reconocemos todas las iniciativas del área de operaciones que contribuyen a aumentar el sentimiento positivo de nuestros consumidores.

APOYO A CLIENTES DAMNIFICADOS

Durante el estallido social de octubre de 2019 estuvimos muy cerca de nuestros clientes, la gran mayoría pequeños comerciantes, con el fin de tener información de primera fuente de posibles daños en sus locales, resolver problemas de abastecimiento y contribuir en todo lo que estuviera a nuestro alcance para normalizar su situación. Afortunadamente, solo una pequeña cantidad de clientes reportó daños y para ellos la Compañía bonificó la mercadería equivalente a un pedido promedio mensual.

TESTIMONIO

“Me robaron casi todo. Tuve que empezar de nuevo. Me ha costado, pero voy a salir adelante. Soy cliente y ha sido una ayuda... con todos los clientes uno debería estar ahí. ¡Gracias Carozzi por todo!”

Inés Pérez
Dueña de Almacén Amaro Peñalolén

4

PILAR ESTILO DE VIDA SALUDABLE

Promovemos la alimentación informada, en porciones adecuadas y acompañada de actividad física. Con nuestro programa "Comamos Informados" buscamos educar a los consumidores en sus hábitos y con el programa "5x30" los invitamos a ejercitarse regularmente.



En Carozzi, desarrollamos nuestra estrategia de fomento a la alimentación y la vida sana mediante tres lineamientos:



Promoción de estilos de vida saludables



Promoción de hábitos alimenticios saludables



Compromiso con la calidad nutricional

4.1 PROMOCIÓN DE HáBITOS ALIMENTICIOS

SALUDABLES



¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

La obesidad y el sobrepeso son las mayores epidemias del siglo XXI, según la Organización Mundial de la Salud (OMS). En Chile, el 74% de la población adulta se encuentra en alguno de estos estados (Encuesta Nacional de Salud Chile 2017). Esto sitúa al país con la más alta tasa de obesidad y sobrepeso de los países de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), por encima de México y Estados Unidos.

Según la OMS, la industria alimentaria puede desempeñar un papel importante en el combate contra la obesidad tomando acciones que fomenten las dietas saludables y la actividad física de los niños. Por otra parte, también es relevante mejorar la calidad de la información disponible para los consumidores y las formas de comercialización de los productos.

En esa línea, el ODS 3 de “Salud y bienestar” llama a “reforzar la capacidad de todos los países, en particular de aquellos en desarrollo, en materia de alerta temprana, reducción de riesgos y gestión de los mismos para la salud nacional y mundial”.

¿QUE HACEMOS EN CAROZZI?

Como Empresa queremos contribuir a que las personas tengan una alimentación más equilibrada. Para esto, estamos permanentemente innovando en productos, ingredientes y formatos que permitan seguir un estilo de vida saludable. Además, con el objetivo de promocionar hábitos alimenticios saludables, a través de nuestro programa “Comamos Informados”, entregamos a los consumidores más y mejor información sobre nutrientes críticos y el tamaño de la porción recomendada. Realizamos charlas de difusión y educación a apoderados y estudiantes y profesionales de salud y nutrición. También somos activos promotores de la actividad física, una de las estrategias establecidas por la OMS para combatir la obesidad, mediante nuestro programa “5x30”.



PROGRAMA COMAMOS INFORMADOS

El combate a la obesidad debe realizarse con múltiples medidas, y una de las más relevantes es educar a las personas, proporcionándoles más y mejor información para que tomen buenas decisiones y adopten hábitos de alimentación beneficiosos para su salud. Con este objetivo, el programa “Comamos Informados” busca entregar a nuestros consumidores más y mejor información respecto del perfil nutricional y porciones de consumo recomendadas de nuestros alimentos.

En 2019 enfocamos nuestro trabajo en dos grandes públicos: escolares y adultos mayores. Los primeros recibieron charlas de nutrición sana durante sus visitas a las plantas y también en sus propios colegios. Los segundos, ya sea pertenecientes a juntas de vecinos o clubes de adulto mayor, participaron también en charlas de nutrición luego de sus recorridos por las plantas, en el marco del programa “Puertas Abiertas”.

Asimismo, continuamos realizando charlas a estudiantes de nutrición, para informarles de las cualidades de nuestras distintas líneas de productos.

Durante 2019 tuvimos un activo programa de visitas a más de 700 nutricionistas de Santiago en centros de salud familiar, hospitales y clínicas, con el fin de exponer los atributos nutricionales de nuestros productos y así aportarles en su práctica clínica. En estas visitas tuvimos también la posibilidad de escuchar mejoras para robustecer el programa. Esperamos seguir desarrollando este vínculo en forma personalizada y cercana con este público.

Por otra parte, todos nuestros productos familiares contienen la información nutricional relativa a una porción recomendada de consumo. Los productos individuales se rotulan con la información nutricional del envase completo. De esta forma, el consumidor sabe exactamente lo que va a consumir y así contribuimos a la toma informada de decisiones de alimentación.

TESTIMONIO

“El impacto de ‘Comamos Informados’ ha sido muy positivo, sobre todo en los colegios. Además, los participantes, ya sea niños o adultos, resuelven dudas y mitos que tienen respecto a su alimentación”.

Javiera Soto
Nutricionista
Programa “Comamos Informados”

PROGRAMA COMAMOS INFORMADOS EN 2019

672

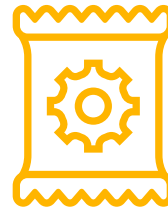
personas

ATENDIDAS BAJO EL PROGRAMA COMAMOS INFORMADOS EN NOS

1.196

estudiantes de nutrición

VISITARON LAS PLANTAS DE NOS



252

personas

ATENDIDAS BAJO EL PROGRAMA COMAMOS INFORMADOS EN REÑACA





4.2 PROMOCIÓN DE ESTILOS DE VIDA

SALUDABLES

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?












El sedentarismo y una alimentación que no es concordante con el nivel de actividad física son los principales factores que inciden en la obesidad y el sobrepeso, ha advertido la OMS. En Chile, el 86% de la población es sedentaria, siendo mayor el porcentaje en mujeres que en hombres, según revela la Encuesta Nacional de Salud de 2017.

Las acciones para promover estilos de vida saludable contribuyen a reducir riesgos de salud, como declara el ODS 3 de “Salud y bienestar”.

¿QUÉ HACEMOS EN CAROZZI?

Contamos con el programa “5x30” que promueve la realización de a lo menos cinco sesiones de ejercicio por 30 minutos a la semana, y está inspirado en la recomendación de la OMS al respecto. A través de distintas instancias, incentivamos su adopción tanto en públicos internos como externos de la Compañía.

COMPETENCIAS NOS

| DEPORTES/ ACTIVIDADES | FÚTBOL | FUTBOLITO VARONES | FUTBOLITO DAMAS | BÁSQUETBOL | VÓLEIBOL MIXTO | BOWLING | PESCA | TENIS DE MESA | TENIS | JUEGOS DE SALÓN | TREKKING | TOTAL |
|------------------------------------|---|---|---|---|--|---|---|---|---|---|---|--------------|
| |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |
| Total participación por disciplina | 133 | 435 | 123 | 156 | 190 | 209 | 88 | 19 | 123 | 33 | 61 | 1.570 |



2.354 participantes

DE CLASES Y USUARIOS REGULARES DE LA INFRAESTRUCTURA DEPORTIVA, QUE INCLUYE EJERCICIOS EN MÁQUINAS, ZUMBA, BAILE ENTRETENIDO, ENTRENAMIENTO FUNCIONAL Y SPINNING

4.3 COMPROMISO CON LA CALIDAD

NUTRICIONAL

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

Dado el aumento de la población, las empresas y fabricantes de alimentos tendrán que suministrar una mayor variedad y calidad de ellos y, a la vez, desarrollar y proporcionar productos asequibles y nutritivos para los consumidores, dijeron expertos de la FAO en el Día Mundial de la Alimentación, el 16 de octubre de 2019.

Desde esa perspectiva, toda gestión industrial en esta materia representa una contribución al ODS 3 que busca fortalecer la salud y el bienestar de las personas para mantenerse sanas.

¿QUÉ HACEMOS EN CAROZZI?

Trabajamos permanentemente innovando y ampliando nuestra oferta de productos, pensando en las distintas necesidades nutricionales de las personas y aumentando la disponibilidad de productos para los diferentes estilos de vida de los consumidores.

Un ejemplo de esto es nuestra marca Vivo que ya está presente en el 80% de los hogares chilenos en 12 categorías (pastas, galletas y snacks, postres, pulpas de frutas, cereales, néctares, salsas, jugos en polvo, mermeladas, agua, barras de cereal y frutos secos). En nuestras otras marcas como Carozzi y Costa, ofrecemos productos que han incorporado multigranos, semillas, pulpas de frutas y frutos secos, entre otros atributos valorados por los consumidores.



INNOVACIÓN Y NUEVAS MATERIAS PRIMAS

En Carozzi, gracias a nuestros vínculos con el campo, hemos avanzado gradualmente, por ejemplo, en aumentar nuestra oferta de productos con fruta y avena. Es así como hemos contribuido a aumentar la penetración de la avena en Chile de un 15% a un 60% en 12 años desde que ingresamos a la categoría en 2007. También hemos incorporado 24 millones de raciones de fruta al año desde el lanzamiento de Mi Frut, en 2013, producto con el cual desarrollamos una nueva categoría de colaciones escolares en base a fruta.

Desde 2007, cada año hemos sumado cerca de 30 nuevos productos bajo la marca Vivo. Estas innovaciones han sido valoradas por los consumidores, que en 2019 reconocieron como “Producto del Año” a Vivo Smoothies, batidos de fruta 100% natural, sin lactosa ni azúcar añadida, y recientemente valoraron con el mismo galardón a Vivo Fruta Veggies, un snack que combina los sabores de frutas y verduras.

Estos esfuerzos también los hacemos con otras de nuestras marcas, como es el caso de Costa, a través de las barras de cereal con frutos secos; Natur, con la creación de productos sin azúcar; y Carozzi, con el lanzamiento de Quinoa y el relanzamiento de las pastas integrales.

107

productos lanzados en 2019

ALIMENTOS SIN GLUTEN

Además, nos ocupamos de consumidores con necesidades nutricionales especiales, como son las personas que padecen de enfermedad celíaca, estimadas en cerca de un 0,6% de la población chilena. Para hacernos cargo de esta realidad, desarrollamos pastas sin gluten bajo la marca Vivo.

ALIMENTOS FORTIFICADOS CON PROTEÍNAS

En el año 2019, lanzamos los cereales Vivo fortificados con proteínas, respondiendo así a la tendencia de los consumidores por incorporar este nutriente a su dieta desde distintas fuentes de alimentos. Un alimento fortificado con proteínas ayuda a controlar la pérdida de masa muscular, y a controlar el apetito pues entregan una mayor sensación de saciedad.



Elegido Producto destacado 2020



5

PILAR CUIDADO DEL ENTORNO

Mediante el programa
“Impacto Positivo”
establecemos estrategias e
iniciativas para gestionar las
externalidades que nuestro
proceso productivo y
nuestros productos generan
en el medioambiente.



En Carozzi trabajamos el pilar cuidado del entorno a través de tres lineamientos:



Gestión de impactos ambientales del proceso productivo



Gestión de impactos ambientales del producto



Relacionamiento comunitario

5.1 GESTIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES DEL PROCESO

PRODUCTIVO



¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

Según plantea el ODS 12 de la Agenda 2030 de la ONU “Producción y consumo responsable”, la situación de contaminación global y cambio climático requiere “fomentar el uso eficiente de los recursos y la energía, la construcción de infraestructuras que no dañen el medioambiente, la mejora del acceso a los servicios básicos y la creación de empleos ecológicos, justamente remunerados y con buenas condiciones laborales”.

Con ese objetivo y gracias a diversas iniciativas de colaboración público-privada, Chile está entre los países líderes en reducción de emisiones de gases de efecto invernadero. Mediante el Acuerdos de Producción Limpia (APL), entre 2013 y 2019 se redujeron 535.693 toneladas de gases de efecto invernadero asociados a disminuciones en quema de combustible en estacionamientos o transporte (48%), reducción de emisiones relacionadas con residuos sólidos (28%) y menor consumo de energía en instalaciones productivas (21%). La implementación de estas medidas también ha significado ahorros equivalentes a US\$ 280 millones, según la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático (ASCC),

¿QUÉ HACEMOS EN CAROZZI?

A través de nuestro programa “Impacto Positivo” hemos tomado una serie de medidas para cuidar los recursos naturales, potenciar el uso de energías limpias y entregar más y mejor información para facilitar la correcta separación de nuestros envases con el fin de que una mayor cantidad de ellos puedan ser valorizados. Desde hace unos años venimos trabajando en la conversión de nuestra matriz energética y hemos adoptado medidas de control y gestión de eficiencia. También estamos buscando optimizar nuestro consumo y extracción de agua, ya que contamos con pozos de nuestra propiedad. Asimismo, hemos relevado la importancia de aumentar la base de agricultores que pueden obtener el subsidio al riego tecnificado, el cual puede ahorrar hasta un 50% del agua usada en la agricultura.

En materia de gestión de residuos industriales, en 2018 adherimos al APL impulsado por la ASCC, Acción Empresas y el Ministerio del Medioambiente, que busca alcanzar la meta cero residuos a eliminación.



GENERACIÓN DE CAMBIOS

En un contexto ambiental complejo a nivel global, donde los recursos naturales están en riesgo, amenazados por el cambio climático, la consecuente sequía y otros desastres que afectan la disponibilidad y calidad de los alimentos, como Compañía estamos comprometidos con identificar, medir, controlar y mitigar los principales impactos negativos generados a lo largo de nuestros procesos productivos, así como generar cambios que contribuyan a una gestión sostenible.

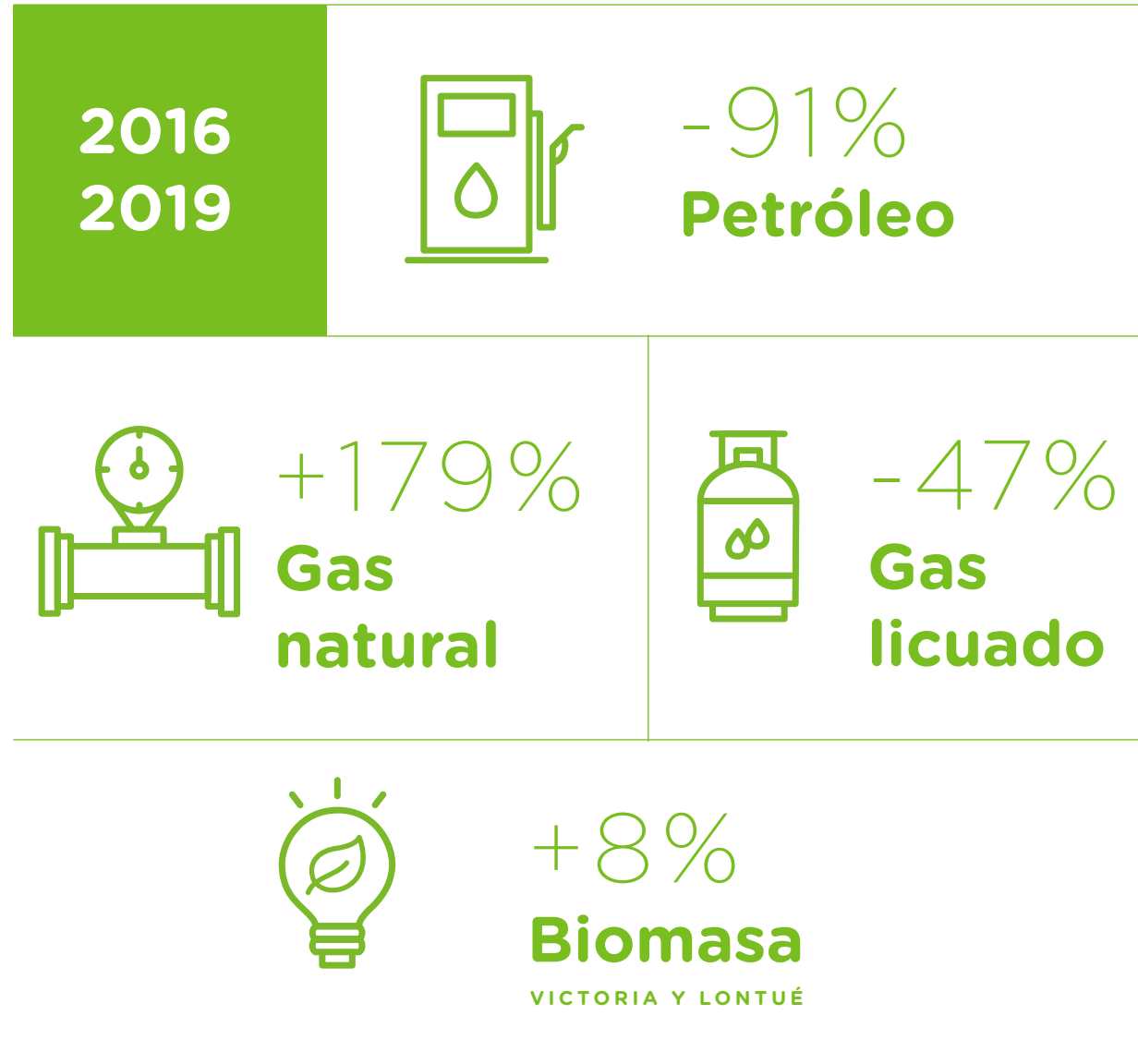
MATRIZ ENERGÉTICA

Desde 2016, año en que empezamos la conversión de nuestro complejo industrial de Teno de petróleo diesel N°6 a gas natural, hemos ido avanzando progresivamente en la transformación de nuestra matriz energética hacia insumos menos contaminantes.

Como resultado, entre 2016 y 2019 incrementamos el uso del gas natural en un 179% y la utilización de biomasa en un 8% en nuestras plantas de Victoria y Lontué. En el mismo periodo, redujimos el consumo de petróleo en un 91% y el de gas licuado en un 47%.

Además, en la renovación de contratos con las empresas proveedoras de electricidad hemos asegurado que el suministro futuro sea 100% proveniente de energías renovables.

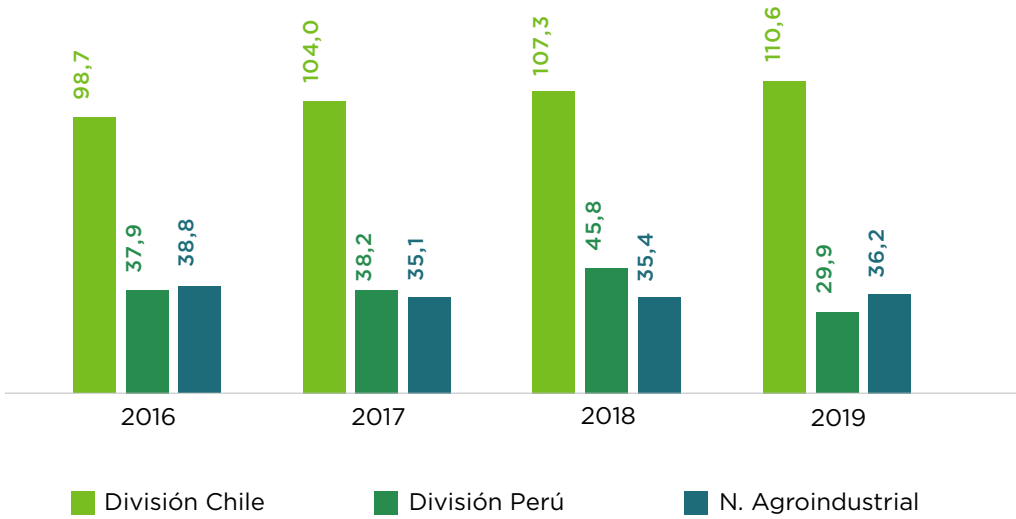
TRANSFORMACIÓN DE LA MATRIZ ENERGÉTICA DE CAROZZI



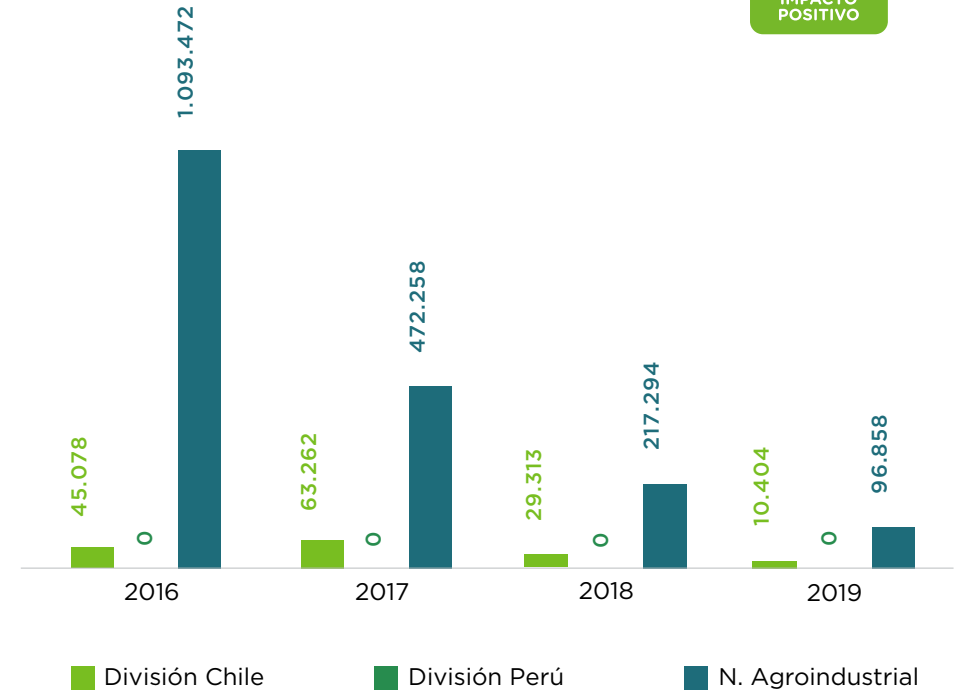
MATRIZ ENERGÉTICA



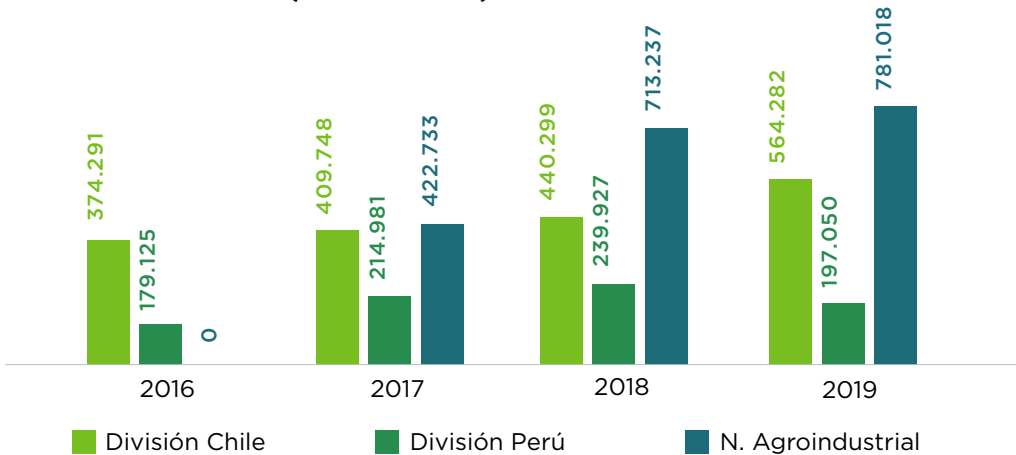
ENERGÍA ELÉCTRICA (GWH AÑO)



PETRÓLEO Nº6 DIESEL (MMBTU AÑO)



GAS NATURAL (MMBTU AÑO)



BIOMASA (MMBTU AÑO)





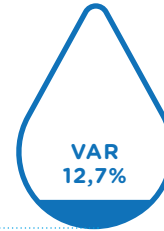
RECURSO HÍDRICO

En Carozzi contamos con un sistema de suministro mixto, ya que en las plantas de Nos y Teno nos abastecemos de pozos y en otras operaciones funcionamos con agua provista por empresas sanitarias.

Durante 2019 continuamos avanzando en la adopción de medidas para gestionar el consumo de agua en nuestros procesos y disminuir nuestra huella hídrica. Tras levantar información de las distintas etapas, encontramos oportunidades de mejora en cuanto a procedimientos, cambios o ajustes de máquinas, las cuales se incorporaron en un programa de gestión. Además, en 2019 hicimos una campaña en Nos para sensibilizar a los colaboradores respecto al cuidado del agua.

CONSUMO DE AGUA M³

NOS*
(CHILE)

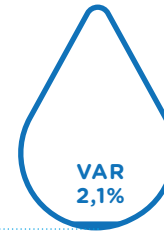


0%

| | |
|------|---------|
| 2016 | 120.801 |
| 2017 | 480.357 |
| 2018 | 465.777 |
| 2019 | 524.848 |

3 POZOS
AGUAS
SUBTERRÁNEAS

TENO
(CHILE)



0%

| | |
|------|-----------|
| 2016 | 3.876.342 |
| 2017 | 2.479.513 |
| 2018 | 2.578.430 |
| 2019 | 2.633.276 |

9 POZOS
AGUAS
SUBTERRÁNEAS

REÑACA
(CHILE)



0%

| | |
|------|---------|
| 2016 | 135.985 |
| 2017 | 125.950 |
| 2018 | 122.011 |
| 2019 | 122.179 |

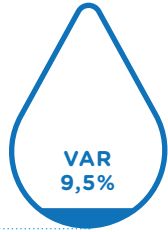
EMPRESA
SANITARIA

(*) Lectura parcial durante 2016



CONSUMO DE AGUA
M³

VICTORIA (CHILE)

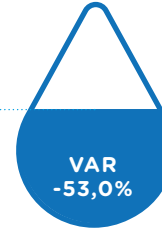


0%

| | |
|------|--------|
| 2016 | 10.871 |
| 2017 | 10.698 |
| 2018 | 12.668 |
| 2019 | 13.876 |

EMPRESA SANITARIA

AV. VENEZUELA (PERÚ)

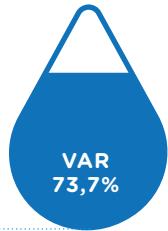


0%

| | |
|------|--------|
| 2016 | 45.396 |
| 2017 | 36.446 |
| 2018 | 75.513 |
| 2019 | 35.457 |

1 POZO AGUAS SUBTERRÁNEAS

LONTUÉ* (CHILE)



0%

| | |
|------|---------|
| 2016 | - |
| 2017 | - |
| 2018 | 83.710 |
| 2019 | 145.405 |

1 POZO AGUAS SUBTERRÁNEAS

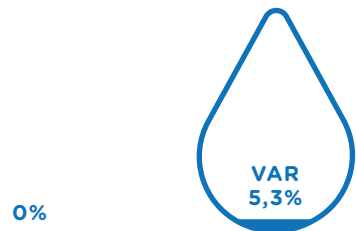
LOS OLIVOS (PERÚ)



0%

| | |
|------|---------|
| 2016 | 131.576 |
| 2017 | 127.598 |
| 2018 | 155.800 |
| 2019 | 203.840 |

1 POZO AGUAS SUBTERRÁNEAS



0%

TOTAL

| | | | |
|------|-----------|------|-----------|
| 2016 | 4.320.971 | 2018 | 3.493.909 |
| 2017 | 3.260.562 | 2019 | 3.678.881 |

(*) Se cuenta con medición a partir de marzo de 2018 (Instalación de medidor)



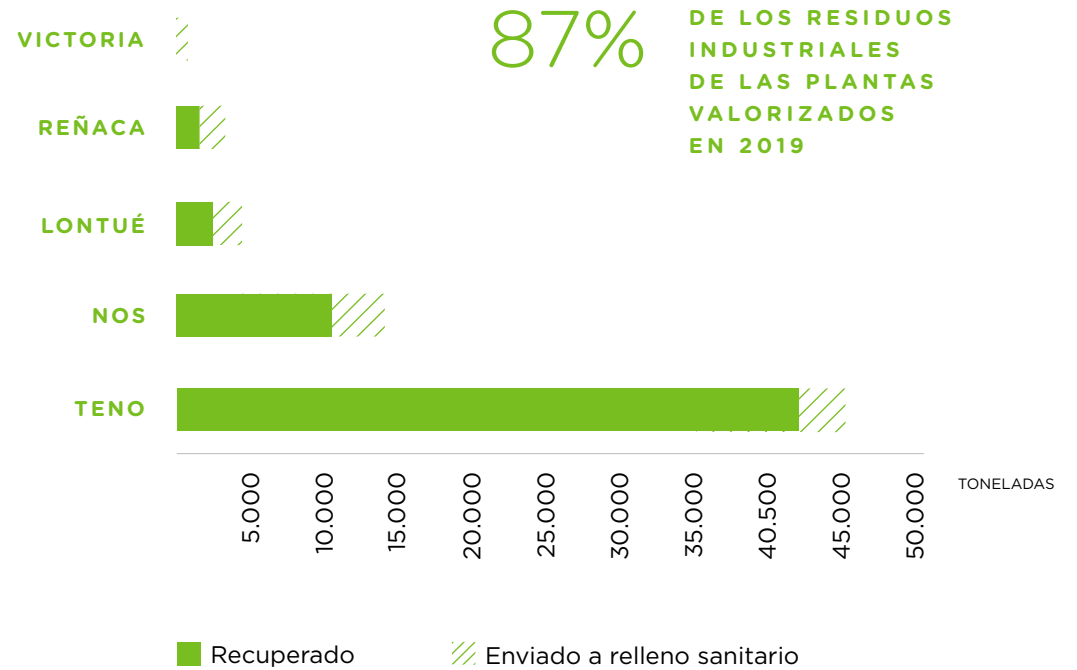
GESTIÓN DE RESIDUOS INDUSTRIALES

Por nuestra constante preocupación por el medioambiente, llevamos varios años gestionando los residuos de nuestras operaciones con el objetivo de alcanzar en el futuro un estándar de Cero Residuos Industriales a Eliminación. Nuestro trabajo se ha centrado en gestionar una segregación en el origen de los residuos generados, con la finalidad de proporcionar soluciones integrales para que estos dejen de ser residuos y pasen a ser un recurso o materia prima. Es así como en todas nuestras plantas productivas en Chile llevamos indicadores de valorización de los residuos industriales.

Entre los tipos de residuos que gestionamos están los asociados directamente a insumos y productos, al igual que residuos de envases y embalajes, como plástico, papel, cartón, vidrio, metal y tetrapack.

Durante 2019 trabajamos en la valorización de residuos en las plantas de Nos, Teno, Lontué, Reñaca y Victoria, con un importante avance del 87%.

DESTINO DE LOS RESIDUOS





 273

colaboradores

CAPACITADOS EN SEGREGACIÓN DE PLÁSTICOS

Siguiendo esta misma línea de trabajo, en 2018 adherimos al Acuerdo de Producción Limpia (APL) impulsado por la ASCC, Acción Empresas y el Ministerio de Medioambiente. El adherirse a este acuerdo voluntario nos ha permitido avanzar hacia un estándar cero residuos y continuar aplicando procesos de mejora continua para reducir las brechas de valorización.

Nuestras gestiones en este contexto han comenzado en el Complejo Industrial de Nos, donde funcionan siete de nuestras plantas productivas y el principal centro de distribución de la Compañía, con el trabajo de cerca de 4.000 personas. En este recinto logramos reducir la disposición final de residuos en un 21%, con lo cual superamos la meta que nos habíamos fijado para el año 2019 de un 20% gracias a una serie de acciones, entre las que podemos mencionar las siguientes:

- » Valorización de mermas de jugos en polvo a través de la identificación de las fuentes.



- » Implementación de piloto de segregación de los residuos plásticos en la planta de galletas, que permitirá mejorar el plan de segregación actual, con el objetivo de obtener un material más limpio que sea factible de valorizar. El plan contempló la implementación de equipamiento para la correcta segregación, señalética, actualización de procedimiento y análisis de reciclabilidad con valorizadores.
- » Mejoramiento estructural de los puntos verdes de Reñaca y Lontué.

GESTIÓN EN PLANTA DE TENO

Durante 2019, en nuestra planta de pulpas en Teno, de Agrozzi, se llevaron a cabo las siguientes acciones:

- » Valorización de los lodos industriales tratados con aplicación benéfica para recuperar 96 hectáreas aproximadamente de terrenos agrícolas pobres en nutrientes.

- » Valorización de los cuescos de durazno (carozos) que se reutilizan como biomasa para la generación de energía y/o disminución de humedad en los lodos de aguas servidas.
- » Valorización de las ramas y hojas del tomate que se utilizan para compost y posterior uso en terrenos agrícolas.

5.2 GESTIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES DEL

PRODUCTO



¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

En el mundo anualmente se producen cerca de 10.000 millones de toneladas de residuos, pero se recicla menos del 10%, según investigaciones del Programa de las Naciones Unidas para los Asentamientos Humanos (ONU-Hábitat). El ODS 12, que busca “Garantizar modalidades de producción y consumo responsables”, llama a hacer gestión sostenible de los recursos y los procesos productivos.

En Chile rige la Ley N°20.920 de Responsabilidad Extendida al Productor (REP) que, entre otros aspectos, contiene un marco normativo sobre la gestión de residuos. Asimismo, se están desarrollando diversas iniciativas públicas y privadas para reducir, reemplazar y reciclar materiales.

¿QUÉ HACEMOS EN CAROZZI?

Participamos desde un comienzo de la iniciativa que lidera AB Chile para desarrollar un Sistema Integrado de Gestión de residuos. Por otra parte, contamos con cinco metas de corto y largo plazo para mejorar la reciclabilidad de nuestros envases y embalajes.

**OBJETIVOS DE
SOSTENIBILIDAD EN
ENVASES Y EMBALAJES
2020-2025**



**Objetivo 1
2019-2021**

**CORTO
PLAZO**

**REDUCCIÓN GRAMAJE
MATERIALES
3% ANUAL EN PLÁSTICOS Y
CARTULINA**

**Objetivo 2
2020-2022**

**UTILIZAR CARTULINA
CERTIFICADA PEFC
100% DE ESTUCHES Y DISPLAYS**

**Objetivo 3
2019-2020**

**APLICACIÓN ECOETIQUETA
CAROZZI
100% APLICACIÓN**

**Objetivo 4
2020-2024**

**LARGO
PLAZO**

**MEJORAR RECICLABILIDAD
DE NUESTROS ENVASES**

**Objetivo 5
2022-2025**

**INCORPORAR MATERIAL
RECICLADO EN MATERIALES DE
ENVASES**



16%

DE REDUCCIÓN
DEL FILM
FLEXIBLE



16%

DE REDUCCIÓN DEL
GRAMAJE DE LA
LÁMINA DE ENVASE EN
COSTA CEREAL BAR



9%

DE REDUCCIÓN
DEL GRAMAJE DE
LA LÁMINA DE
ENVASE EN PASTAS
TRATTORIA 400 GR

CAMBIOS EN LOS ENVASES

En Carozzi hemos asumido el desafío de disminuir la cantidad de plásticos y cartulinas de nuestros envases, conservando su inocuidad y duración, así como otras características como la calidad y la apariencia.

Para el objetivo 1 de reducir en un 3% anual el consumo de plásticos y cartulinas, se trabajó en una selección de los productos de mayor venta en cada categoría. De ellos, elegimos aquellos que serán gestionados para alcanzar esta meta. Por su parte, el objetivo 3 establece la incorporación de cartulina certificada bajo el estándar PEFC en la totalidad de nuestros estuches

y displays de productos. Para ello, solicitamos a nuestros proveedores que sus materiales y materias primas provengan de fuentes sostenibles.

En relación con nuestros materiales de embalaje (cajas de cartón corrugado), en la actualidad el 78% de ellas están fabricadas con material 100% reciclado. El objetivo para los próximos dos años es llegar a un 90% del total de las cajas con esta característica, para lo cual estamos trabajando estrechamente con nuestros proveedores.



63%

DE LA VENTA DE LA DIVISIÓN
CHILE REPRESENTAN LOS
PRODUCTOS CON ENVASES
QUE TIENEN LA CAPACIDAD
DE SER

reciclados

70%

DE NUESTROS PRODUCTOS TIENEN LA ECOETIQUETA DESARROLLADA POR CAROZZI MIRANDO LAS MEJORES PRÁCTICAS INTERNACIONALES

ECOETIQUETA Y EDUCACIÓN DE CONSUMIDORES

En el año 2017 comenzamos el desarrollo de un sistema de ecoetiquetado para ayudar a los consumidores a identificar qué envases son reciclables, cómo separarlos, qué tratamiento deben darles antes de reciclarlos y cómo hacer una adecuada disposición según los tipos de materiales que los componen. Iniciamos la aplicación de la ecoetiqueta a fines de 2018.

Luego de un amplio despliegue en 2019, ya la hemos aplicado en un 70% de los productos y tenemos como objetivo conseguir un 100% de aplicación en 2020. Finalmente, comunicamos cómo funciona este sistema de ecoetiquetado en la página www.carozzireciclemos.cl. Con esta iniciativa buscamos entregar más y mejor información al consumidor y así contribuir a aumentar las tasas de reciclaje de nuestros residuos domiciliarios.



Con esta experiencia participamos, junto a otras 25 empresas en la configuración del Acuerdo de Producción Limpia que impulsaron Sofosa y el Ministerio del Medioambiente para generar una ecoetiqueta que identifique los envases reciclables.

La ecoetiqueta tiene dos objetivos principales:

1. Incidir en la preferencia de compra de los consumidores, con el fin de que opten por aquellos envases altamente reciclables.
2. Contribuir a que las personas tengan más facilidad para reciclar, al contar con información sobre la materialidad de los componentes de los envases.

Nuestra Compañía adhirió a este APL, el cual se espera implementar durante 2020.

MI BARRIO RECICLA

En materia de la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (REP), a través del primer sistema de gestión de envases y embalajes que nació bajo el alero de AB Chile, participamos en 2019 en la implementación del piloto REP en Providencia denominado “Mi Barrio Recicla”. Este proyecto tiene como objetivo realizar una recolección selectiva de residuos reciclables en 63.000 viviendas y poder llegar a una cobertura de un 90% de las propiedades de la comuna durante el año 2020.



ECODISEÑO DE ENVASES Y PRODUCTOS

Durante 2019 trabajamos en la elaboración de una Política de Sostenibilidad para el Desarrollo de Nuevos Productos, marco que guía la innovación necesaria para alcanzar el objetivo 5 (100% de los productos vendidos en materiales reciclables o hechos de materiales reciclados o compostables). Esta política orienta el camino a seguir en aquellos casos en que no existen materiales reciclables, cuando los productos ya se envasan en materiales reciclables y cuando hay mejores alternativas a las existentes. Una de las definiciones de impacto inmediato es que no se lanzarán nuevos productos en materiales no reciclables si ya tienen su alternativa reciclable disponible en el mercado.



Es importante recalcar que en Carozzi entendemos el ecodiseño como un proceso integral, en el que la elaboración y el uso de envases son solo una parte. Todo el proceso de ecodiseño involucra a muchas áreas, ya que se requiere revisar desde el ingreso de la materia prima hasta la distribución de los productos. Con esa perspectiva, en 2019 se eligieron algunos productos para analizarlos en la totalidad de las etapas de elaboración y distribución, tales como consumo de agua, energía, almacenamiento y transporte. De esta manera, en forma progresiva, esperamos introducir y mantener el concepto del ecodiseño en nuestra cultura de trabajo y desarrollo de productos, involucrando a todas las áreas involucradas en la cadena de abastecimiento y producción.

5.3 RELACIONAMIENTO

COMUNITARIO

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) ha destacado que las acciones y relaciones que las empresas establecen con las comunidades cercanas a su entorno son un aporte fundamental para el cumplimiento integral de los Objetivos de Desarrollo (ODS) de la Agenda 2030 que impulsa el organismo internacional.

Asimismo, la OCDE, en un documento presentado en 2018, observa que “las empresas pueden contribuir a un mayor desarrollo social y económico haciendo que las partes interesadas – como, por ejemplo, las poblaciones locales— formen parte de sus procesos de planificación y toma de decisiones”.

¿QUÉ HACEMOS EN CAROZZI?

Hemos desarrollado una Política de Relacionamento Comunitario en la cual establecemos los lineamientos generales sobre las actividades, roles y criterios de priorización, entre otros temas relevantes. Bajo este marco, en 2019 elaboramos un plan de trabajo con las comunidades de los principales centros industriales, estableciendo canales de comunicación formales y fluidos.



POLÍTICA DE RELACIONAMIENTO COMUNITARIO

En Carozzi entendemos por comunidades a aquellas localidades de mediana o alta densidad ubicadas a no más de dos kilómetros de nuestras plantas y sucursales, en las cuales existen casas-habitaciones, escuelas y servicios de salud. Esta definición no considera a vecinos del tipo agricultores.

En 2019, desarrollamos y formalizamos una Política de Relacionamento Comunitario que rige todas nuestras operaciones en Chile. Esta política define que nuestros vínculos se deben desarrollar de la siguiente forma:

- » **Colaborativa:** nos preocupa que todos los involucrados formen parte
- » **Propositiva:** siempre con la disposición de construir y avanzar
- » **Proactiva:** queremos conocer a nuestros interlocutores, contextos y circunstancias

Los ámbitos de acción definidos en esta política son:



SOLIDEZ, LIDERAZGO Y CONFIANZA

- » Abrir las puertas de nuestras instalaciones
- » Trabajar colaborativamente con autoridades locales



CULTURA CAROZZI

- » Fortalecer el compromiso con las familias de nuestros colaboradores y potenciales colaboradores vecinos
- » Sensibilizar a nuestros colaboradores en su relación de respeto con las comunidades



CADENA DE VALOR SOSTENIBLE

- » Informar sobre el origen de nuestras materias primas
- » Comunicar el trabajo asociativo con los agricultores
- » Implementar el plan Crecer Juntos, cuando aplique
- » Idear iniciativas que permitan incorporar a la comunidad dentro de la cadena de valor de Carozzi



ESTILO DE VIDA SALUDABLE

- » Mejorar el acceso a información alimenticia
- » Promover hábitos de consumo saludable
- » Incentivar la actividad física



CUIDADO DEL ENTORNO

- » Mejorar eficiencia energética, monitorear consumo de agua y disminuir emisiones y residuos de nuestras operaciones
- » Apoyar la tenencia responsable de mascotas

GESTIÓN 2019



El plan de acción partió en 2019 por la identificación de las comunidades relevantes para Carozzi, en función de externalidades que pudiesen afectarlas, como tamaño de la operación, tipo y nivel de emisiones, ruidos, olores, riles, incidencia laboral local, consumo de agua, impacto vial y gestión de residuos. A continuación, se contactó a las agrupaciones vecinales de dichas comunidades para constituir mesas de trabajo, darles a conocer los programas de sostenibilidad de la Compañía y constituir una agenda de trabajo en función de los principales temas acordados, para luego hacerles un monitoreo continuo.

Durante el año nos vinculamos activamente con diez juntas de vecinos de comunidades aledañas al centro industrial de Nos y siete de Reñaca. Se levantaron diversas inquietudes y, simultáneamente, se organizaron actividades conjuntas, entre ellas visitas a las plantas y jornadas de implantación de chips para mascotas.

En Perú también se ha iniciado un trabajo con la comunidad vecina a la planta Los Olivos, en Lima, atendiendo a sus inquietudes por ruidos de la operación industrial. Asimismo, nuestra subsidiaria Molitalia tiene una activa participación en campañas solidarias nacionales y locales y miembros del voluntariado corporativo desarrollan actividades sociales con la comunidad.

TESTIMONIO

“Somos una comunidad de más de 500 personas. Carozzi empezó a usar un camino y la gente aquí camina dos kilómetros para llegar a sus casas y tenía que parar cuando pasaban los camiones de la empresa. Ese problema estuvo hasta que empezamos a conversar y conocernos con los representantes de Carozzi. Hoy tenemos un protocolo y personas a quienes podemos llamar. Ellos se encargan de que el acuerdo se cumpla, lo cual es muy positivo”.

Franco Orellana
Presidente de la Junta de Vecinos
La Estancilla



1.045
microchips

IMPLANTADOS EN
2018-2019

25
jornadas
DE IMPLANTACIÓN DE
MICROCHIPS EN 2019

620
mascotas
ATENDIDAS EN 2019

NUESTROS VECINOS, LAS MASCOTAS

En nuestra Compañía entendemos que las mascotas, como seres cuidados y queridos en sus familias, también forman parte de las comunidades con las cuales nos relacionamos. Apoyamos la tenencia responsable mediante dos iniciativas: implantación de chips y servicio veterinario.

IMPLANTACIÓN DE CHIPS PARA MASCOTAS

Desde 2018, año en que se hizo efectiva la Ley N°21.020 sobre "Tenencia Responsable de Mascotas y Animales de Compañía" hemos colaborado con los vecinos del centro industrial de Nos en el cumplimiento de la obligación de registrar a sus perros y gatos, e implantarles un chip para esos efectos.

JORNADAS MASTER VET

Nuestra clínica veterinaria móvil recorre varias regiones del país llevando gratuitamente asistencia primaria sobre el estado sanitario, la alimentación, la desparasitación y la higiene de las mascotas. Las actividades se organizan principalmente con la colaboración de municipalidades y clientes como cadenas de supermercados. En 2019, Master Vet benefició a los vecinos de nuestras plantas de San Bernardo, Reñaca, Lontué y Teno, además de las comunas de Puente Alto y Macul, como instancia de colaboración con sus respectivas municipalidades.

Para llegar a un público más amplio, hacemos educación en tenencia responsable mediante cápsulas informativas que difundimos a través de redes sociales

ADOPCIÓN DE MASCOTAS

Apoyamos a organizaciones sin fines de lucro que se dedican al rescate, rehabilitación y reinserción de perros y gatos abandonados. Nuestras donaciones de alimento van en directo beneficio de los rescatados mientras se encuentran en refugios u hogares temporales.

- » Fundación Garras y Patas (Santiago)
- » Fundación Adopta (Santiago)
- » Sociedad Protectora de Animales San Francisco de Asís (Curicó)
- » Refugio Dhermes (Viña del Mar)

TERAPIAS Y ASISTENCIA

Colaboramos también, a través de donación de alimento para mascotas, con distintas organizaciones e instituciones que realizan terapias asistidas con perros para ayudar a personas de distintas edades a afrontar situaciones difíciles, ya sea por razones emocionales o de salud. Entre ellas están:

» **Asistencia en rehabilitación física o médica:** los perros que participan en estos programas colaboran con los especialistas y técnicos brindando a los pacientes los estímulos necesarios para que los objetivos terapéuticos se logren en los tiempos previstos y de modo lúdico. En esta línea, apoyamos a: Corporación Bocalan Confiar, Instituto Nacional de Rehabilitación Pedro Aguirre Cerda, Instituto Teletón y Clínica Alemana.

» **Asistencia judicial:** los perros hacen acompañamiento a niños, adolescentes y adultos que han sido abusados, maltratados física y/o psicológicamente o testigos de delitos violentos y deben declarar en distintas instancias del proceso judicial. El apoyo que entregamos beneficia a Tribunales de Familia y Tribunales Penales.

VOLUNTARIADO CON MASCOTAS

Un grupo de 70 colaboradores de Molitalia en Lima, Perú, desarrolló durante 2019 un voluntariado en el albergue de animales “Voz Animal”, limpiando espacios y colaborando con sacar a las 50 mascotas a caminar.



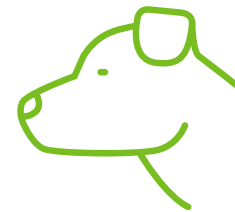
En 2019 colaboramos con la alimentación de los perros que ayudan en los tratamientos brindados por las siguientes instituciones:



880
pacientes
ANUALES DE TELETÓN

120
pacientes
AL AÑO DEL INSTITUTO
PEDRO AGUIRRE CERDA

288
pacientes
DE LA CLÍNICA ALEMANA



160 **personas**
AL AÑO EN
TRIBUNALES DE
FAMILIA

44 **personas**
ANUALES EN
TRIBUNALES PENALES



DONACIÓN A RED DE ALIMENTOS

En nuestros procesos de producción, cierta cantidad de alimentos resulta no viable para su comercialización, generalmente por fallas en el envasado. Así, nuestra Compañía en 2019 donó 175 toneladas de productos en buen estado a la Red de Alimentos, organización sin fines de lucro que coordina la donación de productos a organizaciones sociales que atienden a personas en condición de vulnerabilidad.

Junto con representar una contribución desde nuestro rol social, estas acciones son parte de una gestión de la producción de excedentes y disminución de residuos en nuestras plantas.

175
toneladas

DE PRODUCTOS
EN BUEN
ESTADO
DONADAS EN
2019



Información de contacto

Empresas Carozzi S.A. es una Compañía dedicada a la elaboración, comercialización, distribución, importación y exportación de alimentos.

Rut: 96.591.040 - 9

Registro de Valores: 733

Dirección: Camino Longitudinal Sur N°5201, km 23, Nos, San Bernardo, Región Metropolitana.

Mesa Central: (56-2) 2377 6400

Línea de Atención al Consumidor: 800 228 228

Correo electrónico: hablemos@carozzicorp.com

Página web: www.carozzicorp.com

**REPORTE DE SOSTENIBILIDAD
EMPRESAS CAROZZI S.A. 2019**

CONTENIDOS: NEXOS
DISEÑO: CINCELDDESIGN.COM