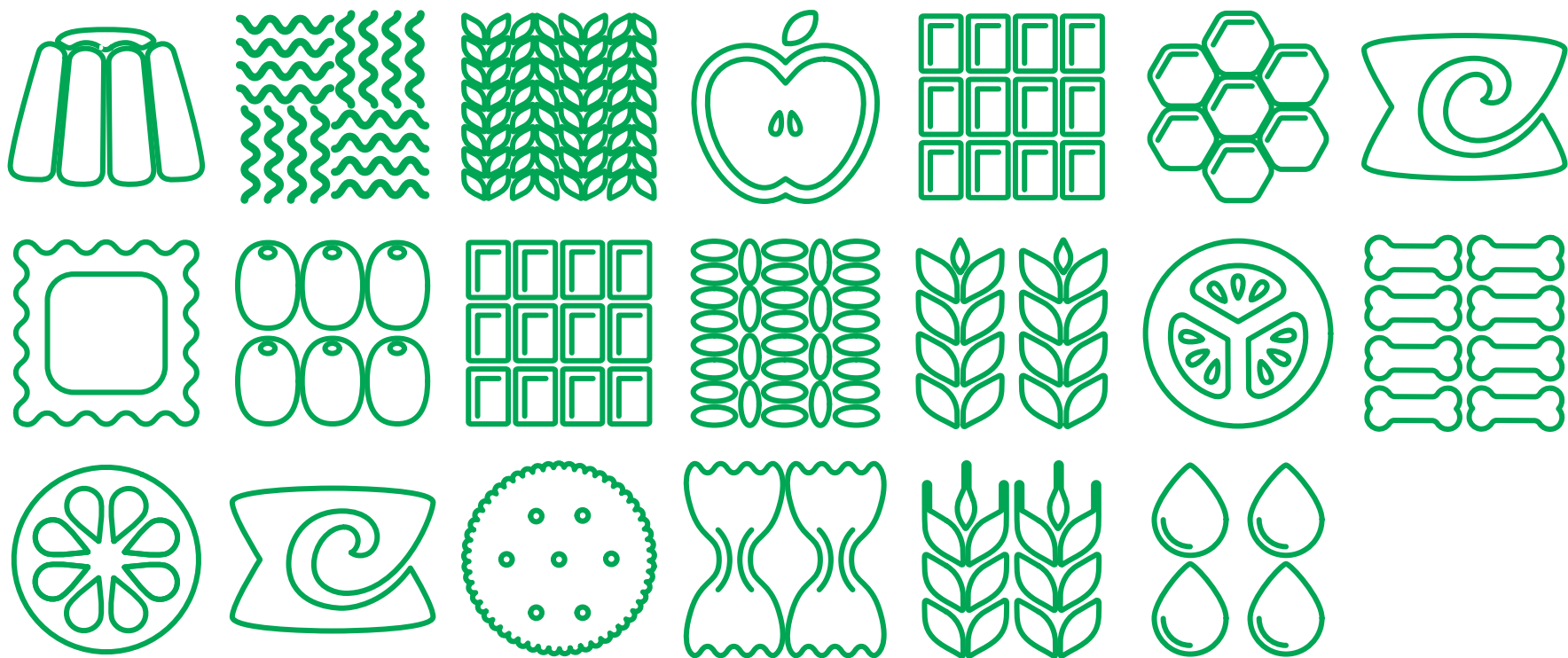


Reporte de Sostenibilidad  
2016





# Información de contacto

**Empresas Carozzi S.A.**

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

**Rut:** 96.591.040 – 9

**Registro de Valores:** 733

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

**Mesa Central:**  
(56-2) 23776400

**Líneas de Atención al Consumidor:**  
800 228 228 – 800 321111

**Correo electrónico:**  
hablemos@carozzicorp.com  
**www.carozzicorp.com**



# Para entender nuestro Reporte

Con el fin de facilitar la comprensión de este informe hemos desarrollado el siguiente glosario de símbolos y abreviaturas.

**Color es ubicación**

Cada capítulo está representado por los distintos colores que componen la paleta cromática de nuestra nueva imagen.

- 1

Somos **Carozzi**
- 2

**Sostenibilidad** en Carozzi
- 3

Solidez, liderazgo y **confianza**
- 4

**Cultura** Carozzi
- 5

Estilo de vida **saludable**
- 6

**Cadena de valor** sostenible
- 7

**Cuidado** del entorno

**Simbología**

Todos nuestros textos están simbolizados por dos íconos que muestran el estado de avance de las iniciativas sostenibles.

- ✓

Acción iniciada o concretada.
- ✳

Cambio de temática o subtema.

**Siglas**

<b>BRC:</b> British Retail Consortium.	<b>ODS:</b> Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Organización de las Naciones Unidas (ONU).
<b>COSO:</b> Committee of Sponsoring Organization the Treadway Commission. Estándar para la gestión de riesgo corporativo, disuación del fraude y control interno.	<b>ODEPA:</b> Oficina de Estudios y Políticas Agrarias del Gobierno de Chile.
<b>GFSI:</b> Global Food Safety Initiative.	<b>PEFC:</b> Programme for the Endorsement of Forest Certification.
<b>GHG Protocol:</b> Green House Gas Protocol.	<b>PGN:</b> Plan Global de Negocios de Carozzi.
<b>GNL:</b> Gas Natural Licuado.	<b>PwC:</b> PricewaterHouseCoopers consultores y auditores S.P.A.
<b>GRI:</b> Global Report Initiative.	<b>SENATI (Perú):</b> Servicio Nacional de Adiestramiento en Trabajo Industrial.
<b>HACCP:</b> Hazard analysis and critical control point.	<b>TPM:</b> Total Productive Maintenance. Metodología de productividad y eficiencia de trabajo aplicada en Carozzi.
<b>I+D+i:</b> Investigación, desarrollo e innovación	<b>SS:</b> Clasificación, orden, limpieza, estandarización y mantención de la disciplina.
<b>IMC:</b> Índice de Masa Corporal.	
<b>LEED:</b> Leadership in Energy & Environmental Design.	
<b>LUP:</b> Lecciones de un punto.	



1  
Somos  
**Carozzi**

2  
**Sostenibilidad**  
en Carozzi

3  
Solidez, liderazgo  
y **confianza**

4  
**Cultura**  
Carozzi

5  
Estilo de vida  
**saludable**

6  
**Cadena de**  
**valor** sostenible

7  
**Cuidado** del  
entorno



# Carta del Gerente General

Sebastián García Tagle

## Construyendo nuestra sostenibilidad

Son pocas las empresas en el mundo que pueden decir con orgullo que han permanecido en el negocio por más de 10 décadas. Es así como nuestros 119 años de vida son el primer testimonio de nuestra sostenibilidad. La búsqueda por generar empleos de calidad, la preocupación por el entorno, las comunidades y el uso eficiente de los recursos comenzaron en 1898, cuando Augusto Carozzi Passani (1874-1942), un joven inmigrante italiano, fundó en Valparaíso un taller de elaboración de pastas.

Esta mirada del negocio, que ha evolucionado y se ha perfeccionado de generación en generación, es lo que nos ha permitido estar en el mercado por más de 100 años, crecer, innovar, desarrollar productos y marcas que lideren en la industria de alimentos en Chile, Perú y llevar nuestros productos a 54 países.

Hemos sido capaces de enfrentar con optimismo las dificultades, de adaptarnos a los cambios en los consumidores, en la legislación y en las costumbres. Incluso, nos hemos adelantado a las necesidades para seguir presentes en cada mesa con alimentos de calidad, elaborados con altos estándares de inocuidad, que aporten a la nutrición. Nos motiva, además, promover el disfrute y la vida saludable de adultos y niños.

Esto es la sostenibilidad para Carozzi, la forma y el fondo de hacer nuestro negocio.

## El mundo cambia y nosotros con él

Así, en 2016 trabajamos con empeño para elaborar una política y una estrategia de sostenibilidad. A través de ellas y de la publicación de este primer reporte estamos reconociendo que las exigencias del mundo

en esta materia han cambiado, que nosotros hemos ido progresivamente adaptándonos a eso, sistematizando nuestras iniciativas medioambientales, sociales y económicas, preparándonos también para medir nuestros impactos en el entorno y en las comunidades en las que operamos.

Esto es otro paso para cumplir nuestro objetivo de convertirnos en la empresa de consumo masivo más respetada y valorada de Latinoamérica.

## Al modo Carozzi

Estoy confiado de que vamos por el camino correcto, porque avanzamos entregando calidad de vida, mirando de frente a nuestros colaboradores y sus necesidades; escuchando a nuestros consumidores, motivándolos a un cambio hacia una vida al aire libre y a disfrutar en familia; contribuyendo al deporte y a la salud; buscando la equidad y crecimiento de nuestros proveedores; cuidando la tierra y los recursos que nos entrega; sintiendo pasión por el trabajo bien hecho.

Hemos sembrado y cosechado por 119 años, preocupándonos de cada una de las etapas del proceso que va desde la tierra, las semillas hasta el producto que llega a la mesa de cada uno de ustedes. Es así como construimos nuestra historia.

Ahora, los invito a conocer, a través de este reporte, la forma en que estamos construyendo nuestro futuro.

**Sebastián García,**  
**Gerente General Carozzi**



DIRECTORIO



GONZALO  
BOFILL SCHMIDT  
 director

Rut: 13.990.222-K  
 Profesión: Ingeniero comercial  
 Fecha de reelección: 27/04/2016



GONZALO  
BOFILL VELARDE  
 presidente

Rut: 7.003.362-3  
 Profesión: Ingeniero Comercial  
 Fecha de reelección: 27/04/2016



CARLOS CÁCERES  
CONTRERAS  
 director

Rut: 4.269.405-3  
 Profesión: Ingeniero Comercial  
 Fecha de reelección: 27/04/2016



ANDRE  
PARKER  
 director

Rut: Extranjero  
 Profesión: Master of Commerce  
 Fecha de reelección: 27/04/2016



NEIL  
BRIMACOMBE  
 director

Rut: Extranjero  
 Profesión: Bachelor of  
Commerce y MBL  
 Fecha de reelección: 27/04/2016



ENRIQUE  
IDE VALENZUELA  
 director

Rut: 6.117.880-5  
 Profesión: Ingeniero  
Naval Eléctrico  
 Fecha de reelección: 27/04/2016



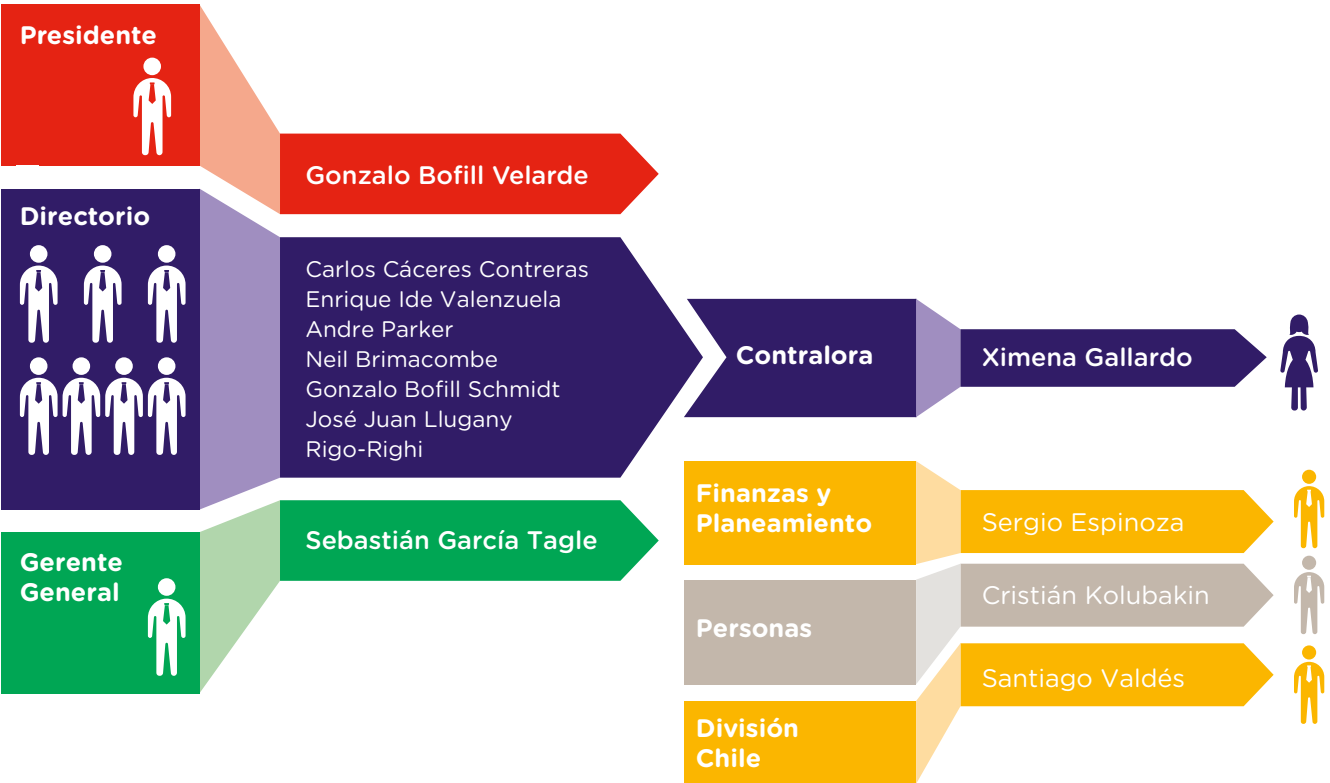
JOSÉ JUAN LLUGANY  
RIGO-RIGHI  
 director

Rut: 6.318.711-9  
 Profesión: Ingeniero  
Comercial  
 Fecha de reelección: 27/04/2016

- DIRECTORES SUPLENTE
- ANDRÉS UNDURRAGA  
 JORGE DELPIANO KRAEMER  
 CARLO ROSSI SOFFIA  
 PABLO BOFILL SCHMIDT  
 PETER PICKETT POUND  
 PATRICK SITHOLE  
 NOEL DOYLE



# Gobierno Corporativo



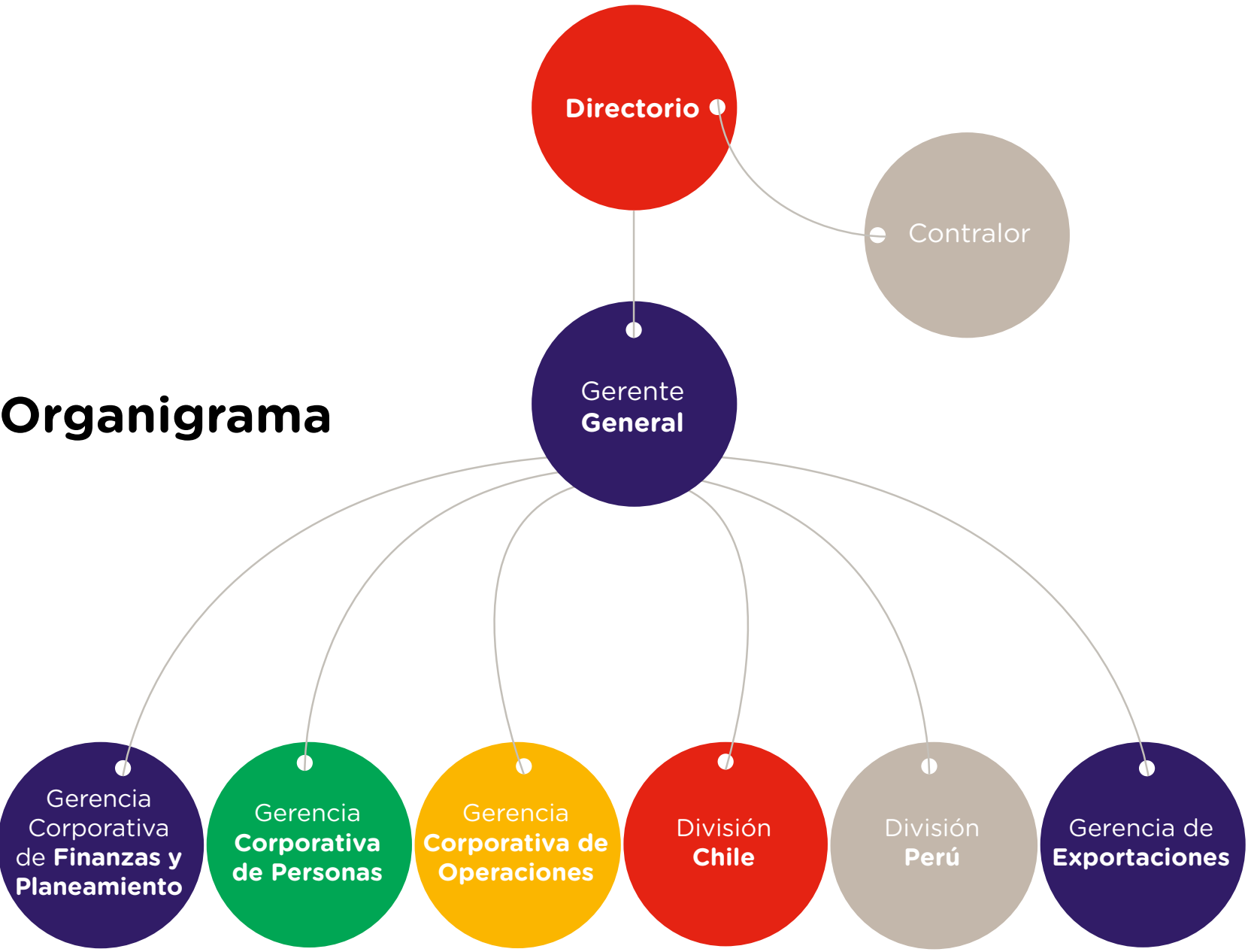
La conducción estratégica de nuestra empresa está en manos de su Directorio, compuesto por siete directores titulares y siete suplentes. Estos son elegidos cada tres años por la Junta de Accionistas, de acuerdo a sus capacidades técnicas, experiencia y cualidades de liderazgo.

El Directorio evalúa y aprueba el plan estratégico, los presupuestos y las políticas relevantes, por ejemplo: inversiones, coberturas, ética, prevención de delitos, operaciones con partes relacionadas y sostenibilidad, así como cualquier información que resulte relevante para el desarrollo de los negocios de Carozzi. Asimismo, delega la administración de la sociedad en el Gerente

General Corporativo y una estructura de ejecutivos, quienes traducen a acciones concretas sus lineamientos y gestionan la relación con los grupos de interés.

Nuestro Directorio sesiona mensualmente para mantenerse informado y actualizado sobre la gestión de la empresa, el avance de los negocios y el cumplimiento de presupuestos y proyectos, entre otros. En estas reuniones, las distintas gerencias deben dar cuenta de los temas mencionados y, en forma adicional, el Directorio tiene la facultad de convocar a expertos en distintas materias, con el objetivo de mantenerse actualizado en nuevas regulaciones u otros aspectos de su interés.

# Organigrama





ADMINISTRACIÓN

**Sebastián** García Tagle  
 Gerente General  
**Fecha de nombramiento:** 01/01/2015

**Ximena** Gallardo Ugarte  
 Contralora  
**Fecha de nombramiento:** 31/07/2013

**Sergio** Espinoza Segovia  
 Gerente Corporativo de Finanzas  
 y Planeamiento  
**Fecha de nombramiento:** 01/05/2004

**Cristián** Kolubakin Muñoz  
 Gerente Corporativo de Personas  
**Fecha de nombramiento:** 01/01/2011

**Carlos** Hormaechea Marín  
 Gerente Corporativo de Operaciones  
**Fecha de nombramiento:** 01/01/2015

**Santiago** Valdés Birrell  
 Gerente División Chile  
**Fecha de nombramiento:** 01/01/2015





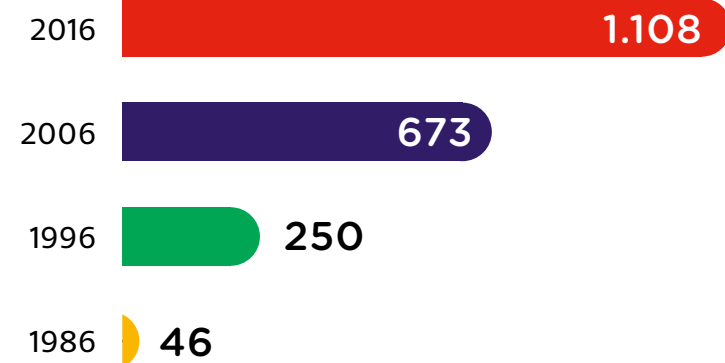
Asimismo, el señor Gonzalo Bofill Velarde, a través de la sociedad Inversiones BSH S.P.A., posee el 0,2960% de las acciones de Carozzi S.A.

# PRINCIPALES RESULTADOS

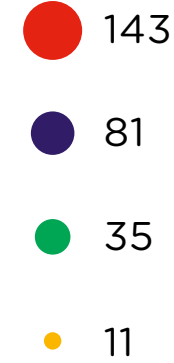
INVERSIÓN  
(2016)

88  
TOTAL  
USD MILLONES

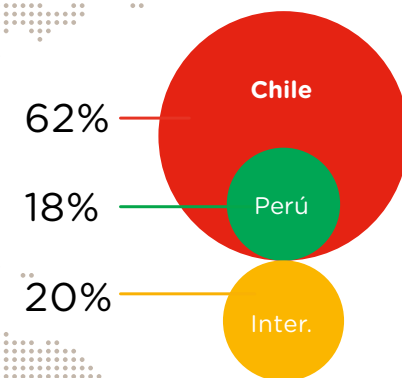
VENTAS  
(US\$ MM)



EBITDA  
(US\$ MM)



VENTAS  
(POR PAÍS)



## CENTROS INDUSTRIALES-PLANTAS, SUCURSALES Y CENTROS DE DISTRIBUCIÓN (2016)

5 25 19 6

Centros  
industriales

Plantas

Sucursales

Centros de  
distribución

### DIVISIÓN CHILE

**3** Centros industriales

**Nos:** pastas, cereales, galletas, snacks, jugos en polvo, bebidas líquidas, postres.  
**Reñaca:** caramelos y chocolates.  
**Teno:** pasta y salsas de tomate, jugos concentrados, compotas y pulpas de fruta.

**4** Plantas

**Lontué:** alimentos para mascotas.  
**Parral:** arroz.  
**Victoria:** harina y avena.  
**Pudahuel:** tortillas y snacks mexicanos.

**7** Sucursales

Antofagasta  
 Coquimbo  
 Talca  
 Concepción  
 Temuco  
 Osorno  
 Punta Arenas

**4** Centros de distribución

Nos  
 Teno  
 Lontué  
 Reñaca

### DIVISIÓN PERÚ

**2** Centros industriales

**Av. Venezuela, Lima:** pastas y harinas.  
**Los Olivos, Lima:** chocolates, galletas y snacks, caramelos, cereales, salsas de tomate, mermeladas.

**2** Plantas

**Calle Luis Castro Ronceros, Lima:** avenas.  
**Calle Jr. República de Ecuador, Lima:** harinas.

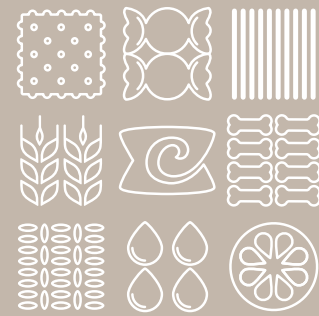
**12** Sucursales

Arequipa	Huánuco
Trujillo	Huancayo
Tarma	Piura
Ica	Chiclayo
Cusco	Huacho
Chincha	Pucallpa

**2** Centros de distribución

Av. Venezuela, Lima  
 Los Olivos, Lima





# 1

## Somos Carozzi



Desde Italia llegó  
a Valparaíso  
**AUGUSTO  
CAROZZI  
PASSANI.**  
Allí fundó La Joven  
Italia, Carozzi y Cía.

-1898



Tras la muerte de  
Augusto Carozzi,  
**ENRIQUE  
COSTA  
VENZANO**  
se hace cargo de la  
Gerencia General  
de la empresa.

-1942



Asume la presidencia  
**GONZALO BOFILL  
DE CASO.**  
Durante su gestión  
se inicia el proceso de  
internacionalización  
y diversificación de la  
Compañía.

-1975



**FAMILIA BOFILL**  
recibe el premio  
ESE a la Familia  
Empresaria.

-2009

1907

La Joven Italia se trasladó  
a Quilpué y cambió su  
nombre a "Compañía  
Molinos y Fideos Carozzi".



Se funda la empresa de  
caramelos artesanales  
Costa.

1960

**FRANCISCO  
DE CASO**

asume la presidencia  
de Costa.



2007

**GONZALO  
BOFILL  
VELARDE**

asume la presidencia  
de la Compañía. Él  
ha impulsado con  
fuerza la expansión e  
internacionalización de  
Carozzi.



2010

**GONZALO Y  
PABLO BOFILL  
SCHMIDT**

Se incorpora al Directorio  
de Empresas Carozzi una  
nueva generación.





# Los hitos más relevantes

1950

Carozzi se consolida como una de las fábricas de pastas más modernas de América, al inaugurarse el primer túnel automático del país para el proceso de secado de fideos largos.



1965

Se inaugura en Nos la planta de pastas más moderna de Sudamérica.



1982

Se concreta la compra de Costa por parte de Carozzi.



1987

Agrozzi nace para la exportación de pasta de tomates y pulpa de frutas.



1995

Un año después de la apertura de la primera oficina comercial en Estados Unidos, Carozzi compra la sociedad.

Industrial Teófilo Grob se convierte en una de las empresas molineras más importantes del país. Además, ingresa al mercado argentino a través de la compra de DRF Billiken.

1997

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



1999

Carozzi se asocia con Tiger Brands, la principal empresa de alimentos de Sudáfrica. El año 2000 adquiere el 100% de Ambrosoli, empresa fundada en 1920.



2005

Carozzi es destacada con el premio Icare como la mejor empresa del país.



2011

Se adquieren las marcas Master Dog y Master Cat, ingresando en la categoría de alimentos para mascotas.



Se inicia el más ambicioso plan de inversión en la historia de la Compañía. Se construye la planta de pastas más moderna del mundo, una nueva planta de cereales, un centro cívico y un complejo deportivo para los trabajadores en Nos. Se amplía la planta de galletas y se inaugura la de jugos concentrados más moderna del país.

2012

Inauguración del Centro Industrial de Nos.



2013

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



2014

Carozzi pasa a ser socio fundador del Centro de Innovación de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

2015

Se concreta el cambio en la administración de Carozzi. Asume Sebastián García la Gerencia General Corporativa.

Costa ingresó en el Branding Hall of Fame y Vivo fue distinguida como Marca Emergente.



Archdaily reconoce los edificios de las plantas de pastas, cereales y el Centro Cívico de Carozzi en Nos como "Building of the year", categoría industrial.

Carozzi adquiere el 100% de las acciones de la Compañía Alimentos Pancho Villa S.A. y los activos y marcas de Calaf y Natur –de propiedad de FOODS, filial de CCU. También se acuerda el desarrollo conjunto del negocio de bebidas instantáneas en polvo con Embotelladora CCU.



2016

Iniciamos la operación del Joint Venture con CCU para la producción de bebidas en polvo.

Fue un periodo en el que comenzamos la producción de los productos Calaf y el traslado de las líneas de producción a las instalaciones de Carozzi. Esto generó un aumento en la capacidad de la planta de chocolates y caramelos para implementar la producción de todos los productos Calaf.



Se tomó el control de Pancho Villa y se comenzó un intenso trabajo para construir el liderazgo de la marca.

Remodelamos nuestras plantas de arroz y premezclas, bebidas y postres; ampliamos también la capacidad de la planta de alimentos para

mascotas en Chile y se inició la construcción del nuevo centro de distribución en Lontué, para mejorar los niveles de servicio de Master Dog y Master Cat.

Comenzó la ampliación y modernización de nuestro Centro de Distribución de Nos.



Carozzi consolida sus iniciativas de sostenibilidad implementando un plan de ocho fases que permitieron crear una política, una estrategia y plasmarlas en el primer Reporte de Sostenibilidad de la empresa.



# Hitos 2016

- ✓ Iniciamos la operación del **joint venture** con CCU para la producción de bebidas en polvo.
- ✓ Fue un periodo en el que comenzamos la producción de los **productos Calaf** y el traslado de las líneas de producción a las instalaciones de Carozzi. Esto generó un aumento en la capacidad de la Planta de Chocolates y Caramelos para implementar la producción de todos los productos Calaf.
- ✓ Se tomó el control de **Pancho Villa**, empresa adquirida a fines de 2015, y se comenzó un intenso trabajo para ir alcanzando el liderazgo en la categoría tortillas. Esto se consiguió la última semana de 2016, gracias al esfuerzo y afiatamiento de los equipos a cargo de la marca, que llevaron a que alcanzaran el primer lugar en volumen según los datos de Nielsen.
- ✓ Remodelamos nuestras **plantas de arroz y premezclas, bebidas y postres**; ampliamos también la capacidad de la planta de alimentos para mascotas en Chile y se inició la construcción del nuevo centro de distribución en **Lontué**, para mejorar los niveles de servicio de **Master Dog y Master Cat**.
- ✓ Comenzó la ampliación y modernización de nuestro **Centro de Distribución de Nos**.



## \* Proyecto cambio de imagen corporativa



### Tu familia, nuestra familia

Como consecuencia del proceso de reflexión y luego de escuchar a nuestros grupos de interés, descubrimos que había nuevas expectativas que la sociedad tenía sobre nuestra empresa y que, en respuesta a eso, requeríamos renovar la imagen corporativa de Carozzi.



- ✓ Esta nueva imagen rescata, transmite y potencia nuestra visión renovada. Además, está permeada de los objetivos y valores estratégicos de Carozzi y busca posicionarnos como la marca regional e internacional que somos, pero sin alejarnos de nuestras raíces, al incorporar nuestra icónica “corbata” que, ahora transformada, continúa identificándonos.
- Seguimos también ocupando nuestros tradicionales blanco y rojo, como reconocimiento a nuestros orígenes, colores que también siguen estando presentes en las marcas más estratégicas como Costa y Ambrosoli. Para completar la iconografía desarrollamos un patrón de pictogramas que identifican nuestras categorías. Así, Carozzi está presente en todo el continente, a través de elementos visuales cercanos y amigables que rescatan nuestra esencia y origen.
- Con esta nueva imagen esperamos responder a las expectativas de distintos mercados y continuar creciendo con relaciones de largo plazo, llegando a una mayor cantidad de hogares con nuestros productos y siendo un aporte para el desarrollo sostenible de la sociedad.

# División Perú Molitalia

Uno de los hitos más importantes del año 2016 en Molitalia fue la construcción de la Planta de Alimentos para Mascotas, categoría a la que entramos a fines del 2013, con la adquisición de las marcas Mimaskot y Nutrican. Ambas han venido consolidando su posición de liderazgo en los segmentos donde participan, con desempeños sobre el mercado, con altas

tasas de incremento anual y que todavía tiene mucho potencial para crecer por su baja penetración. Con esta planta en Molitalia multiplicará por tres nuestra capacidad de producción, generando un espacio importante para innovar, desarrollar nuevas propuestas de valor y entrar a nuevos segmentos en este mercado.

DATOS PLANTA MASCOTAS PERÚ
 



mimaskot

Inversión:
 

US\$ 23 MM

 aprox, incluido valor terreno.

Superficie:	2,15 ha.
Nº de trabajadores:	42 directos.
Terreno:	22.111,69 m²
Edificios:	9.018,31 m²
Ubicación:	Cajamarquilla a 25 km del centro de Lima







# Nuestros lanzamientos 2016

MiFrut  
Frambuesa  
Cranberries



**MIFRUT MANGO-MARACUYÁ:**  
porque los adultos también querían fruta en pouch.

**VIVO AGUA:**  
porque ahora tomar agua es más fácil.



**MERMELADAS VIVO:** porque la mermelada puede ser diferente.



**CRACKELET SAL DE MAR:**  
porque no nos queríamos perder el picoteo.



**GNNOCHIS TRATTORIA:**  
porque no podía faltar la pasta fresca de Trattoria.



**GUAGÜITAS AMBROSOLI:**  
porque nos recuerda la infancia.



**NACHOS PANCHO VILLA:** para darle sabor al estar juntos.



**JALEA AMBROSOLI:**  
para que la jalea llegue al colegio.



**AVENA VIVO & QUINOA Y HOJUELAS VIVO LINE:**  
para vivir mejor.



**WAFFER CHOCOLATE:**  
porque todos la queríamos de chocolate.



**MASTER CAT ATÚN:** porque un catlover premia a sus gatos.



**MASTER DOG CACHORROS PARA RAZAS PEQUEÑAS:**  
porque un doglover da lo mejor a sus cachorros

**CEREAL BAR NUTS:** porque amamos los frutos secos



**FRAC CAKE:**  
porque queríamos a frac convertida en un queque



**PASTA SIN GLUTEN:**  
para que todos puedan disfrutar de la pasta



**FARFALLE INTEGRAL CAROZZI:**  
porque la fibra también es rica



**TRATTORIA CREMA DE ZAPALLO Y TOMATE:** para que haya más sopa en la mesa



LANZAMIENTO EN PERÚ

**BARRA TRES OSITOS PLÁTANO Y CHOCOLATE:**  
porque ahora la avena viene en barra.



**VIZZIO MANÍ:**  
para que los fanáticos del maní también disfruten de Vizzio







# Nuestros mercados: Empresas Carozzi S.A.

Somos una empresa dedicada a la elaboración, comercialización, distribución, importación y exportación de alimentos. Nuestro origen se remonta a 1898, cuando Augusto Carozzi Passani llegó desde Italia a Valparaíso, donde fundó La Joven Italia, Carozzi y Cía. Desde entonces han pasado 119 años y cinco generaciones que han contribuido al crecimiento de la empresa y a su internacionalización. Fue a partir de la reconstrucción de las nuevas instalaciones de Nos que comenzamos a construir pensando en el ahorro energético, en un mejor lugar de trabajo y en una producción que generara menos impactos en las comunidades.

Ese evento también marcó la forma en que nos proyectamos al



mercado internacional, con la visión de ser la empresa de consumo masivo más respetada y valorada de Latinoamérica y con el propósito de entregar siempre lo mejor de nosotros para que las personas puedan disfrutar más la vida.

## Dónde estamos

En la actualidad estamos presentes en importantes segmentos del mercado alimenticio sudamericano. Comercializamos confites, alimentos y productos para mascotas en el mercado retail y tradicional de Chile y Perú.

Además, a través del Negocio Agroindustrial llegamos a

más de 45 países en los cinco continentes, distribuyendo productos agroindustriales como salsas de tomates, pulpas de fruta y jugos concentrados, además de algunos productos especialmente elaborados para el retail, como alimentos para niños y pouch de frutas.

Las exportaciones de productos agroindustriales las realizamos a través de brokers internacionales y clientes industriales en los distintos países de destino, mientras que los productos de consumo masivo se comercializan por medio de distribuidores locales en los distintos países. En el caso de Chile, Perú, Argentina, Ecuador y Estados Unidos, contamos con una fuerza de venta propia que utiliza los canales de distribución para este tipo de productos.



## Clasificación de nuestros productos:

Retail

Pastas, harinas, bebidas en polvo, bebidas líquidas, postres, salsas de tomates, compotas, aceites, arroz, productos étnicos, snacks salados, galletas, chocolates, caramelos, cereales, alimentos para mascotas, mermeladas, conservas.

Agroindustria

Pasta de tomate, pulpas de frutas, jugos concentrados.

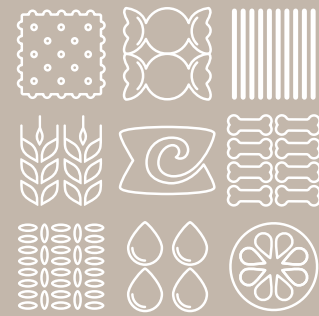


Adicionalmente, los directores y algunos de los principales ejecutivos participan

NOMBRE COMITÉS	OBJETIVO	INTEGRANTES
 <b>Planificación Estratégica</b>	Es responsable de la planificación estratégica anual de la Compañía, definiendo los lineamientos y objetivos para periodos de tres años móviles. Participan en este comité, directores y gerentes en distintas etapas a través del proceso, que finaliza con la aprobación del Plan Estratégico por parte del Directorio.	Cuatro directores; gerente general corporativo; gerente corporativo de Finanzas; gerente corporativo de Personas; gerente División Chile.
 <b>Industrial</b>	Tiene a cargo la gestión corporativa de producción. Sus principales objetivos son alinear la estrategia industrial con el Plan Estratégico, revisar mejoras de productividad y eficiencia de las plantas, velar por la seguridad en las instalaciones, además de monitorear benchmarking de indicadores industriales.	Tres directores; gerente general; gerente División Chile; gerente corporativo de Operaciones.
 <b>Comercial</b>	Su función central es supervisar el desempeño comercial en términos de volúmenes de venta y participación de mercado. Es encargado de revisar el comportamiento de los productos que se lanzan al mercado, de la implementación de los principales proyectos de venta y de tomar decisiones relacionadas con la estrategia de comunicación y desarrollo de las marcas.	Cuatro directores; gerente general; gerente División Chile y gerente de Desarrollo.
 <b>Agroindustrial</b>	Preparar los planes estratégicos para el Negocio Agroindustrial, considerando mejora y cambio de cultivos, nuevos productos, revisión de oferta y demanda de commodities, diversificaciones, nuevos proyectos, etc. Del mismo modo, es responsable por el seguimiento y cumplimiento de metas para esta área de negocio.	Dos directores; gerente agroindustrial; gerente de Logística y Abastecimiento.
 <b>Exportaciones</b>	Su función es analizar y evaluar el entorno competitivo, regulatorio, financiero y comercial de las principales economías latinoamericanas, así como estrategias comerciales en mercados específicos. Adicionalmente, supervisa el desempeño de nuestros distribuidores en la región y evalúa diferentes opciones de crecimiento inorgánico en Latinoamérica.	Cuatro directores; gerente general; gerente Exportaciones.
 <b>Recursos Humanos</b>	Este comité revisa el plan de sucesión, diseña políticas que promuevan la fidelización de talentos y la cultura organizacional. Propone, además, políticas de remuneraciones y beneficios de los colaboradores. Adicionalmente, revisa los estudios de clima organizacional y planes de acción asociados a estos.	Dos directores; gerente general; gerente corporativo de Desarrollo Organizacional y Personas; gerente División Chile.

en diversos comités que son clave para la gestión y seguimiento del negocio.

NOMBRE COMITÉS	OBJETIVO	INTEGRANTES
 <b>Logística y Abastecimiento</b>	Define estrategias, monitorea los procesos de adquisiciones corporativas y los resultados de licitaciones relevantes. Las políticas de compras de commodities, cereales y sus coberturas son también parte de sus principales responsabilidades.	Tres directores; gerente general; gerente corporativo de Finanzas y Planeamiento; gerente División Chile y gerente Logística y abastecimiento
 <b>Auditoría y Riesgos</b>	Monitorea los procesos de planificación de la cadena de suministro con el objeto de apoyar al Directorio en la mantención de un adecuado sistema de control interno en la Compañía, así como gestionar el flujo de comunicaciones con los auditores externos y la revisión de los estados financieros que debe aprobar periódicamente el Directorio. También se involucra en el proceso de identificación y gestión de riesgos, además del cumplimiento de leyes y regulaciones.	Dos directores; gerente general; gerente corporativo de Finanzas; gerente corporativo de Contraloría.
 <b>Comunicaciones</b>	Analizar, supervisar y tomar decisiones respecto de la comunicación interna y externa son responsabilidad de este comité, que además debe definir las estrategias de reputación corporativa, de fortalecimiento de la cultura de la Compañía, además del desarrollo conceptual y ejecución de las comunicaciones corporativas. Supervisa, además, los planes de Responsabilidad Social Empresarial.	Un director; gerente general; gerente de Personas; gerente de Marketing y proyectos Corporativos y asesores comunicacionales.
 <b>Ética y conducta</b>	Asegurar la difusión y aplicación del Código de Ética, responder inquietudes de los colaboradores y atender las denuncias, tanto directas como a través del canal de denuncias, garantizando su gestión y confidencialidad.	Gerente corporativo de Contraloría; Gerente corporativo de Personas; gerente corporativo de Finanzas y Planeamiento; gerente Recursos Humanos; jefe de Bienestar Perú.
 <b>Sostenibilidad</b>	Monitorear el cumplimiento de las actividades y planes establecidos en la Estrategia de Sostenibilidad, además de revisar y actualizar las metas asociadas.	Gerente general; gerente corporativo de Finanzas y Planeamiento; gerente corporativo de Personas; gerente de Logística y Abastecimiento; gerente División Chile, gerente de Marketing y Proyectos Corporativos; gerente Agroindustrial; gerente de Innovación.



# 2

Por una cadena de  
valor sostenible



Sostenibilidad  
en **Carozzi**



Algunos elementos  
 sostenibles

Certificación  
 Leed Edificios  
 Verdes.



Implementación  
 de **luces Led**  
 en plantas  
 y edificios  
 administrativos.



Sala de ventas  
 para acceder  
 a productos y  
 ofertas de la  
 Compañía.



Gimnasio para  
 actividades  
 deportivas.



Cargador solar  
 para celulares  
 de personal de  
 planta.



CENTRO INDUSTRIAL DE NOS



Reciclaje de  
 desechos  
 personales e  
 industriales vía  
 Puntos Verdes.



Tratamiento  
 de residuos  
 líquidos con  
 reutilización en  
 áreas verdes.



Activa  
 participación de  
 colaboradores  
 en **olimpiadas**  
 internas



Algunos elementos  
 sostenibles

Reconversión  
 de matriz de  
 energía de  
 petróleo a gas  
 natural.



Sala de ventas  
 para acceder  
 a productos y  
 ofertas de la  
 Compañía.



Tratamiento  
 de residuos  
 líquidos con  
 reutilización en  
 áreas verdes.



Cargador solar  
 para celulares  
 de personal de  
 planta.



Reciclaje de  
 desechos  
 personales e  
 industriales vía  
 Puntos Verdes.



PLANTA DE TENO



- Implementación de **luces Led** en plantas y edificios administrativos.
- **Gimnasio** para actividades deportivas.
- Activa participación de colaboradores en **olimpiadas** internas.



Algunos elementos  
 sostenibles

Sala de ventas  
 para acceder  
 a productos y  
 ofertas de la  
 Compañía.



Activa  
 participación de  
 colaboradores  
 en **olimpiadas**  
 internas.



Cargador solar  
 para celulares  
 de personal de  
 planta.



PLANTA DE REÑACA



- **Reciclaje de desechos** personales e industriales vía Puntos Verdes.
- **Tratamiento de residuos líquidos** con reutilización en áreas verdes.
- Implementación de **luces Led** en plantas y edificios administrativos.
- **Gimnasio** para actividades deportivas.



## 2. Sostenibilidad en Carozzi

### \* Programa de sostenibilidad

Comprometidos con nuestra misión de ser la empresa de consumo masivo más respetada y valorada de Latinoamérica, en 2015 comenzamos a trabajar en la formalización de nuestra primera Política y Estrategia de Sostenibilidad y en un marco de gobernanza que nos permitiera avanzar anualmente en sostenibilidad y transparencia.

Esta Política y Estrategia será nuestra hoja de ruta que contribuirá a incrementar valor para la Compañía, sus accionistas y para todos nuestros grupos de interés. En ese sentido, nos hemos comprometido con la gestión de nuestros impactos, la innovación, el crecimiento y el fortalecimiento de la marca.

**\* Comité y Gobernanza de Sostenibilidad**

En este ámbito logramos llegar a un consenso en torno al concepto de sostenibilidad para nuestra Compañía y conformar un grupo de ejecutivos que liderara este proceso que integraron el Comité de Sostenibilidad.

El Comité de Sostenibilidad desarrolló una gobernanza que nos señala un camino para asegurar la estabilidad y proyección de Carozzi para nuestros consumidores, proveedores, clientes, accionistas y grupos de interés en general. Esta gobernanza en torno a la sostenibilidad nos asegurará impactar en la cuenta tripartita: económica, social y medioambiental.

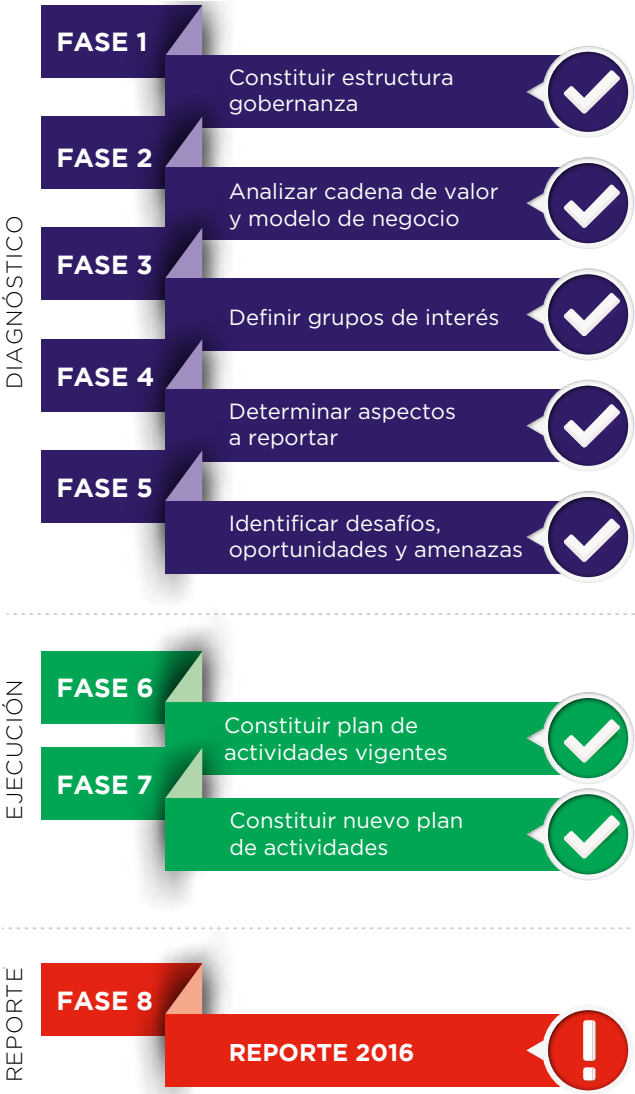
Desde aquí elaboramos un programa simple y concreto compuesto de tres etapas: Diagnóstico, Ejecución y Reportería. Cada una de ellas estaba constituida por fases, las cuales guiarían el trabajo en torno a esta nueva mirada en la forma de hacer empresa, desde la sostenibilidad.

Todo fue desarrollado en forma colaborativa y medida a través de KPI, que hasta la fecha son monitoreados con herramientas de nuestro Office 365. Además, para este desarrollo se realizó una búsqueda de un partner técnico que nos ayudara en el trabajo de las actividades que componen cada fase, al levantamiento de la materialidad y las entrevistas con los grupos de interés. Esta labor fue encabezada por el equipo de sostenibilidad de PwC en Chile y Perú.

### Miembros del Comité



\* Fases del Programa



✓ Política de Sostenibilidad

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

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

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

✓ Estrategia de Sostenibilidad

Nuestra Estrategia de Sostenibilidad se implementa a través de una política que considera un sistema de gobernanza y cinco pilares definidos a partir del diagnóstico y buenas prácticas de la industria y expectativas de nuestros grupos de interés:

Estilo de Vida Saludable.  
 Cadena de Valor Sostenible.  
 Cuidado del Entorno.  
 Cultura Carozzi.  
 Solidez, Liderazgo y Confianza

Estos cinco pilares sostenibles se traducen en 19 lineamientos que dan forma a Planes de Acción que se hacen cargo de los impactos de nuestra Cadena de Valor en las dimensiones económicas, sociales y medioambientales en los distintos grupos de interés.

Estrategia de Sostenibilidad



✓ Identificación de iniciativas internas de sostenibilidad

En paralelo, una vez definidos los pilares y lineamientos, hicimos un levantamiento interno de información que nos sirvió para identificar y formalizar todas las iniciativas de sostenibilidad que se desarrollaban al interior de nuestra empresa.

✓ Elaboración Reporte de Sostenibilidad

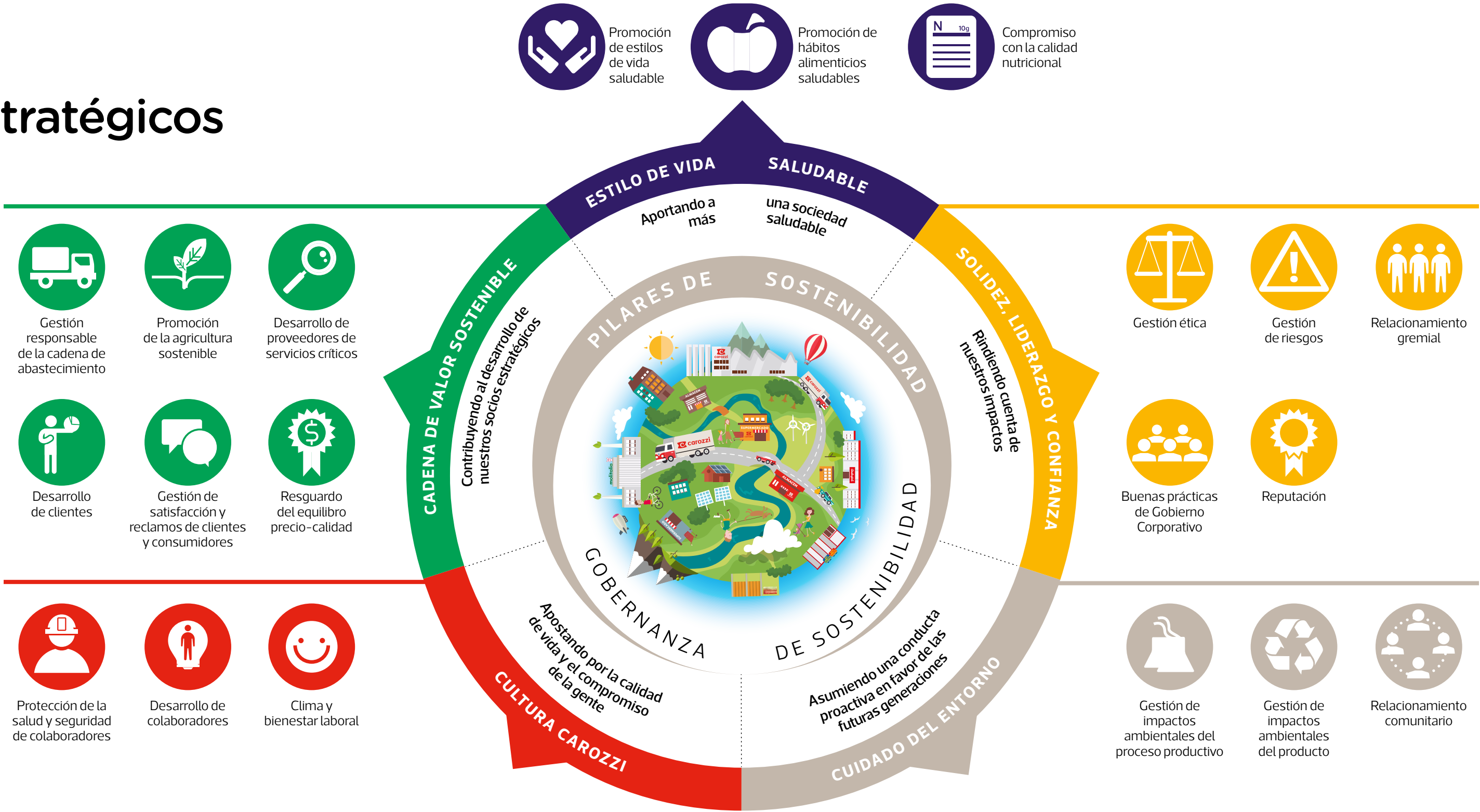
Finalmente, la estructuración de la sostenibilidad en Carozzi concluyó con la publicación de este reporte, concebido como una herramienta de transparencia y de gestión.

Así, a partir de este año comenzamos a dar cuenta del avance en nuestra estrategia y de cómo generamos valor compartido, en conjunto con nuestros grupos de interés.

# Pilares estratégicos

Lo que nos permitirá lograr los impactos esperados será la articulación y gestión de nuestros cinco pilares de sostenibilidad.

- ✓ **Estilo de vida saludable**  
Aportando a una sociedad más saludable.
- ✓ **Cadena de valor sostenible**  
Contribuyendo al desarrollo de nuestros socios estratégicos.
- ✓ **Cuidado del entorno.**  
Asumiendo una conducta proactiva en favor de las futuras generaciones.
- ✓ **Cultura Carozzi**  
Apostando por la calidad de vida y el compromiso de la gente Carozzi.
- ✓ **Solidez, liderazgo y confianza.**  
Rindiendo cuenta de nuestros impactos.



Estos pilares dieron origen a 19 lineamientos que, junto a la Gobernanza de Sostenibilidad, nos permitirán conducir a la Compañía a ser la más respetada, valorada y sostenible de América Latina.



\* Objetivos de desarrollo sostenible

En septiembre de 2015, 193 líderes mundiales se comprometieron a trabajar para cumplir con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), de la agenda 2030 de las Naciones Unidas. El compromiso consiste en que los países intensificarán los esfuerzos para poner fin a la pobreza en todas sus formas, reducir la desigualdad y luchar contra el cambio climático.

Como una empresa productiva importante, con una larga trayectoria, que genera alrededor de 15 mil puestos de trabajos directos e indirectos y parte de una industria tan sensible como la de alimentos, estamos conscientes del impacto que podemos producir con nuestras acciones en muchos de los 17 ODS. Por eso, a través de nuestra Estrategia de Sostenibilidad, hemos manifestado nuestro compromiso, a nivel corporativo, de trabajar

para reducir nuestros impactos negativos y potenciar los positivos, incorporando en distintos lineamientos compromisos tendientes a contribuir al logro de este desafío global.

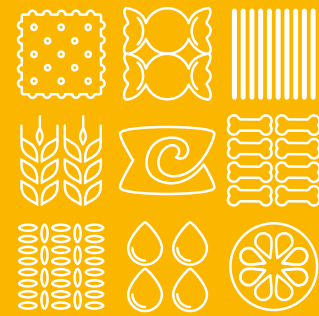
En este sentido, y en particular por su vínculo directo con la estrategia de la empresa, Carozzi se ha comprometido con los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible:

Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)



FUENTE: ONU.





3

Rindiendo cuentas de  
nuestros impactos



Solidez, liderazgo  
**y confianza**



# 3. Solidez, liderazgo y confianza

Nuestra cultura organizacional busca generar el compromiso de nuestros colaboradores, a través de relaciones de confianza y un comportamiento ético, basado en el cumplimiento de las normas internas y la legislación de los países donde operamos. Apoyamos todo esto en una robusta estructura de Gobierno Corporativo, que guía nuestro actuar y la forma de relacionarnos con nuestros grupos de interés.

Creemos que una gestión sostenible solo es posible en una organización comprometida con la visión de la empresa y sus valores corporativos.

## \* Visión y valores

Creemos que nuestro aporte es entregar, a todos quienes se relacionan con la Compañía, experiencias y productos que les permitan tener bienestar y disfrutar su vida.

## Valores

Valoramos a las personas y las respetamos integralmente.

Privilegiamos siempre la conducta honesta y nos comprometemos profundamente con la compañía.

Administramos los recursos con sobriedad y eficiencia.

Sentimos pasión por el trabajo bien hecho.

## \* Código de Ética y Conducta y Canal de Denuncias

Tenemos un Código de Ética y Conducta, aprobado por el Directorio, que se aplica transversalmente a toda la organización. En Carozzi hemos sido consistentes en mantener nuestro compromiso con los más altos estándares de comportamiento ético, basándonos siempre en nuestros principios y valores organizacionales. Por esta razón consolidamos en un documento, nuestro Código de Ética, todas las políticas de la Compañía en esta materia, para alinear su comprensión y permitir una mejor y mayor difusión.

Este código fue lanzado a fines de 2014 y desarrollamos diversas actividades para su difusión:

- ✓ Correo masivo con mensaje de lanzamiento y publicación impresa del mismo
- ✓ Entrega de código impreso
- ✓ Publicación en web de la Compañía
- ✓ Inserciones en revistas internas online e impresas

Asimismo, para mantener vigente su aplicación, en 2016 desarrollamos 14 charlas, dirigidas a profesionales y administrativos, que continuarán en 2017, para lograr mayor alcance.

Para recibir consultas, denuncias o inquietudes, tenemos a disposición:

- ✓ Correo electrónico atendido por los integrantes del Comité de Ética y Conducta.
- ✓ Canal de Denuncias en una plataforma virtual y anónima, administrada por una empresa externa independiente para resguardar y garantizar la confidencialidad del sistema. Este canal permite, tanto a los colaboradores de Carozzi como a nuestros grupos de interés externos, efectuar denuncias, las que deben ser investigadas y respondidas en los plazos establecidos.







\*
 Modelo de Prevención de Delitos

Desde el año 2014 contamos con un Modelo de Prevención de Delitos para evitar las actividades ilícitas contempladas en la Ley 20.393 sobre responsabilidad penal de la persona jurídica, como son:

- Cohecho a funcionarios públicos, nacionales o extranjeros.
- Lavado de activos.
- Financiamiento del terrorismo.
- Delito de receptación de bienes o especies.

El modelo está sustentado por una política y un procedimiento, ambos aprobados por nuestro Directorio, que además designó un encargado de prevención de delitos, cuyo cargo se renueva cada tres años. Con este modelo hemos implementado todos los elementos sugeridos en la ley:

- Capacitaciones a las áreas más expuestas a los riesgos.
- Auditorías permanentes a los controles mitigadores de los riesgos.
- Aplicación de cláusulas contractuales para los colaboradores y proveedores, entre otros.

La difusión se considera clave y permanente. Por eso hemos generado diversas acciones para dar a conocer el modelo:

- Elaboración de un Manual de Prevención de Delitos, que fue entregado a los colaboradores.
- Publicación del manual en nuestra web.
- Artículos de revistas internas, tanto online como impresas.

En 2017 continuaremos profundizando este modelo en Chile, pero además implementaremos una política anticorrupción que sea aplicable en otros países en los que tenemos operaciones y, sobre todo, en aquellos donde la ley local es menos exigente.

\*
 Libre competencia

En 2016 concretamos un proceso formal de aseguramiento de normas relacionadas con la libre competencia. Con este objetivo elaboramos, en conjunto con asesores legales expertos, un manual que fue utilizado como guía para la revisión de prácticas comerciales y la generación de talleres de formación.

La difusión del Manual de Libre Competencia la iniciamos con su lanzamiento en la convención anual de ventas y, posteriormente, lo presentamos en reuniones ampliadas con la gerencia y en

una serie capacitaciones a las áreas comerciales de Chile, donde participaron 251 colaboradores.

Para 2017 se contemplan nuevas capacitaciones a otras áreas, además de la producción de boletines, actividades de actualización y un proceso de implementación similar en Perú.

\*
 Modelo de Gestión Integral de Riesgos

A partir de la necesidad de mantener los riesgos de Carozzi en niveles aceptados y contribuyendo al cumplimiento de los objetivos estratégicos, estamos desarrollando un Modelo de Gestión Integral de Riesgos de manera transversal y corporativa, de acuerdo a las mejores prácticas y a la metodología COSO.

En 2016 se avanzó en el diseño e implementación del Manual de Gestión de Riesgos y una política, para lo cual contamos con la asesoría de expertos independientes que trabajaron bajo la supervisión del Comité de Riesgos y Auditoría.

Dichos documentos incluyeron la definición de la estructura de gobierno que tenemos para ir avanzando y consolidando este proceso. Estos documentos permitirán, además, efectuar los procesos de difusión, implementación y monitoreo.

\*
 Relacionamento con grupos de interés

Estamos convencidos de que el logro de nuestra estrategia corporativa y de sostenibilidad es posible en la medida en que seamos capaces de escuchar, responder y trabajar de la mano de nuestros principales grupos de interés. Por esto, en el contexto de la elaboración de la estrategia de sostenibilidad, identificamos y priorizamos nuestros grupos de interés en Chile y Perú.

En este proceso involucramos a alrededor de 50 ejecutivos de las distintas divisiones y de distinta jerarquía. A ellos se les hicieron dos preguntas fundamentales:

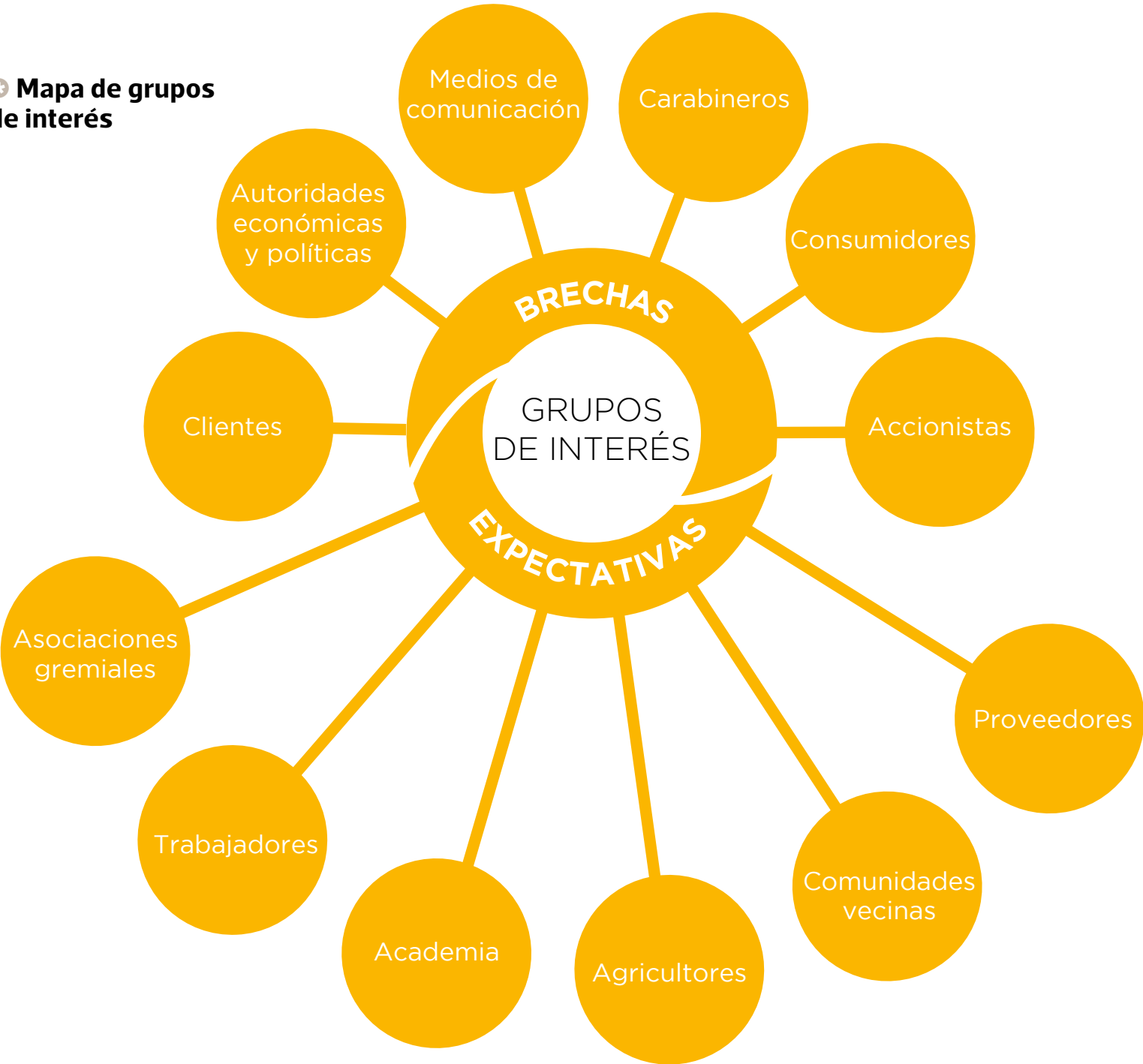
¿Quiénes son aquellos en los que ejercemos un mayor impacto con nuestras operaciones?

¿Quiénes son capaces de influir de manera más significativa en el cumplimiento de nuestros objetivos?

Por supuesto, una vez que llegamos a una definición de nuestros grupos de interés, esta fue aprobada por el Directorio.

Dando paso al desarrollo de nuestro plan de relacionamiento.

\*
 Mapa de grupos de interés





GG.II	MECANISMO DE COMUNICACIÓN O FORMA DE RELACIONAMIENTO	ASPECTOS CLAVE COMO RESULTADO DEL RELACIONAMIENTO
Trabajadores	Revistas internas Encuesta de compromiso Evaluación de desempeño Sindicato y grupos negociadores Canal de denuncias prevención de delitos	Programa de incentivo a la actividad física Olimpiada Deportiva Nacional Chile Campeonato Copa Confraternidad Molitalia Programa Vive Feedback Beneficios laborales y negociaciones colectivas Programa de desarrollo profesional Programa Carozzi Activo
Accionistas	Memoria financiera Junta Ordinaria de Accionistas Página web corporativa	Cumplimiento normativo Gestión ética y anticorrupción Cumplimiento estrategia corporativa y de sostenibilidad Rentabilidad
Proveedores	Programa de asistencia técnica a proveedores agrícolas Programa mejora de suelos agrícolas Capacitaciones a transportistas Desarrollo de proveedores Portal proveedores página web Memoria financiera Canal de denuncias prevención de delitos	Mejora de procesos productivos Cumplimiento normativo Donaciones de lodo enriquecido para abono Manipulación y distribución responsable de alimentos Desarrollo de negocios, asesorías y certificaciones
Clientes	Programa Global de Negocio Club Carozzi Portal clientes página web Página web Club Carozzi Canal de denuncias prevención de delitos	Optimización de logística de distribución Negociaciones y acuerdos comerciales Desarrollo y asesoría para pequeños clientes Expochocolate
Comunidades	Línea telefónica comunitaria Canal de denuncias prevención de delitos Relacionamento con vecinos	Ferias gastronómicas Celebración de festividades Talleres a la comunidad Visitas guiadas a las plantas: Carozzi Tour Actividades deportivas
Autoridades	Memoria Anual Página web corporativa	Cumplimiento normativo
Asociaciones gremiales	Membresía y participación en asociaciones y gremios Memoria Anual	Campaña audiovisual “Hagámoslo bien” Promoción y desarrollo del crecimiento de la industria y la sostenibilidad







\* Participación en asociaciones y ONG

Simbología

✓ Participa

✗ No participa

● Miembro

Entendemos como una buena práctica sostenible la colaboración y cocreación, es por ello que formamos parte de asociaciones empresariales y apoyamos a otras organizaciones sin fines de lucro, con objetivos comunes. Junto a ellos buscamos desarrollar iniciativas de trabajo colaborativo y sostenible, tanto para el crecimiento armónico de la industria de alimentos, como para el fomento de las economías locales en Chile y Perú.

ASOCIACIÓN *	DESCRIPCIÓN	Part. ejecutiva	Financiamiento	División Chile	Negocio Agroindustrial	División Perú
Asociación Nacional de Alimentos y Bebidas [AB-Chile]	Alimentos y Bebidas de Chile A.G. (AB Chile) se crea en enero de 2014, luego de la modificación de los estatutos de ANBER, gremio que hasta esa fecha solo incorporaba el sector de bebidas analcohólicas. Tras esta modificación, la asociación incorpora a empresas de alimentos, otorgando transversalidad y representatividad a toda la industria de alimentos y bebestibles no alcohólicos del país.	✓	✓	●	●	✗
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]	La Asociación gremial de Industrias Proveedoras (AGIP) nació el 8 de abril de 1998 con 15 empresas proveedoras con un fuerte espíritu de cooperación. Bajo el lema “La unión crea valor”, la AGIP hoy cuenta con 32 empresas asociadas y dos asociaciones gremiales, de los rubros de alimentos, artículos de limpieza, hogar, bebidas, cervezas y licores, higiene y belleza personal.	✓	✓	●	●	✗
Fundación Acción empresarial [ACCION RSE]	Organización sin fines de lucro que agrupa a empresas socias y entidades colaboradoras comprometidas con la responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible en nuestro país.	✗	✓	●	●	✗
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.	✗	✓	●	●	✗

\* Asociaciones gremiales, corporaciones.

\* Los ingresos de Empresas Carozzi

La sostenibilidad de nuestras operaciones depende de la salud económica de la Compañía. En este sentido y considerando las divisiones Chile, Perú y Agroindustrial el año 2016 fue positivo y dinámico para Empresas Carozzi.

A pesar de un entorno económico desfavorable, con la economía chilena en desaceleración y el crecimiento económico de Perú bajo lo esperado, incrementamos los ingresos por venta en 7,4%. De esta manera, en la División Chile nuestras ventas crecieron 12,8%, incremento que fue posible por un buen desempeño en los volúmenes de venta, además de la incorporación de las marcas Pancho Villa y Calaf a nuestras operaciones

En la División Perú las ventas descendieron en 2,5%, mientras que en el Negocio Agroindustrial aumentamos las ventas en 6,5% por los mayores volúmenes de exportación, no obstante que los precios de los insumos exportados fueron menores debido al descenso de estos en el mercado internacional.

Por otra parte, el gasto e inversión comunitaria ascendió a \$151,2 millones. De esta cifra el 97% se concretó en la División Chile, principalmente en actividades de CicloRecreoVía y en algunas donaciones a distintas fundaciones y comunidades. El 3% restante se invirtió en actividades con la comunidad en la División Perú, como ferias gastronómicas, cursos de capacitación a vecinos y actividades de mejoramiento del entorno.

En lo que respecta a la distribución del 100% de valor generado por nuestra Compañía, el 78% fue destinado a costos y gastos relacionados con la operación y el 13%, a pago de salarios y prestaciones sociales de los empleados. Asimismo, el 4% del valor generado se distribuyó a los proveedores de capital, principalmente en pago de deudas y otorgamiento de dividendos a los accionistas, mientras que un 2% fue a pago de impuestos al Estado. Finalmente, en la Compañía retenemos un 4% del valor generado con el objetivo de dar continuidad a las operaciones propias del negocio.

ASOCIACIÓN *	DESCRIPCIÓN	Part. ejecutiva	Financiamiento	División Chile	Negocio Agroindustrial	División Perú
Pontificia Universidad Católica	El Centro de Innovación UC Anacleto Angelini es un espacio concebido para promover una ecología pro innovación y emprendimiento, abierto a todas las facultades de nuestra universidad. Concebido como un centro multidisciplinario y generalista, acoge en su interior tanto proyectos de innovación como iniciativas de emprendimiento, de alto impacto económico, social y cultural.	✗	✓	●	●	✗
Cámara Regional del Comercio y la Producción Valparaíso	Asociación Gremial más antigua de América Latina y un actor relevante del desarrollo económico regional gracias a la capacidad de adaptarse a la contingencia y definir claramente el rol del gremio en la sociedad. Representamos los intereses de los socios y realizamos un trabajo conjunto público-privado para propiciar espacios que vayan en beneficio del progreso económico, político y social de la Región de Valparaíso.	✗	✓	●	●	✗
Asociación de Exportadores y Manufacturas	La Asociación de Exportadores y Manufacturas, Asexma Chile A.G., fundada en 1984, ha logrado situarse como una entidad altamente representativa del sector PYME exportador multisectorial, cuyo compromiso radica en representar y apoyar a las empresas exportadoras de manufacturas y servicios, esto, a través de la oferta de servicios eficientes y de calidad para el desarrollo exitoso de sus asociados.	✗	✓	●	●	✗
Sociedad Nacional de Industrias	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, tributario, entre otros.	✗	✗	✗	✗	●
Asociación Nacional de Anunciantes	Tiene como objetivo promover y defender 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 de Lima	Gremio empresarial líder del país, encargado de promover el desarrollo de la libre empresa haciendo respetar sus derechos.	✗	✗	✗	✗	●

	2016 M\$	2015 M\$
Valor económico generado	742.065.487	708.923.798
Ingresos por ventas	742.065.487	690.681.447
Otros ingresos	0	18.242.351
Valor económico distribuido	715.946.375	672.661.574
Costos y gastos operativos	576.954.378	526.722.443
Sueldos y prestaciones de los empleados;	93.788.185	89.588.214
Pagos a los proveedores de capital;	32.416.006	37.771.764
Pagos a los gobiernos (por país);	12.636.596	18.579.153
Inversiones en comunidades (incluir programas destinados al cuidado de la salud, promoción de la nutrición, etc.)	151.210	
Valor económico retenido.	26.119.112	36.262.224





4

**Apostando por la calidad  
de vida y el compromiso**  
de nuestra comunidad



Cultura **Carozzi**



# 4. Cultura Carozzi

Para nosotros, la cultura es identidad y es lo que genera el compromiso de nuestros colaboradores. Hemos definido una forma propia de trabajar y de relacionarnos al interior de la empresa, basada en la valoración y el respeto a las personas, la conducta honesta, sobria y dirigida por la pasión de entregar lo mejor de cada uno. Todo esto es la base de nuestra cultura.

Nuestra promesa es proteger la salud y seguridad de todos los colaboradores, directos e indirectos, que prestan servicios en Carozzi. Resguardamos su integridad física y mental, apostando por el desarrollo profesional y personal en un contexto de buen clima organizacional.

10.047

trabajadores propios componen el equipo

## \* Nuestro equipo

En Carozzi nuestro equipo está compuesto por 10.047 trabajadores propios<sup>(1)</sup>, que diariamente agregan valor a las operaciones de plantas, sucursales, centros de distribución, áreas comerciales y oficinas de administración, tanto en las divisiones Chile como Perú, y en el Negocio Agroindustrial de Agrozzi. Asimismo, para el desarrollo de nuestras operaciones contamos con el valioso aporte de personas que prestan servicios a través de empresas contratistas, que en 2016, solo en la División Chile, representaron 5.926 puestos de trabajo.

En Carozzi buscamos atraer nuevos talentos y ofrecemos un espacio de desarrollo profesional muy atractivo para los jóvenes. Así, el 35% de nuestra dotación tiene menos de 30 años.

Junto con ello, el 2,4% de nuestros trabajadores tiene 61 años o más, generando valor con su experiencia y compromiso con la empresa. Es importante destacar que nuestros colaboradores aprecian la estabilidad y oportunidades que les ofrecemos, y prueba de ello es que el 15,3% de la dotación, es decir, 1.541 personas, llevan más de 12 años trabajando con nosotros. Finalmente, de los trabajadores propios, el 71% cuenta con contrato indefinido, mientras que las mujeres representan al 43% de la dotación, porcentaje que a nivel directivo alcanza un promedio de 17%. También, conforme con nuestro compromiso regional, casi la mitad de nuestra dotación en Chile se encuentra en provincia.

(1) Cifras de dotación corresponden al 31 de diciembre para los años 2015 y 2016.



Desde 2010 contamos con el Programa Carozzi Activo, que busca implementar la metodología Total Productive Maintenance (TPM), en conjunto con la metodología 5S, en todas nuestras plantas. Con esto hemos querido promover un cambio cultural con el objetivo de empoderar a los trabajadores, para así potenciar la productividad y eficiencia de los operarios en la realización de sus funciones.

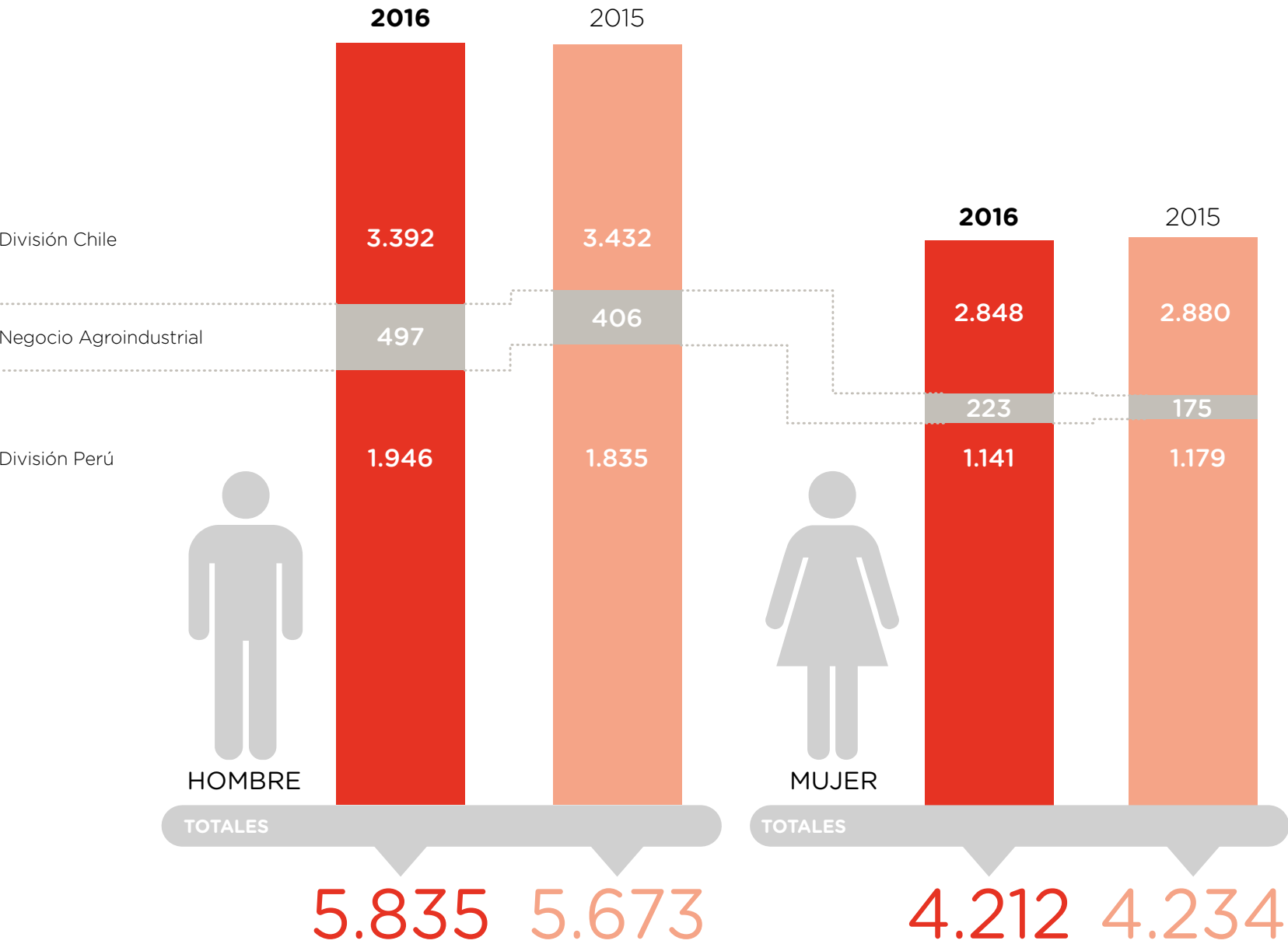
La metodología TPM les entrega un rol protagónico a los operarios y mantenedores, así como mayor autonomía en el trabajo. Esto los posiciona como expertos y responsables del uso y mantenimiento de las maquinarias, procesos y personal que gestionan diariamente, dándoles la posibilidad de proponer mejoras en las líneas de producción. Mientras, la metodología 5S busca simplificar el trabajo a través de entornos amigables, con el objetivo de disminuir la cantidad de accidentes y mejorar la eficiencia operacional, al conseguir lugares de trabajo limpios y ordenados.

El inicio del Programa Carozzi Activo consistió en la implementación de la metodología TPM en el año 2010, desarrollando los pilares de Educación y Entrenamiento, Mejora Localizada, Mantenición Planeada y Mantenición Autónoma. En años posteriores se han iniciado los pilares de Mantenición de la Calidad y Seguridad y Medioambiente.

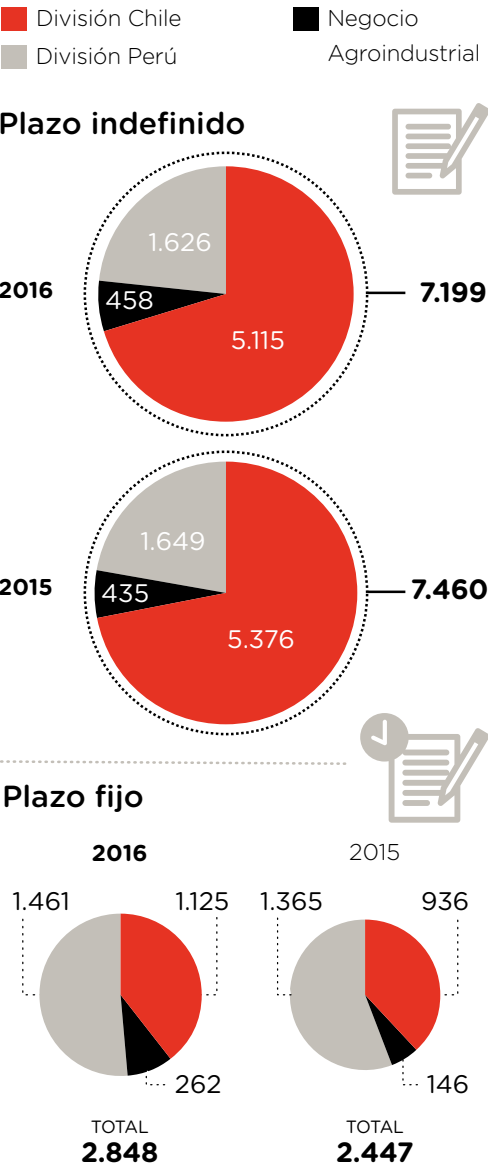
Complementariamente, implementamos la metodología 5S en todas las plantas, promoviendo sus cinco principios: clasificación, organización, limpieza, estandarización y autodisciplina en los lugares de trabajo. A la fecha hemos implementado la metodología 5S en todas nuestras plantas productivas y centros de distribución.

Durante este tiempo hemos podido observar los profundos cambios de los colaboradores que han participado en la metodología de Carozzi Activo y cómo estos cambios han transformado los entornos y equipamientos de la Compañía, llegando a modificar incluso su propias casas y alrededores sociales cercanos. Mejorar los entornos y procesos productivos por medio del desarrollo integral de nuestros trabajadores se enmarca y alinea con los valores que han caracterizado a nuestra organización. Al cierre de 2016, el programa TPM ha sido implementado en un 82% de las plantas, mejorando el índice global de eficiencia y productividad de Carozzi, pasando de 42% en 2010 a 58% en 2016. Durante el año 2017 continuaremos aplicando estas metodologías de trabajo en las plantas de Molitalia en Perú y la planta Pancho Villa en Chile.

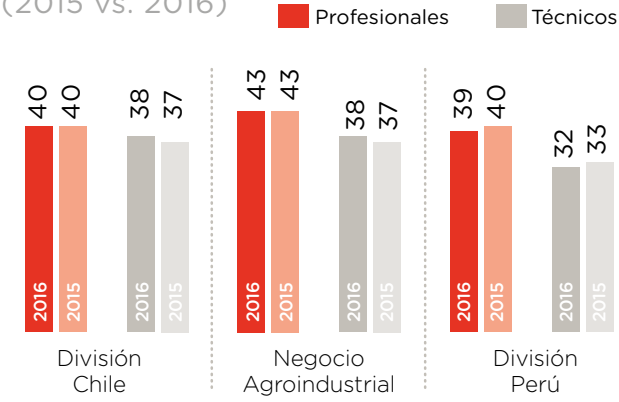
TRABAJADORES PROPIOS POR DIVISIÓN  
 (2015 vs. 2016)



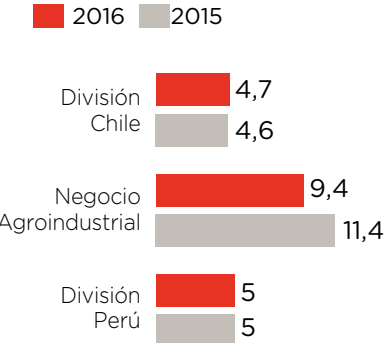
TIPO DE CONTRATO  
 POR DIVISIÓN  
 (2015 vs. 2016)



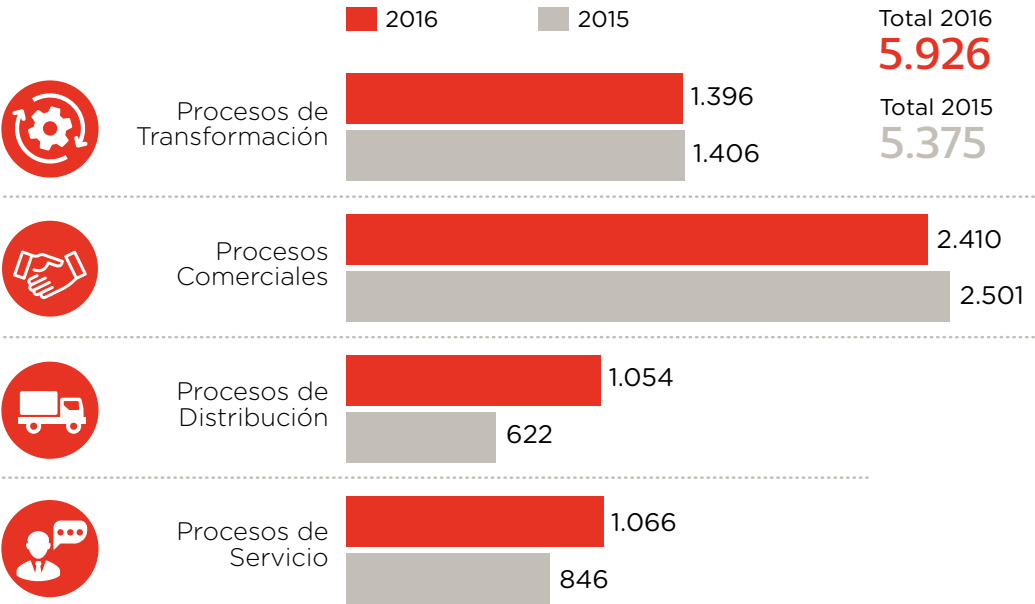
PROMEDIO DE EDAD  
 Trabajadores propios  
 (2015 vs. 2016)



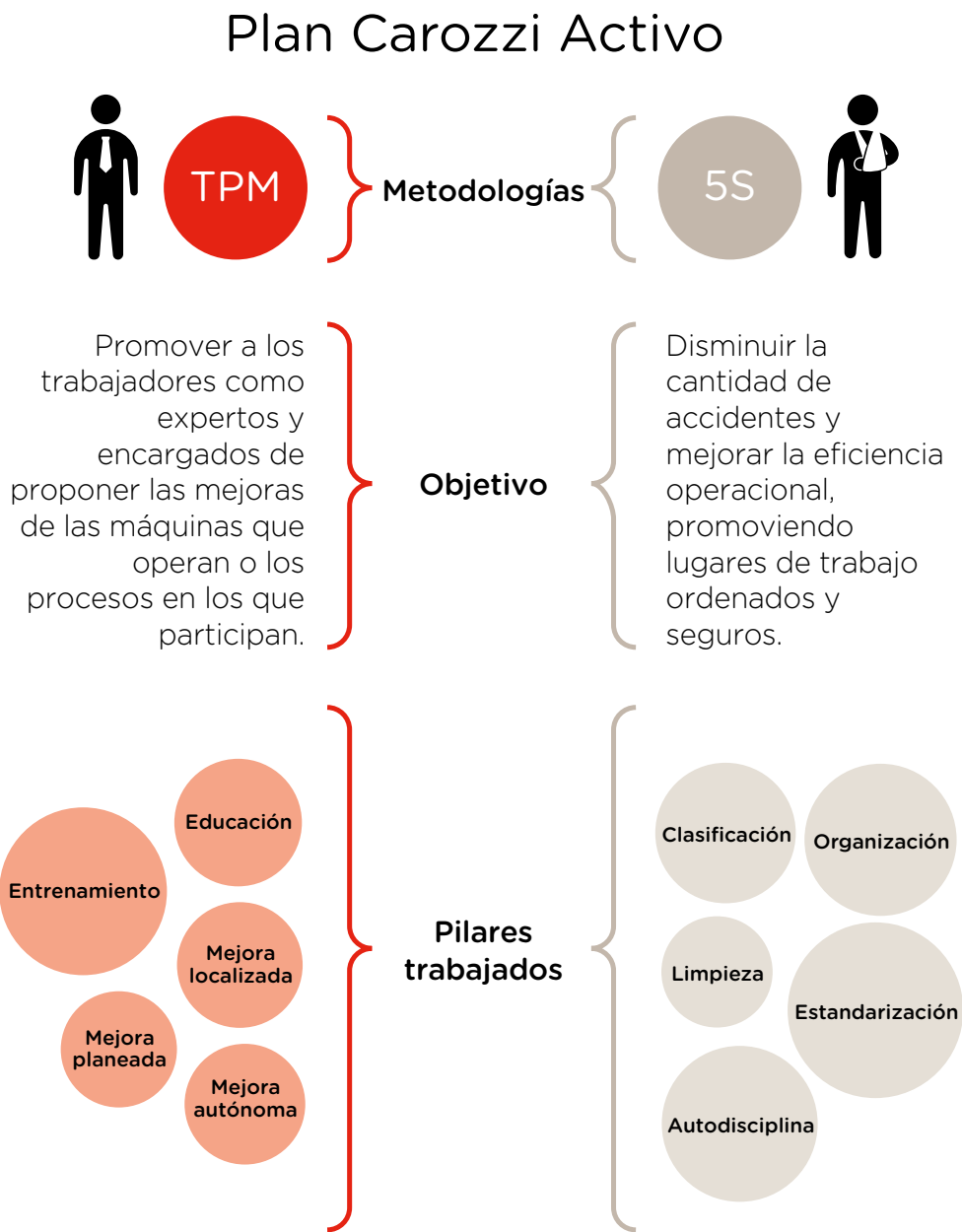
TASA DE EGRESO  
 (2015 vs. 2016)



CUADRO CONTRATISTAS DIV. CHILE POR ÁREA DE TRABAJO  
 (2015 vs. 2016)







\* **Protección de la salud y seguridad de los colaboradores**

En Carozzi estamos comprometidos con la salud y seguridad de los trabajadores propios, contratistas y subcontratistas. Permanentemente desarrollamos iniciativas y programas para asegurar condiciones de trabajo de excelencia que nos permitan no solo evitar accidentes, sino también generar conciencia sobre buenas prácticas, condiciones de seguridad y la importancia de una vida sana y saludable. Potenciamos para ellos distintas actividades que promueven el mejoramiento de la salud física y mental.

Nuestra Política de Salud y Seguridad en el Trabajo y el “Programa Corporativo de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo 2016-2017” son la base de todas nuestras acciones en esta línea y algunas también forman parte del **“Plan Carozzi Activo”**. Las actividades que se desarrollan fomentan el deporte y la vida sana e involucran a todas las áreas de la empresa.

\* **Gestión de la salud y seguridad ocupacional**

A través de nuestra política nos comprometemos a desarrollar actividades preventivas para evitar accidentes y asegurar buenas condiciones laborales que disminuyan eventuales riesgos. En este sentido, realizamos una identificación de ellos en todas nuestras plantas y los resultados concluyeron que todas las exposiciones a enfermedades y accidentes del trabajo se encuentran gestionados bajo distintos programas para evitar su ocurrencia.

En este sentido, en Carozzi tenemos la certeza de que somos responsables por la seguridad de todos quienes trabajan en nuestras plantas y sucursales, por eso nuestra misión es poner todos los recursos para lograr la meta de cero accidentes en nuestras instalaciones.

En este contexto, se llevan a cabo capacitaciones y existen programas y/o convenios en las distintas plantas. Por ejemplo, desde el año 2015 contamos con un convenio con el centro médico especializado en salud laboral y prevención Workmed, que entrega semanalmente asistencia médica gratuita a los colaboradores de las plantas de Nos y de Reñaca. Ellos, en promedio, realizaron 35 atenciones mensuales en 2016.

En Perú estamos promoviendo mejores prácticas para el levantamiento de cargas y adquirimos transpaletas eléctricas para el traslado de aquellas que superen los 800 kg. También instalamos equipos regulables de altura para el apilamiento,

reduciendo así riesgos musculares. Adicionalmente, en la División Perú contamos con brigadas de primeros auxilios, brigadas de lucha contra incendio y brigada de evacuación y rescate, donde participan 325 personas en total.

En Chile, en 1975 se formó una brigada de incendios fundada por voluntarios de la Planta de Nos y que 41 años después aún funciona con 195 colaboradores muy comprometidos con la prevención de emergencias. Ellos fueron actores claves durante el incendio que sufrió la planta en 2010, por lo que actualmente, además de Nos, contamos con brigadas de emergencia en Planta Teno, Planta Reñaca y Victoria.

Como forma de promover la seguridad ocupacional, en la División Chile celebramos la Semana de la Seguridad y Salud en el Trabajo, en la cual se festejó su Día Internacional, el aniversario de la Brigada de Nos y el lanzamiento de la app Carozzi SOS. Esta nueva aplicación, que ya está disponible en APP Store y Google Play, por ahora solo para los trabajadores de la División Chile y el Negocio Agroindustrial, constituye un sistema de comunicación de emergencia que centraliza las llamadas y las deriva a una sala de monitoreo constante, la que entrega información al responsable del área.

Otra de las actividades destacadas de la Semana de la Salud fue la instalación de stands en Nos, Reñaca y Lontué, donde se evaluó el IMC a todos los trabajadores interesados y se otorgó orientación médica de acuerdo a los resultados obtenidos. En la División Perú, en tanto, celebramos el Día Mundial de la Seguridad y Salud en el Trabajo, organizando una serie de actividades relacionadas con la sensibilización sobre cuidado e higiene de manos y chequeo nutricional. En estas participaron más de 950 trabajadores de Planta Olivos y Planta Venezuela.

Premios

Durante el año 2016 fuimos reconocidos por el Instituto de Seguridad del Trabajo con tres premios:

Premio a la **“Trayectoria Ejecutiva en el cuidado de la vida 2016”**, Mauricio Araya K. Jefe de Planta Chocolates

Premio a la Excelencia a la Gerencia División Confites

“Reconocimiento a la Innovación en Prevención 2016”

APP SOS CAROZZI



COMITÉS PARITARIOS

Chile



100%

de los trabajadores de plantas productivas

Perú



2.500

trabajadores operativos



\* Estadísticas de salud y seguridad

✓ Además, en 2016 logramos disminuir considerablemente la tasa de accidentes en las gerencias de Chile, en la Planta de Mascotas, en la Planta Teno y en la Planta Confites. Asimismo, bajamos significativamente el número de días perdidos por accidentes en todas las plantas y la tasa de siniestralidad disminuyó en todas las sucursales y divisiones, con excepción de Planta Confites, donde se mantuvo en relación a 2015.



600

días sin accidentes en la Planta Reñaca

1.170

días sin accidentes en las plantas Parral y Talca

Tasa y número absoluto de accidentes

DIVISIÓN	2015		2016		VARIACIÓN TASA	VARIACIÓN TASA
	TASA	N°	TASA	N°		
División Chile	3,2	226	2,8	197	-12,5	-12,8
División Perú	7,4	151	5,3	147	-28,4	-2,7
Negocio Agroindustrial	4,3	31	3,47	29	-19,3	-6,5

La baja sostenida en el número de días perdidos nos alegra y nos motiva a seguir trabajando, porque implica un menor número de trabajadores afectados por accidentes laborales.

Número de días perdidos

DIVISIONES	2015	2016	VARIACIÓN
Chile	3.943	2.947	-25
Perú	2.659	1.621	-39,0
Agroindustrial	562	453	-19,4

Tasa de siniestralidad

DIVISIONES	2015	2016	VARIACIÓN
Chile	55	42,6	-22,5
Perú	83	56	-32,5
Agroindustrial	78,2	54,2	-30,7

\* Incentivos a la actividad física

✓ Queremos cuidar la salud de nuestros colaboradores y, por esto, no solo nos preocupamos de prevenir accidentes, sino que buscamos incentivar la vida sana, el deporte y la recreación. Para esto, en Chile contamos con un Plan Anual de Actividad Física, implementado por la Gerencia de Personas, que promueve el desarrollo de múltiples actividades deportivas, respaldadas y validadas por el Ministerio del Deporte. Durante 2016 participaron de estas actividades cerca de 2.500 trabajadores de distintas plantas y sucursales.

Actividades deportivas en plantas

Planta Nos	→ Fútbol, futbolito damas y varones, básquetbol, voleibol mixto, tenis (damas y varones), bowling, pesca, tenis de mesa; juegos de salón, escuela de fútbol y básquetbol (para hijos de funcionarios) → Corrida Familiar comunidades y funcionarios. → Torneo Atlético: participan plantas Reñaca, Teno, Lontué. → Talleres: spinning, acondicionamiento físico, entrenamiento funcional, zumba, baile entretenido, yoga. → Gimnasia de pausa: plantas productivas y áreas administrativas.
Planta Reñaca	→ Fútbol, futbolito damas y varones, básquetbol, voleibol mixto, tenis, pesca, tenis de mesa. → Talleres: zumba, acondicionamiento físico. → Gimnasia de pausa: plantas productivas y administrativos.
Planta Teno	→ Baby fútbol varones, básquetbol, voleibol mixto, pesca, tenis de mesa. → Talleres: baile entretenido y acondicionamiento físico.

Actividades deportivas en sucursales

Antofagasta	→ Futbolito, tenis de mesa, bowling
Coquimbo	→ Futbolito, tenis, bowling, pesca
Lontué	→ Futbolito apertura y oficial, voleibol mixto, tenis de mesa, juegos de salón, taller de acondicionamiento físico
Talca	→ Futbolito, tenis de mesa, bowling, pesca
Concepción	→ Futbolito, pesca, tenis de mesa, juegos de salón
Victoria	→ Baby fútbol, bowling, pesca, juegos de salón, taller de acondicionamiento físico
Temuco	→ Futbolito, bowling, pesca
Osorno	→ Futbolito, tenis de mesa, bowling, rayuela, pesca, juegos de salón





✓ Además, en las plantas de Nos, Reñaca y Teno tenemos gimnasios con salas multiuso para actividades como aerobox y/o baile entretenido, salas de máquinas equipadas con trotadoras, elípticas y bicicletas, además de salas de spinning y camarines recientemente remodelados.

✓ Adicionalmente, en la Planta Nos contamos con una cancha de fútbol, multicancha, cancha de futbolito, pista de trote y canchas de tenis.

En Chile, durante el año 2016, se realizó la “Olimpiada Deportiva Nacional”

Fecha: 12 y 13 de noviembre de 2016

Versión: XII

Participantes: 1.080 trabajadores.

Delegaciones: 19 de todo el país.

Deportes en competencia:

- ➔ Fútbol
- ➔ Básquetbol
- ➔ Tenis de mesa en equipos
- ➔ Tenis en equipo
- ➔ Lanzamiento de bala
- ➔ Lanzamiento de pelota
- ➔ Posta 4x100
- ➔ Ajedrez

✓ Por su parte, en Perú realizamos el **Campeonato Copa Confraternidad Molitalia**, en el que participaron 480 colaboradores de las plantas Venezuela, Los Olivos, Ecuador y Avenas. La actividad se realizó entre julio y agosto, durante seis días domingo, promoviendo no solo la actividad deportiva, sino que también la integración entre los colaboradores de las distintas plantas. Las competencias fueron de fútbol libre varones, fútbol máster varones, fútbol damas y voleibol damas. Para el año 2017 se proyecta incluir en el evento deportivo la carrera 5K, tenis de mesa y dinámicas de integración, entre otras actividades.



✳ Compromiso y bienestar laboral

Creemos que la sumatoria de habilidades y competencias multiplican su efectividad a través de la actitud positiva de quienes las aplican. Por esto, trabajamos para provocar un ambiente de trabajo adecuado, que potencie el compromiso de nuestra gente, generando una relación de confianza y respeto.

✳ Evaluación de compromiso

✓ Anualmente realizamos una evaluación de compromiso que mide variables que, al relacionarse entre sí, impactan positivamente en la percepción del trabajo, motivando a entregar lo mejor de cada colaborador. Estas variables se agrupan en cuatro dimensiones: trabajo, equipo, jefatura y compañía.

En la evaluación que desarrollamos en 2015 participaron todos los colaborados a contrato fijo e indefinido, solo la División Chile, ampliándose en 2016 a todos los colaboradores del Negocio Agroindustrial. En el periodo 2015 la participación llegó al 83% de los

colaboradores consultados, porcentaje que se mantuvo en 2016.

En 2015, la dimensión con menor puntaje fue el feedback. Por esto, durante el año 2016 se desplegó un programa llamado “Vive Feedback”, orientado a potenciar la retroalimentación entre jefes y colaboradores, en el cual participaron todos los jefes, gerentes y subgerentes. Adicionalmente, todas las gerencias que mostraron bajos niveles de compromiso fueron intervenidas en base a sus propias realidades.

✓ Por su parte, durante mayo de 2016, en la división Perú, se aplicó por primera vez la encuesta solo a profesionales, consiguiendo una tasa de participación de 82% y un nivel de compromiso del 86,2%. La fortaleza para este grupo es la dimensión pares, con un 91,7%, que identifica el grado en que los colaboradores de un área transfieren informaciones, cumplen sus roles en el equipo, se respetan, ayudan y comparten sus objetivos laborales.





Olimpiadas Carozzi 2016

La Olimpiada Deportiva Nacional se celebra en Chile cada dos años y se realiza desde el año 2002. Durante 2016 participaron 19 delegaciones, que reunieron a 1.080 trabajadores.





✱ Plan de beneficios para la familia Carozzi

Como una forma de potenciar las buenas relaciones y contribuir a mejorar no solo las condiciones de trabajo de nuestros colaboradores, sino también su calidad de vida y la de sus familias, contamos con una serie de beneficios para los trabajadores con contrato indefinido, que abarcan convenios y seguros de salud y de vida, y beneficios familiares, como campañas especiales de vacunación, beneficios escolares y la celebración de festividades, entre otros. Asimismo, entregamos una serie de beneficios denominados corporativos, entre los cuales se encuentran celebraciones por años de servicio, entrega de mercaderías en fechas especiales y, en algunos casos, beneficios para el traslado, como buses de acercamiento o bonos.

Actualmente estamos trabajando en la homologación de beneficios a través del levantamiento de información social en cada planta de la Compañía, investigando las iniciativas pendientes y estandarizando los convenios.

✱ Plan de relacionamiento con sindicatos

Nuestros valores apuntan a establecer relaciones de confianza y cercanía con nuestros trabajadores y sus representantes.

El primer sindicato “Trabajadores fábrica Costa S.A.C. de Valparaíso N° 1” fue fundado en 1925. Desde entonces hemos tenido un creciente desarrollo de la sindicalización y de los grupos negociadores, con los cuales hemos trabajado buscando generar relaciones de confianza y beneficio mutuo.

Como empresa fomentamos la comunicación a través de nuestra política de “puertas abiertas” y contamos con un plan de reuniones formales periódicas y permanentes con las directivas sindicales, lo que nos ha permitido llevar a cabo negociaciones sin llegar a procesos de huelga durante los años 2015 y 2016. Actualmente, el 42% de los trabajadores de la empresa es parte de un acuerdo o convenio colectivo.



Sindicatos División Chile

	TRABAJADORES SINDICALIZADOS
Sindicato Ecsa Est. Concepción	2
Sindicato 1 Pastas	388
Sindicato 2 Pastas	235
Sindicato 2 Costa-Galletas	884
Sindicato 1 Ambrosoli	561
Sindicato Empresas Carozzi N° 1	21
Sindicato N° 1 Costachoc	390
Sindicato Sucursal Victoria 2	96

Grupos negociadores Negocio Agroindustrial

	TRABAJADORES SINDICALIZADOS
Grupo negociador Teno	397
Grupo negociador 1 Lontué	36
Grupo negociador 2 Lontué	228

Sindicatos División Perú

	TRABAJADORES SINDICALIZADOS
Sindicato Los Olivos 1	595
Sindicato Los Olivos 2	91
Sindicato Venezuela	205

\* Desarrollo de colaboradores

Mejoramos e innovamos continuamente en nuestros productos y en la forma de operar. Por esta razón, necesitamos trabajadores de primer nivel, preparados y comprometidos con la Compañía. Nos hemos planteado como desafío la creación de una Cultura Carozzi en la forma de trabajar y para esto nos esforzamos en seleccionar, capacitar y apoyar el desarrollo de carrera de cada una de las personas que forman parte de Carozzi.

\* Atracción de nuevos talentos

Con el objetivo de presentarnos y dar a conocer nuestra oferta laboral a los nuevos talentos, realizamos actividades de relacionamiento con distintas universidades y centros de formación técnica. Durante 2016 implementamos nueve ferias laborales y charlas en algunas de las más prestigiosas universidades e institutos profesionales. En total, en ellas participaron alrededor de 5.000 estudiantes.

\* Fomentamos el desarrollo profesional

En el marco de nuestra estrategia de sostenibilidad, nos planteamos el desafío de crear una cultura organizacional basada en el desarrollo de competencias y habilidades. Fomentamos y valoramos el progreso de las carreras de nuestros colaboradores, apoyamos la educación continua e incentivamos un avance profesional en coherencia con los objetivos de cada área de la Compañía. Para lograrlo, tenemos un plan anual de capacitaciones transversal a todos los cargos, que busca entregar los conocimientos deseados para el logro de nuestros objetivos, el crecimiento laboral y profesional de nuestra gente.

Dentro de los cursos estratégicos, durante el año 2016 llevamos a cabo más de 3.000 instancias de capacitación incluidas en el Plan Carozzi Activo, que contaron con 17.241 participantes. Estas estuvieron centradas en las principales áreas prestadoras de servicio, entregando conocimientos tanto técnicos como relacionados con habilidades blandas, según cargo y área de trabajo.

Adicionalmente al plan de capacitación, asumimos una apuesta compartida de mediano y largo plazo, apoyando e impulsando la educación continua, a través del co financiamiento, específicamente de estudios de pregrado, diplomados de

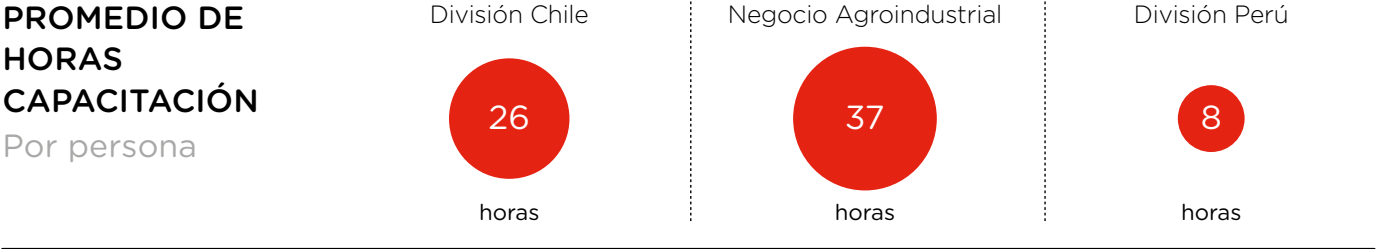
TIPOS DE CURSO

TEMÁTICAS CONSIDERADAS	DESCRIPCIÓN
Nivelación de estudios	Destinado a colaboradores que requieran finalizar sus estudios de enseñanza media.
Capacitaciones técnicas	Destinadas a desarrollar competencias específicas del dominio técnico en el que se desempeña la persona.
Competencias esenciales	Destinadas a desarrollar competencias comunes para todas las funciones. Conocimientos observables, habilidades y actitudes que dan señal del éxito en el rol que desempeña el colaborador.
Cursos normativos	Capacitaciones de carácter obligatorio para cumplir con los estándares definidos por los distintos entes reguladores. Estos cursos contemplan temáticas del área de Control de Calidad y Seguridad Industrial.
Cursos estratégicos	Capacitaciones definidas por la compañía para el desempeño óptimo de las funciones del cargo. Contemplan temáticas del programa Carozzi Activo y competencias esenciales.
Inglés interno	Cursos individuales o grupales para aquellos colaboradores que lo requieran, según su competencia y perfil de cargo.



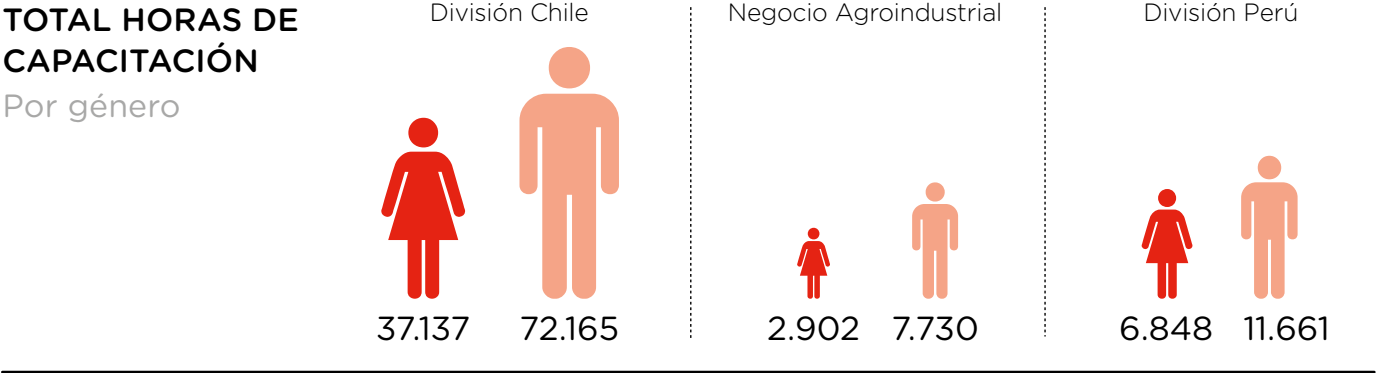
PROMEDIO DE HORAS CAPACITACIÓN

Por persona



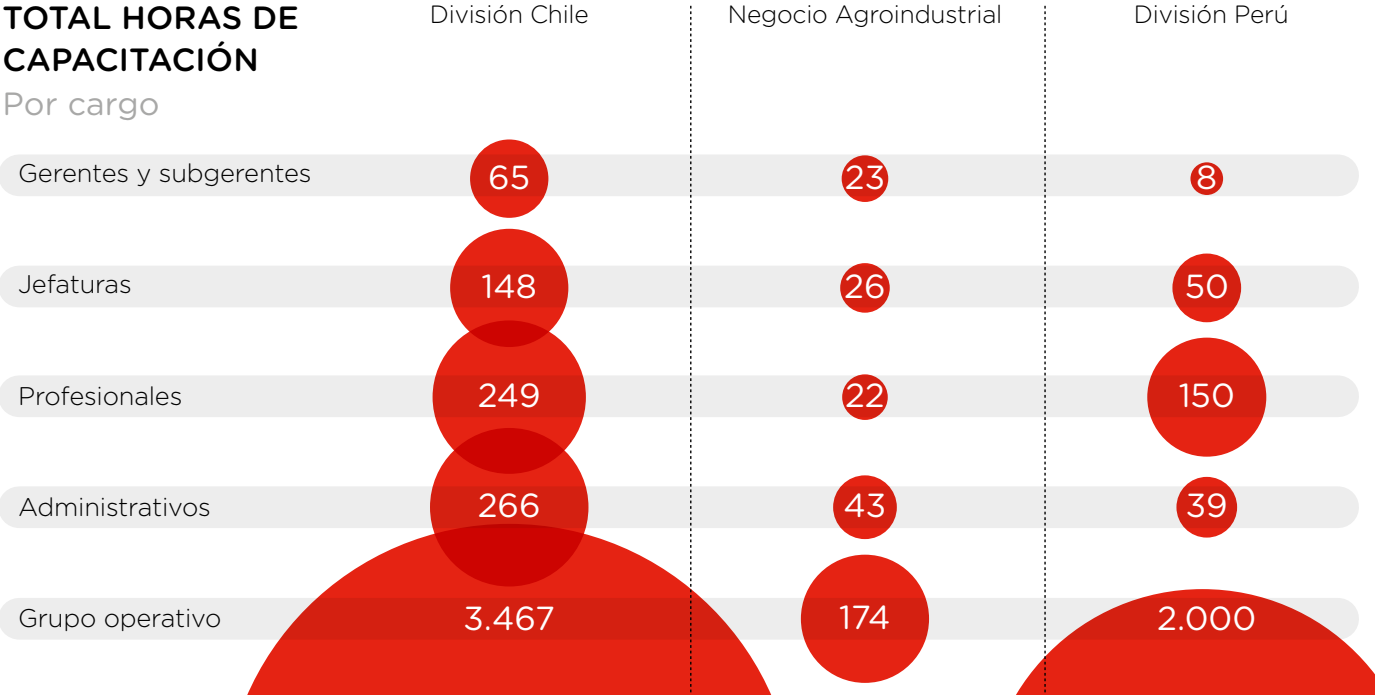
TOTAL HORAS DE CAPACITACIÓN

Por género



TOTAL HORAS DE CAPACITACIÓN

Por cargo







especialización y/o posgrado dirigidos a aquellos profesionales que se destaquen con desempeños sobresalientes y un visible compromiso con la Compañía. De esta forma, buscamos que nuestros colaboradores adquieran competencias, habilidades y aptitudes que contribuyan a su desarrollo y a los objetivos de cada área de la Compañía.

En el negocio de la División Perú contamos con el patrocinio del Servicio Nacional de Adiestramiento en Trabajo Industrial (SENATI), con la subvención del 100% del arancel de una carrera técnica en este organismo. Este beneficio es extendido anualmente a aproximadamente 150 personas, entre los que se incluye no solo a los colaboradores, sino también a sus familiares y vecinos de las plantas Venezuela, Los Olivos y Huachipa. En este marco hemos beneficiado con becas para estudios técnicos a seis jóvenes que viven en las comunidades cercanas a la Planta Venezuela.

Nos hemos planteado como desafío para el periodo 2017 incorporar una malla de cursos e-learning desarrollados específicamente para cada cargo o área, a través de una plataforma virtual que se ha denominado “Academia Carozzi”. Esta potenciará el desarrollo de los colaboradores a través de la posibilidad de autogestionar las capacitaciones y la adquisición de competencias en horarios flexibles y a distancia. Asimismo, lanzaremos el Programa de Liderazgo para todas las nuevas jefaturas, que entregará las competencias y habilidades necesarias para ser guías de equipos de trabajo.

✦ Evaluación del desempeño corporativo

Con el objetivo de mejorar el desempeño grupal e individual, y de esta forma contribuir al desarrollo personal y profesional de los trabajadores, actualmente se llevan a cabo dos sistemas de evaluación de desempeño, uno para los trabajadores de los equipos operativos y otro para el segmento profesional de las divisiones Chile, Perú y Negocio Agroindustrial.

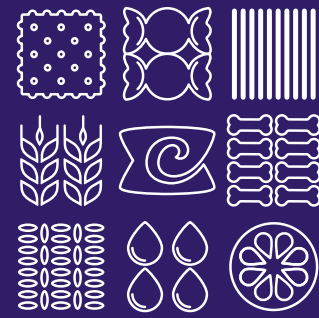
Cada uno de estos sistemas comprende distintas áreas de desempeño, que abarcan desde aspectos como puntualidad, hasta competencias y compromiso con los valores. Sobre la base de los resultados se reconoce a los mejores trabajadores y se levantan las oportunidades de mejora para quienes no cumplen con los estándares esperados. Los resultados nos permiten definir las nuevas necesidades de capacitación, la implementación de beneficios y reajustes de rentas.

Actualmente trabajamos en un nuevo modelo de evaluación de desempeño dirigido a los profesionales y administrativos de las divisiones Chile y Perú, que será estrenado a partir del año 2017. Con este se espera mejorar la comprensión cualitativa de las competencias e integrar los objetivos de la Compañía en función del cargo evaluado.

Adicionalmente a las evaluaciones de desempeño, en el Negocio Agroindustrial realizamos mensualmente un reconocimiento a dos trabajadores, en virtud del esfuerzo y dedicación en el cumplimiento de las normas de la British Retail Consortium (BRC).

EQUIPO	CANTIDAD DE PERSONAS EVALUADAS EN 2015			CANTIDAD DE PERSONAS EVALUADAS EN 2016		
	DIVISIÓN CHILE	NEGOCIO AGROINDUSTRIAL	DIVISIÓN PERÚ	DIVISIÓN CHILE	NEGOCIO AGROINDUSTRIAL	DIVISIÓN PERÚ
Operativo	3.876	157	-	3.642	304	1.733
Profesional	452	-	-	451	-	-





# 5

Aportando a una  
sociedad más saludable



Estilo de vida  
**saludable**



# 5. Estilo de vida saludable

El desarrollo sostenible solo es posible en una sociedad saludable, donde las personas tengan bienestar físico y mental. En Carozzi trabajamos para que nuestros consumidores disfruten la vida y los incentivamos a tener un estilo de vida sano desde su alimentación, su recreación y la práctica de actividad física.

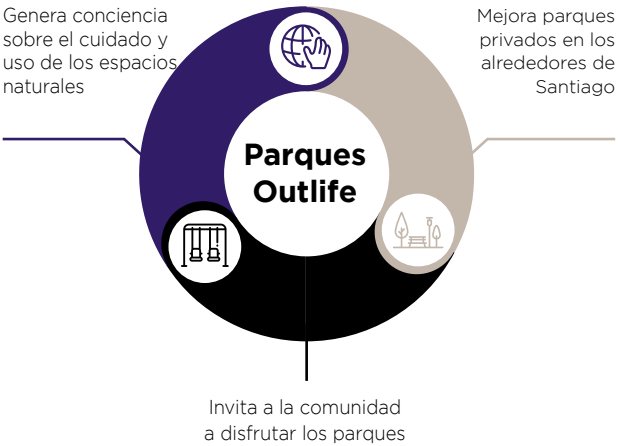
## \* Promoción de estilos de vida y hábitos alimenticios saludables

El estilo de vida saludable se logra con prácticas que permiten el equilibrio emocional y alimenticio. Buscamos promover hábitos de alimentación sanos por medio de la educación y entrega de información; la promoción de la actividad física; el apoyo y desarrollo de proyectos enfocados en el equilibrio alimenticio, la lucha contra la obesidad y la desnutrición.

## \* Campañas de promoción del deporte

Con el convencimiento de que una buena alimentación, combinada con ejercicio físico y un modo de vida saludable, previene enfermedades y mejora la calidad de vida, apoyamos y promovemos distintas iniciativas deportivas y recreativas al aire libre.

En este contexto, a través de nuestra marca Vivo somos partners de Outlife y auspiciadores de CicloRecreoVía, ambas organizaciones que buscan motivar a las personas a salir al aire libre, hacer ejercicio, distraerse y mejorar su calidad de vida.







75.000

personas participaron en los 45 eventos deportivos que apoyamos en 2016.



Iron Man Pucón 2016



Erika Olivera en el Maratón de Santiago 2017

Apoyando a nuestros deportistas

Nos sentimos orgullosos de auspiciar a destacados deportistas, quienes con su ejemplo nos movilizan e invitan a optar por el deporte y la vida sana.



Valentina Carvallo en triatlón



Sol Ottehsimer en triatlón



Lucas Jaramillo en atletismo.





También en 2016, a través de auspicios y canjes, apoyamos con nuestras marcas 45 eventos deportivos de distinto alcance y en diversas ciudades, fomentando el desarrollo de actividades recreativas y deportivas, como el running, fútbol, tenis, golf, danza, rugby, mountain bike, entre otras. Con ellos impactamos en alrededor de 75 mil personas.

Los más populares, en razón a su convocatoria fueron:

- ✓ Maratón de Santiago
- ✓ Triatlón Ironman de Pucón
- ✓ Copa Super Campeones de Fútbol
- ✓ Adidas Dance
- ✓ Yoga Adidas
- ✓ Corridas de Carabineros
- ✓ Verano Azul
- ✓ Nat Geo
- ✓ Color Run

Para 2017 esperamos llegar a 85.000 personas con las actividades de nuestra marca Vivo.

\* Compromiso con la calidad nutricional

Basamos nuestro compromiso de ofrecer productos saludables principalmente en:

- ✓ Innovar en los productos para que sean capaces de responder y adaptarse a necesidades nutricionales específicas de nuestros consumidores, de acuerdo a sus realidades locales.
- ✓ Proporcionamos datos claros y de utilidad que logren informar a las personas sobre las características de nuestros productos y las porciones óptimas de consumo para contribuir a su bienestar.







### Caso Perú

Actualmente, en Perú la anemia es un importante problema de salud pública. Esta enfermedad es ocasionada en gran parte por la falta de hierro y afecta a más del 40% de los niños entre los seis y 36 meses de edad. Para combatir este problema, en la División Molitalia estamos trabajando en el Plan Hierro, que busca generar alimentos con minerales que contribuyan al adecuado crecimiento y aporten el 35% del valor diario de hierro recomendado.

De esta forma, en noviembre de 2016 lanzamos un mix para leche con avena y chocolate, alto en hierro, selenio y zinc, minerales que contribuyen al desarrollo psicomotor y fortalecen el sistema inmunológico, contribuyendo al buen desarrollo y crecimiento de los niños. Comprometidos con la calidad nutricional de nuestros productos, en 2016 lanzamos la Pasta Fibra, que ofrece alto contenido de fibra, aportando con el 35% de la ingesta diaria recomendada.

En Chile, los principales problemas alimentarios de la población se asocian a la obesidad. Carozzi, junto con incentivar prácticas de vida sana, desarrolló en 2007 su línea de productos Vivo que entrega una oferta masiva de productos orientados al bienestar. Hoy, luego de 10 años, Vivo está presente en 12 categorías, con más de 130 productos y proyectamos continuar expandiéndonos a nuevas categorías dentro del segmento wellness. Nuestros productos están presentes en nueve países de Latinoamérica, entre los que se cuentan Puerto Rico, Paraguay, Costa Rica, República Dominicana, El Salvador, Bolivia, Nicaragua, Honduras, Aruba y Perú.

La información nutricional de los productos Vivo y de otros de sus atributos de sostenibilidad, como los materiales utilizados en su packaging, está disponible en sus envases, cuando es factible. También lo difundimos en los medios digitales de Carozzi<sup>(2)</sup>, los puntos de venta y los food trucks que participan en distintos eventos masivos donde, además de regalar muestras, promotoras capacitadas entregan información a los consumidores sobre los beneficios funcionales de los productos.

### Alianzas con profesionales de la salud

Otra forma que utilizamos para informar a la comunidad acerca de las características de nuestros productos es a través de un equipo de visitantes médicos que se reúnen con nutricionistas, nutriólogos y pediatras, visitando 1.000 médicos al mes. Ellos reciben información técnica, muestras y eventualmente dípticos con información nutricional de nuevos productos, lo que nos permite llegar a más de dos millones de pacientes.

### Jornada de Alimentación

Con el objetivo reflexionar en torno a la alimentación de las familias chilenas, en 2016 organizamos, en la Planta Nos, la primera Jornada de Alimentación. En esta instancia participaron cerca de 1.500 estudiantes, docentes y directores de carreras ligadas a la nutrición, de alrededor de 15 casas de estudio, como la Universidad del Pacífico, la Universidad de Santiago de Chile, la Universidad de Chile, la Universidad Mayor y la Pontificia Universidad Católica de Chile, entre otras.

Durante la jornada, los asistentes tuvieron la posibilidad de visitar y observar las instalaciones de las plantas y laboratorios, además de discutir temas relacionados con la entrada en vigencia de la nueva ley de etiquetado de alimentos y cómo la industria se ha adaptado a ella. En 2017, esperamos realizar la segunda jornada, para generar espacios de discusión y avance en materias sobre alimentación equilibrada.

### Ley de etiquetado

En junio de 2016 se promulgó en Chile la ley de etiquetado<sup>(3)</sup> que, a través de distintos sellos, advierte cuando las porciones de 100 gramos superan los criterios máximos establecidos por el Ministerio de Salud de Chile en azúcar, grasas saturadas, calorías y sodio. En Carozzi, adecuamos nuestros envases al requerimiento de la norma

Dada la nueva legislación hemos hecho esfuerzos por mejorar el nivel de información que llega a nuestros consumidores. En esta línea, desarrollamos microcápsulas con infografías que explican la importancia de conocer y consumir las porciones recomendadas; además de poner atención no solo en los alimentos envasados sino también en los no envasados, que quedaron fuera de la regulación actual.

A través de ABChile participamos de la campaña “Hagámoslo Bien”, orientada a entregar más y mejor información.



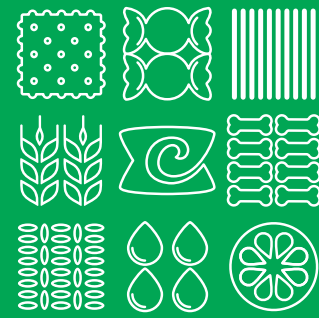
1.500

estudiantes estuvieron presentes en la primera Jornada de Alimentación, además de contar con docentes ligados a la nutrición.

(2) Facebook: vivo mejor  
web: www.vivo.cl

(3) Ley 20.606 sobre  
composición nutricional  
de los alimentos y su  
publicidad.





6

Contribuyendo al desarrollo de  
nuestros socios estratégicos



Cadena de valor  
**sostenible**

# 6. Cadena de valor sostenible

División Chile

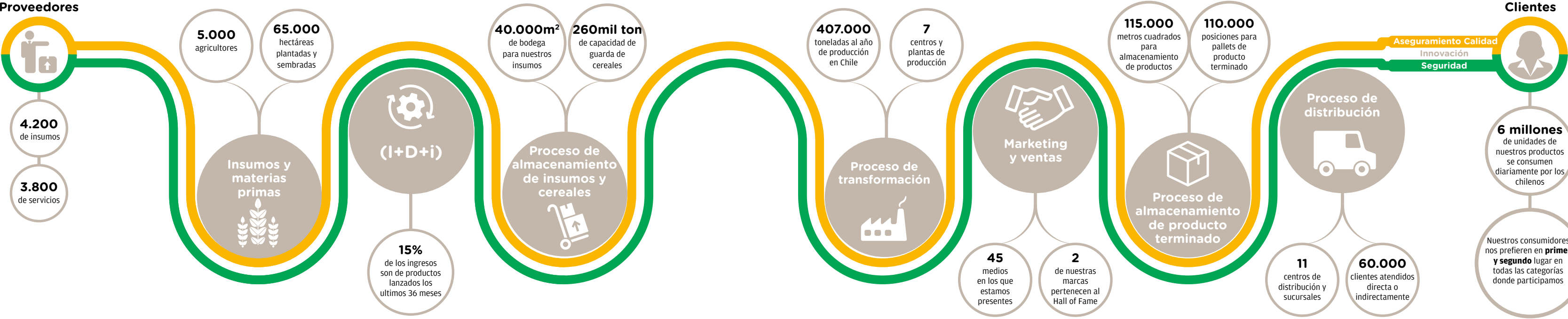
La cadena de valor determina la sostenibilidad de nuestro negocio y por esta razón generamos vínculos de largo plazo con agricultores, proveedores, colaboradores, transportistas y clientes; ellos son socios estratégicos en nuestra misión de llevar los productos a la mesa de cada consumidor.

Estamos comprometidos con el desarrollo de iniciativas que mejoren la alianza con ellos y generen valor compartido a partir del trabajo colaborativo. En el marco de nuestra estrategia de sostenibilidad, trabajamos analizando e identificando las oportunidades de mejora a través de planes de acción concretos que

optimicen nuestro desempeño y el de ellos.

Nuestra cadena de valor está compuesta fundamentalmente por siete procesos: insumos y materias primas, (I+D+i), almacenamiento, transformación, marketing y ventas, almacenamiento de productos terminados y distribución. De esta forma, junto a las dinámicas de innovación, calidad y seguridad, integramos nuestra cadena desde nuestros proveedores hasta los consumidores que nos prefieren día a día.

Con el objetivo de hacer cada vez más sostenibles estos procesos hemos generado diferentes iniciativas en cada uno de ellos.





\*
 Abastecimiento y distribución

Actualmente nos relacionamos con cerca de 8.000 proveedores. El 61% de las compras se destinan a proveedores de materiales y 39% a servicios.

\*
 Promoción de una agricultura sostenible

Permanentemente buscamos contar con un proceso de abastecimiento robusto que nos garantice la disponibilidad, calidad, inocuidad y competitividad de todos los insumos que ingresan a nuestros procesos productivos. Los vínculos con nuestros proveedores se fundamentan en el establecimiento de relaciones de largo plazo, en el contexto de un trabajo colaborativo, buscando generar y compartir valor.

Considerando la relevancia que tiene para Carozzi el abastecimiento de cereales como trigo candeal y blanco, arroz paddy, avena, maíz, tomates y frutas, hemos establecido, a través del Departamento Agrícola, un sistema de contratos que busca fomentar una agricultura sostenible por medio de ciertos elementos que consideramos críticos:

- 1

Transparencia y visibilidad de condiciones comerciales.
- 2

Asistencia técnica.
- 3

Disponibilidad de financiamiento para insumos y semillas certificadas.
- 4

Eficiente proceso de recepción, liquidación y pago.

Los cultivos antes mencionados representan 65.000 ha. plantadas y sembradas e involucran a 5.000 agricultores.

1
 Transparencia y visibilidad de condiciones comerciales

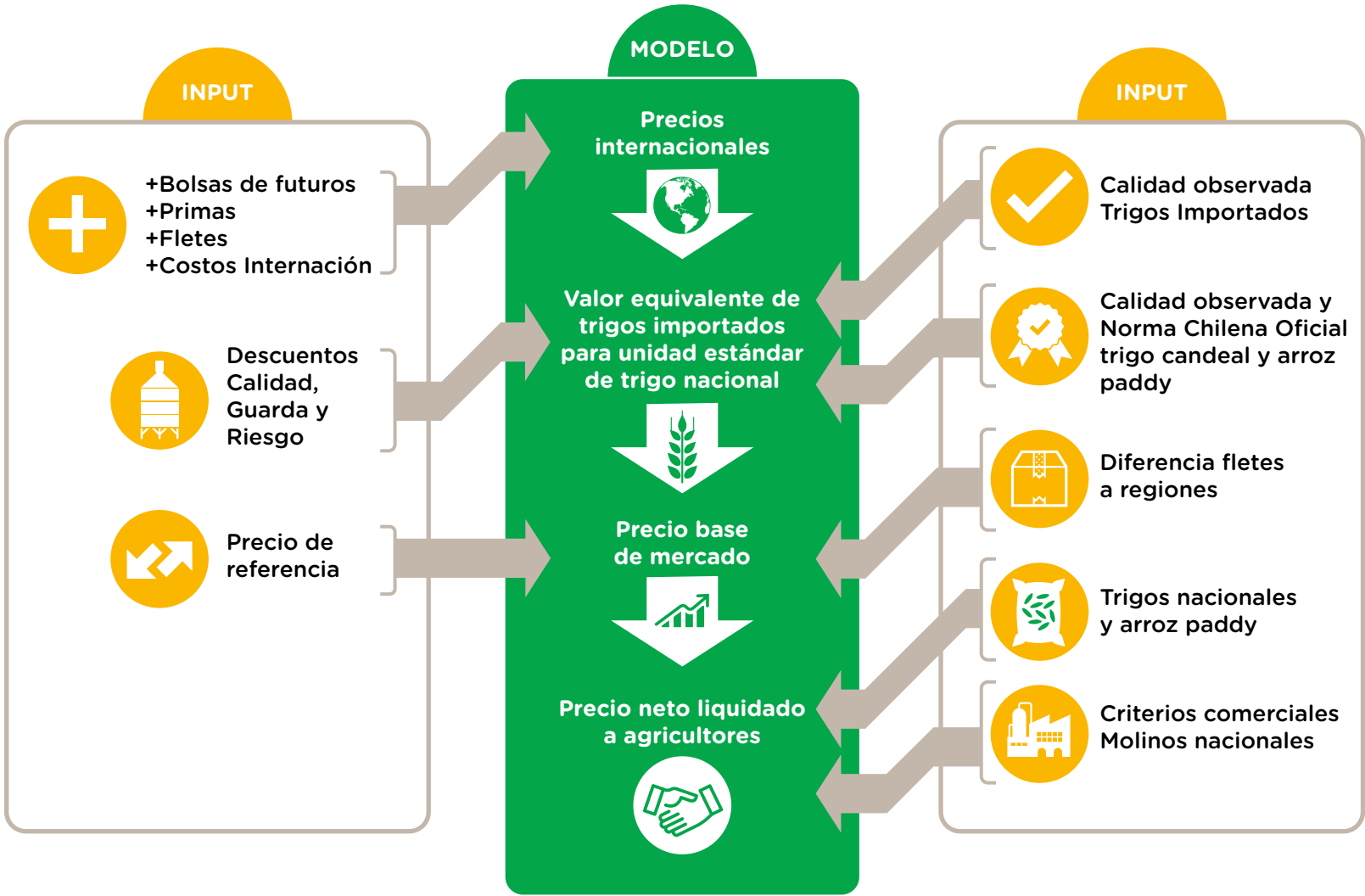
Este sistema da transparencia y objetividad al mercado, a través de un mecanismo formal de determinación de los valores de referencia para los cereales, reemplazando la práctica tradicional que generaba incertidumbre y desconfianzas.

También permite que los agricultores conozcan los precios de referencia semanalmente en la página web de la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (Odepa), durante todo el año, con lo que pueden tomar sus decisiones de inversión y cultivo objetivamente informados. Incorpora valores de mercados internacionales comparables y costos logísticos y de internación, además de ajustes por aspectos de calidad y financieros. De esto resulta un precio de referencia para un cereal comparable. El sistema también permite diferir el acuerdo de precios entre las partes, si es que el vendedor considera que puede obtener un mejor precio después de la cosecha, aspecto muy valorado por los agricultores.

Fuimos pioneros en Chile al impulsar este sistema de descubrimiento de precios para el arroz paddy y trigo candeal, los cereales más relevantes para nuestros procesos productivos.

Este sistema, implementado en 2009 para arroz paddy y en 2013 para trigo candeal, fue presentado por Carozzi en una mesa público-privada integrada por representantes de la agroindustria, organismos del Estado y agricultores. Desde agosto de 2016 estamos trabajando en la Comisión Nacional de la Avena para establecer un sistema similar para este cereal.

MODELO DE DESCUBRIMIENTO DE PRECIOS PARA TRIGO CANDEAL Y ARROZ PADDY





Agricultor de trigo en Parral – Carozzi

2 Asistencia técnica

En División Chile apoyamos a nuestros agricultores de trigo candeal y arroz paddy a través del Programa de Entrega de Asistencia Técnica, que tiene como objetivo potenciar la sostenibilidad de los cultivos y está dirigido principalmente a aquellos agricultores que suministran cereales bajo la modalidad de contratos, ubicados en la zona centro y sur del país. El programa considera los siguientes elementos:
 

- ➔ Incremento del rendimiento agronómico.
- ➔ Introducción de mejoras en la calidad del grano.

 La asistencia técnica que proporcionamos en el trigo candeal

durante 2016 benefició a 40 agricultores de la Región Metropolitana, que en conjunto tienen 1.800 hectáreas y representan un 30,7% del volumen total del trigo recibido.

3 Disponibilidad de financiamiento para insumos y semillas certificadas.

En el marco de este proyecto, durante 2015 y 2016 entregamos semillas certificadas de trigo candeal, financiadas hasta la cosecha. En el caso del arroz paddy entregamos semillas certificadas y anticipos destinados a financiar parcialmente el costo del cultivo, además de asesoría técnica a 37 agricultores con 1.666 hectáreas,



Agricultor de tomates – Negocio Agroindustrial

que representan 30% del volumen total de arroz comprado por la División Chile durante el año 2016, un 10% más que el año anterior. Adicionalmente, en el Negocio Agroindustrial contamos con el programa “Mejora de suelos agrícolas”, donde entregamos los lodos producidos en la planta de tratamiento de residuos a agricultores de la zona para recuperar sus suelos<sup>(4)</sup>.

4 Eficiente proceso de recepción, liquidación y pago

Importantes aspectos para los agricultores son la oportuna recepción de sus cereales en nuestras plantas

de almacenamientos, transparencia y seriedad en la determinación de la calidad de los granos entregados y el correcto pago en las fechas comprometidas. Carozzi se caracteriza por tener una amplia red de plantas receptoras en todas las regiones en donde se produce en Chile, con capacidad de absorber los altos flujos de cosecha en temporada. Además, hemos desarrollado un plan de inversión en los laboratorios de calidad, de tal forma que estos sean más expeditos y precisos para un mejor servicio a la agricultura. Además, hemos mantenido en el tiempo una política de pago clara y transparente.

(4) Más información ver capítulo “Cuidado del entorno” pág. 102





# Red de almacenamiento y distribución

Dentro de nuestra cadena de valor, el transporte y distribución de productos es tan importante como el aprovisionamiento de materias primas. Por esta razón, en las divisiones Chile y Negocio Agroindustrial contamos con una flota contratada de 520 camiones, 400 de bajo tonelaje, que son utilizados para reparto local, y 120 de alto tonelaje, destinados a reparto nacional. Exigimos estrictas medidas de seguridad para los trabajadores y de mantención para los vehículos.

**En las plantas de la División Perú externalizamos la totalidad del servicio de transporte, dividiéndose en cuatro áreas logísticas:**

● **REPARTO LOCAL:**  
atiende a todos nuestros clientes de Lima,  
**Utilizan 87 camiones de 20 empresas proveedoras.**

● **ABASTECIMIENTO INTERNO:**  
traslada la mercadería a las instalaciones de Molitalia.

Utilizan 8 vehículos de 5 empresas de transporte.

● **ABASTECIMIENTO A AGENCIAS:**  
traslada la mercadería entre las plantas de Molitalia en Lima hacia nuestras instalaciones ubicadas en otras provincias de Perú.  
**Nos apoyamos con 106 vehículos, pertenecientes a 21 empresas proveedoras.**

● **REPARTO A PROVINCIAS:**  
Trabajamos con 170 vehículos de alta capacidad, pertenecientes a 93 empresas proveedoras.

**Buscamos continuamente estar a la vanguardia del transporte, de tal forma de poder ser más eficientes y sostenibles en nuestras operaciones logísticas.**

## ✱ Una logística responsable

Monitoreamos que todas las empresas proveedoras de bienes o servicios, contratistas o subcontratistas, cumplan con el Código de Ética para Proveedores. Fiscalizamos desde el pago de imposiciones hasta el correcto uso de los elementos de seguridad, a la vez que exigimos óptimas condiciones técnicas de los vehículos. En este contexto, durante el año 2017, en la División Chile desarrollaremos un Plan de Salud y Seguridad para Transportistas, que será implementado con la Mutual de Seguridad y contemplará normativas para la operación al interior y exterior de nuestras instalaciones. Estas se aplicarán tanto a la empresa proveedora como a los choferes y cargadores.

Pero junto con llegar a tiempo nos preocupa que los productos sean entregados a nuestros clientes con la calidad y frescura con que salieron de la planta. Por esta razón, en la División Chile contamos con trabajadores capacitados para el transporte de este tipo de mercancía y una flota propia especialmente acondicionada para los distintos tipos de productos. Asimismo, en Perú, durante el año 2016 capacitamos a cerca de 300 proveedores de transporte en “buenas prácticas de almacenamiento e higiene”.



31 mil

clientes Pyme participan del programa de desarrollo de clientes Club Carozzi



\* Desarrollo de clientes

La distribución y disposición de nuestros productos en los puntos de venta resulta tan importante como el abastecimiento, la producción y el transporte. Por ello, apoyamos a todos nuestros clientes, ya sean pequeños y medianos almaceneros o bien grandes cadenas de supermercados.

Nos aseguramos de que las exigencias de inocuidad y almacenamiento sean respetadas, independiente del lugar donde estén nuestros productos, garantizando así su calidad y la satisfacción de nuestros consumidores. Con este objetivo hemos implementado el Programa de Desarrollo de Clientes que abarca las divisiones Chile y Perú.

\* Programas de desarrollo de clientes

Con los comerciantes Pyme (pequeños y medianos) llevamos a cabo el Programa Club Carozzi, que desde el año 2012 permite a nuestros clientes almaceneros sumarse como socios del club y juntar puntos a través de las compras realizadas a las empresas vendedoras de Carozzi. Los puntos son canjeables por premios y elementos útiles a los pequeños negocios, tales como balanzas, cortadoras de cecinas, frigoríficos, entre otros. Así, actualmente, de un total de 48 mil clientes activos, más del 65% de ellos son socios del Club Carozzi, a quienes visitamos regularmente entregando material gráfico y exhibidores de productos que aportan al desarrollo de los almacenes. Durante el 2016 realizamos 15.400 visitas efectivas a nivel nacional.

Apoyamos a los clientes según las características de cada mercado. De esta manera, en Perú, donde el principal canal de distribución de nuestros productos son los almacenes y pequeños comercios, apoyamos a los clientes del segmento Pyme orientándolos incluso en sus procesos de formación de empresa, adaptación a la factura electrónica y aconsejándolos en logística de ventas. Además, realizamos seminarios y capacitaciones que los ayuden a mejorar sus negocios.

Asimismo, en Chile, con el objetivo de acercarnos a los clientes de las grandes cadenas de supermercados para compartir los focos y estrategias del año, desde 2014 contamos con el Plan Global de Negocios (PGN). A través del PGN nos reunimos con los equipos comerciales y logísticos de nuestros clientes, con el objetivo de optimizar la cadena de distribución común, conformando equipos multiárea y multicompañía que trabajan los planes a desarrollar durante el periodo y luego realizan seguimiento.

Adicionalmente, fomentamos la creación de pequeños negocios

en el rubro del chocolate, a través de cursos de capacitación gratuitos en chocolatería, dirigidos principalmente a mujeres que buscan nuevas opciones de trabajo. A los asistentes se les ofrece la posibilidad de comercializar sus productos en las ferias chocolateras “Expo Chocolate”, que son financiadas por Carozzi. En 2016 se realizaron 3, en centros comerciales de Santiago y regiones. En ellas participaron más de 100 microempresarios.

\* Gestión de satisfacción y reclamos de clientes y consumidores

Estamos atentos a las necesidades de nuestros clientes y también de consumidores finales. Trabajamos para agregar valor y generar oportunidades en los puntos de venta y promoción. Además, innovamos constantemente para satisfacer las necesidades alimenticias en cada mesa de los mercados donde estamos presentes.

\* Gestión de satisfacción de cliente

Nuestros vendedores de las divisiones Chile y Perú son quienes establecen las relaciones con los clientes, son ellos quienes recogen las dudas y quejas, llevando rápidamente los reclamos al área de calidad o bien al servicio de atención al consumidor. Ellos establecen relaciones cercanas con los clientes Pyme, principal canal de distribución para División Perú. En Chile existen alianzas y acciones de apoyo con los grandes supermercados, que son los principales distribuidores.

Actualmente recibimos las inquietudes, reclamos y requerimiento de información a través de correo electrónico, teléfono y redes sociales. Durante 2017 rediseñaremos por completo nuestro sistema de atención a clientes, implementando nuevas métricas y objetivos para pasar de un sistema de recepción de reclamos a un sistema de gestión de la satisfacción.

\* Satisfacción de consumidores

En la División Chile tenemos implementado un Servicio de Atención a Clientes vía telefónica, donde contamos con números gratuitos de atención desde celulares y páginas de atención en redes sociales para responder inquietudes, sugerencias y reclamos de todos quienes consumen nuestros productos. Junto con ello, realizamos estudios para nuestras marcas estratégicas (Carozzi, Costa, Ambrosoli, Master y Vivo) para medir el reconocimiento y atributos de ellas.

En lo que respecta a Perú, si bien aún no contamos con un

sistema de medición de satisfacción, hacemos seguimiento a los reclamos, inquietudes y dudas de los consumidores a través del Servicio de Atención al Consumidor, que cuenta con un teléfono gratuito, un correo electrónico y redes sociales a disposición de los consumidores.

\* Gestión de la calidad y la inocuidad

Estamos comprometidos con ofrecer los mejores estándares de calidad e inocuidad en todos nuestros productos. Para ello contamos con una Política de Calidad y Seguridad Alimentaria que es transversal a todas nuestras plantas y sucursales, en las divisiones Chile, Perú y Negocio Agroindustrial. Esta tiene por objetivo resguardar la calidad e inocuidad en todas las etapas de nuestro proceso productivo y busca promover la seguridad de los alimentos que elaboramos, desde el campo hasta la mesa de los consumidores.

Nuestra gestión de la calidad comienza en la etapa de cultivo y cosecha de las materias primas, por esto durante los últimos años, en las plantas de Teno y Reñaca, hemos avanzado en la implementación de la norma British Retail Consortium (BRC), en su versión 7, que busca resguardar la inocuidad y calidad de los alimentos. Es importante resaltar que nos encontramos certificados desde el año 2008 en este sistema.

Al aplicar la norma BRC en nuestros proveedores, aquellos que resultan evaluados con alto riesgo bajo sus parámetros, y que tampoco cuentan con la certificación de inocuidad alimentaria Global Food Safety Initiative (GFSI) aprobada, son sometidos a una auditoría donde se evalúan sus reales sistemas de control y gestión de la calidad a partir de un ejercicio de trazabilidad, donde se realiza un seguimiento a una muestra de sus productos para garantizar la calidad e inocuidad de los materiales y embalajes utilizados, junto con asegurar los controles del proceso y el cumplimiento de las especificaciones del producto terminado.

La norma BRC comprende la utilización del sistema Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP), que consiste en el Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control y permite identificar, evaluar y prevenir todos los riesgos de contaminación de los productos a nivel físico, químico y biológico, en todos los procesos de la cadena de suministro, permitiéndonos establecer medidas preventivas y correctivas en la cadena productiva.

En el año 2006 comenzamos con la certificación del sistema HACCP en la planta de galletas de Nos, para luego, en 2009,

certificar la de chocolates y caramelos de Reñaca. Durante el año 2015 certificamos la planta de cereales y avenas para el desayuno de Nos.

Por su parte, el Negocio Agroindustrial en 2008 certificó bajo la norma BRC la Planta de Pasta de Tomates y Pulpa de Frutas; en 2012, la Planta de Jugos Concentrados y en 2016, la Planta Retail. Así, para el año 2016 contábamos con el 85% de los productos elaborados en nuestras plantas de Teno y Reñaca certificados bajo la norma BRC. Adicionalmente, tenemos la certificación Halal y certificación Kosher, que aseguran la calidad e idoneidad de los productos para la comunidad islámica y judía, respectivamente, para el 100% de las pastas, pulpas y jugos concentrados de las plantas de Nos y Teno, permitiendo así su exportación a mercados de Oriente Medio.

Adicionalmente, más de 100 toneladas anuales de pulpa de manzana producidas en la Planta Teno del Negocio Agroindustrial cuentan con la certificación orgánica de la casa certificadora IMO de Suiza, que garantiza que las materias primas utilizadas en los procesos son cultivadas en campos libres de pesticidas, a través de análisis anuales, tanto a los agricultores como a nuestra empresa.

Por su parte, en la División Perú todos los productos, en nueve de nuestras 10 plantas, se encuentran validados técnicamente por la autoridad sanitaria, de acuerdo al HACCP. Además, realizamos auditorías periódicas a nuestros proveedores. Durante 2016 auditamos a 85 de ellos. También, cada dos meses, realizamos ejercicios de trazabilidad para monitorear sus sistemas de control de la calidad e inocuidad. Así, mantenemos una lista de proveedores homologados que nos permite asegurar alimentos seguros y de alta calidad en todas las líneas de producción. La única planta que no cuenta con validación técnica HACCP es Planta de Mascotas, que fue inaugurada en diciembre de 2016, por lo que la validación técnica se encuentra en trámite. No obstante, esta cuenta con la certificación sanitaria obligatoria. Trabajaremos durante 2017 para sumar estos productos a la validación técnica de HACCP.

Estamos presentes en redes sociales, donde realizamos atención a las dudas e inquietudes de nuestros consumidores y clientes a través de Twitter, Facebook e Instagram.







7

Asumiendo una conducta  
proactiva a favor de las futuras  
generaciones



Cuidado del  
**entorno**



# 7.

## Cuidado del entorno

Sabemos que tenemos una gran responsabilidad en el cuidado de nuestro entorno, tanto del medioambiente como de nuestras comunidades vecinas.

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 naturales que afectan la disponibilidad y calidad de los alimentos, como empresa estamos comprometidos con identificar, medir, controlar y mitigar nuestros principales impactos negativos, generados tanto a lo largo de nuestro proceso productivo como aquellos que producen los residuos de nuestros productos.

A través de una serie de medidas buscamos cuidar nuestros recursos naturales y potenciar el uso de energías más limpias que nos permitan aportar al cuidado de nuestro entorno y proteger, de este modo, a nuestros vecinos, a la sociedad en su conjunto y a las siguientes generaciones.



### \* Planta sostenible

Dos años después del gran incendio que destruyó la Planta de Pastas de Carozzi, en 2012, inauguramos en Nos las nuevas plantas de Pastas y de Cereales. Adicionalmente, se construyó un Centro Cívico, conformado por un moderno edificio de servicios, oficinas y bodegas, todos bajo criterios de edificación sustentable, es decir, considerando el cuidado del medioambiente y el bienestar de los colaboradores.

Todas estas construcciones cuentan con certificación Leed (Leadership in Energy & Environmental Design) en la categoría Gold, lo que implica una alta calificación dentro de la puntuación establecida por la U.S. Green Building Council, entidad que evalúa los requerimientos de eficiencia energética, el uso de energías alternativas, la mejor calidad de los ambientes de trabajo, la eficiencia del consumo de agua, la selección de materiales y la contribución a la descontaminación y al cambio climático. Nuestros edificios de Planta Nos permiten ahorrar un 26% de combustible fósil y 30% en energía eléctrica. Incluso, durante la construcción del edificio se recicló el 79,8% de los desperdicios de la construcción, equivalente a 1.700 m³ de desechos.

#### Los edificios de Planta Nos permiten:



ahorrar un **26%** de combustible fósil



ahorrar un **30%** de energía eléctrica



#### Durante la construcción del edificio



se recicló el **79,8%** de los desperdicios de la construcción equivalente a **1.700 m³** de desechos







\*
 Gestión de impactos ambientales del proceso productivo

Como en toda empresa productiva, los procesos de nuestros productos generan distintos impactos ambientales durante su elaboración, los cuales hemos identificado y priorizado con el objetivo de disminuirlos y mitigarlos.

\*
 Extracción y consumo de agua en el proceso productivo

Durante los últimos años el agua se ha convertido en un tema de gran importancia para la sociedad y en particular para la industria de los alimentos. Los cambios regulatorios en el uso y gestión del recurso hídrico a nivel industrial, además de los constantes cambios en su disponibilidad natural, nos han incentivado a monitorear su consumo, buscando reducir y hacer más eficiente su captación y utilización.

La gestión del agua está a cargo de la Gerencia de Ingeniería, que registra electrónicamente tanto la extracción de agua de pozos profundos ubicados en nuestras mismas plantas, como la compra del agua adquirida a empresas sanitarias y su posterior consumo.

Los pozos profundos se encuentran regularizados ante las autoridades pertinentes, quienes entregan cuotas o derechos de extracción de agua, otorgadas luego de un análisis de disponibilidad de las cuencas hídricas.

Los últimos años hemos trabajado para afinar nuestro registro de extracción de agua de pozos profundos. Desde 2014, la Planta Nos cuenta con medidores en tres de sus pozos y a partir de 2017 contempla utilizar un sistema de medición en línea y tiempo real. Asimismo, en la Planta Teno, del Negocio Agroindustrial, a partir de este periodo, el Departamento de Operaciones realiza mediciones electrónicas, a través de remarcadores ubicados en los siete pozos actualmente operativos de donde se extrae agua.

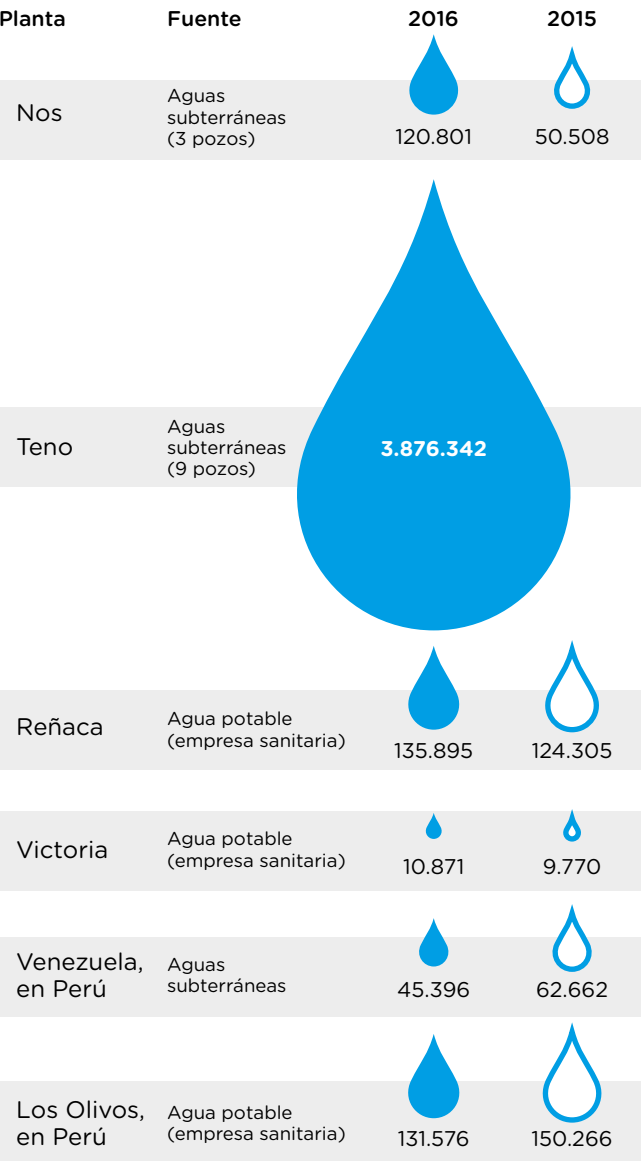
\*
 Huella hídrica

Buscando ir un paso más allá en el uso responsable del agua, en el Negocio Agroindustrial decidimos embarcarnos en el proyecto de medición de huella hídrica, cuantificando el consumo de agua requerido para elaborar una tonelada de producto terminado, desde la semilla hasta que el producto llega a bodega para su distribución.

GESTIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES DEL PROCESO PRODUCTIVO

En M³/año

(2015 vs. 2016)



Dado que la medición de la huella hídrica es un proyecto de alta complejidad, por la diversidad de productos que elaboramos, durante 2016 comenzamos con la planificación y estimación de costos y recursos humanos del proyecto y queremos iniciar la implementación entre el segundo semestre de 2017 y 2018.

\*
 Iniciativas para disminuir el consumo de agua

En la División Perú, desde el año 2015 se encuentra implementado el Comité de Eficiencia Energética, donde las gerencias de Logística y Operaciones trabajan unidas con la finalidad de identificar oportunidades de ahorro y uso eficiente del agua en las plantas de Perú.

Entre las principales medidas adoptadas por el grupo destacan:

- ✓ Más de 190 charlas de sensibilización sobre manejo de residuos sólidos y ahorro de agua, dirigidas a los operarios de producción de la Planta Los Olivos.
  - ✓ La instalación de 108 reguladores de caudal en las griferías de los servicios higiénicos en Planta Venezuela en 2016.
  - ✓ Instalación de 66 reguladores en los servicios higiénicos de Planta Los Olivos. Se estima que estos dispositivos nos permitirán ahorrar más de 7.600 m3.
- Por su parte, en la División Chile también buscamos disminuir los consumos de agua. Por esta razón, desde el año 2015 hemos realizado las siguientes iniciativas:
- ✓ Depurado y desinfectado de alrededor de 2.500 m³ de residuos líquidos (riles) para utilizarlos en el riego de jardines, áreas verdes y riego agrícola en Planta Nos.
  - ✓ A partir de 2017 replicaremos esta iniciativa en las plantas de Teno, Reñaca y Lontué.
  - ✓ En la Planta Nos y Planta Reñaca implementamos procesos de osmosis inversa, que permiten filtrar el agua potable o de pozo, eliminando gran parte de los patógenos y contenido de sales. Con esto, el agua puede ser utilizada en procesos productivos como elaboración de bebidas líquidas.

Entre 2015 y 2016, la División Perú ha realizado 193 charlas de sensibilización sobre consumo de agua, sumando más 5.790 horas de capacitación.

\*
 Consumo de energía

	ENERGÍA ELÉCTRICA	GAS NATURAL	PETRÓLEO	DIESEL
UM	GWH AÑO	MMBTU AÑO	MMBTU AÑO	MMBTU AÑO
División Chile	95,2	377.934	55.935	700.348
Negocio Agroindustrial	36,8	0	1.095.143	N/A
División Perú	37,8	171.400	N/A	N/A

\*
 Cambio climático y huella de carbono

El cambio climático constituye uno de los grandes problemas de esta época y representa una importante y creciente amenaza para la seguridad alimentaria mundial. En la cumbre climática COP 21, llevada a cabo de París en 2015, Chile y Perú se comprometieron a disminuir sus emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) en un 30% cada uno al año 2030, para contribuir a la meta global de ajustar el calentamiento del clima por debajo de los dos grados centígrados al 2050.

Conscientes de este importante desafío a nivel global, hemos implementado distintas medidas para aportar al logro de este objetivo. Así, en el primer semestre de 2010 decidimos levantar una línea base que nos permitiera dimensionar nuestro impacto en términos de emisiones de carbono. El cálculo se realizó en las plantas de Nos, Reñaca y Lontué, de acuerdo a la metodología internacional GHG Protocol y, posteriormente, el Negocio Agroindustrial determinó la huella de carbono para sus productos agroindustriales en el año 2015, a través de la misma metodología.

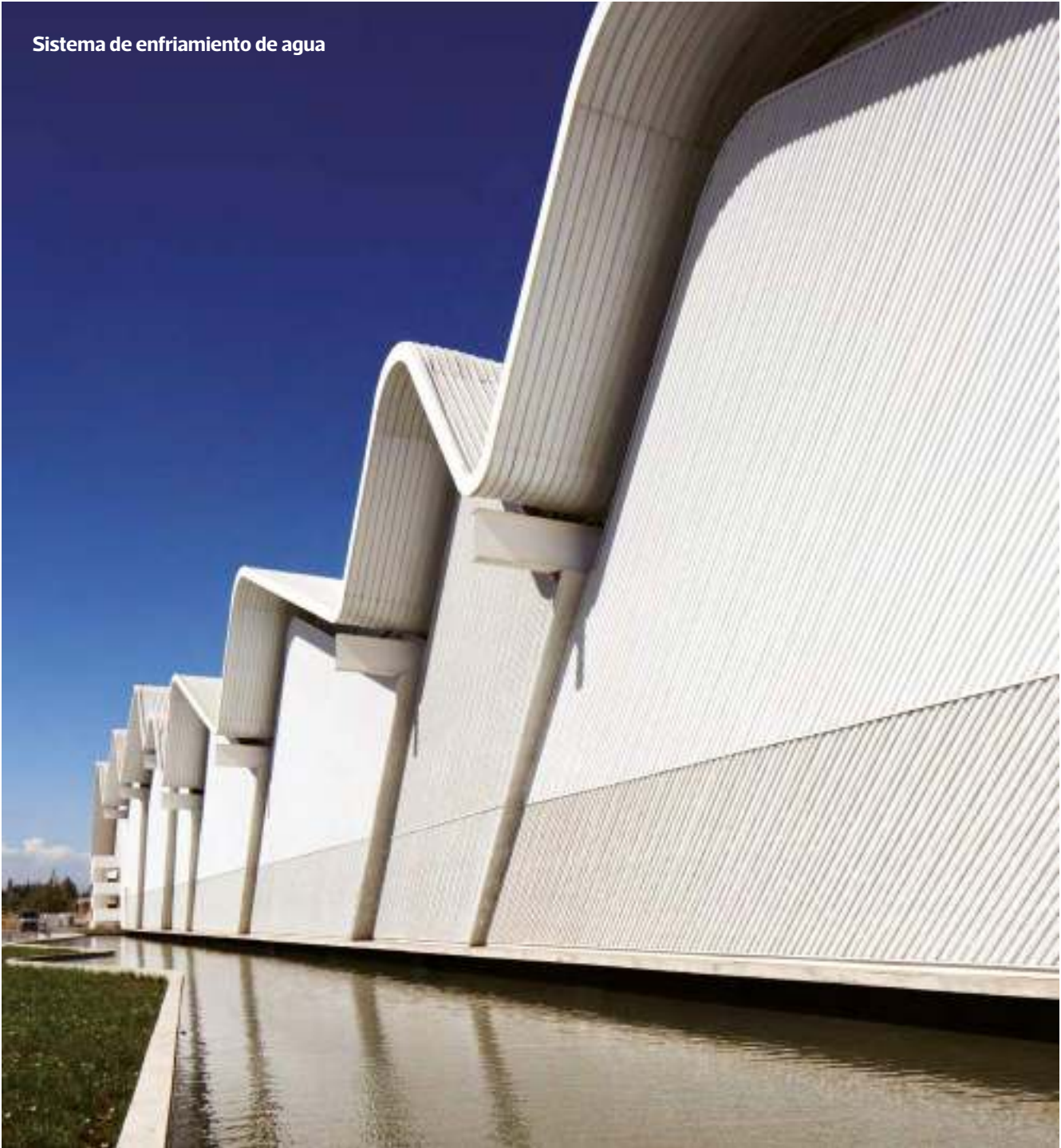
\*
 Iniciativas de disminución de consumo energético

Luego de la medición desarrollamos distintas iniciativas tendientes a disminuir nuestro consumo de energía, a través de cambios de combustibles, utilización de energías renovables y la búsqueda de eficiencias.

2.500 m³ de residuos líquidos se han utilizado en riego de áreas verdes y riego agrícola en Planta Nos.

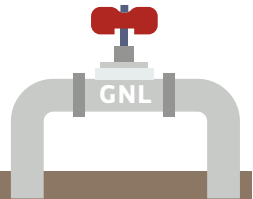


Sistema aislante de ruido y temperatura en base a piscinas ornamentales



Sistema de enfriamiento de agua





## Proyecto GNL del Negocio Agroindustrial

Durante el año 2016 enfocamos nuestros esfuerzos en la construcción de una planta de generación y almacenamiento de gas natural licuado (GNL). Este proyecto se enmarca en el cumplimiento del “Plan de descontaminación de la provincia de Curicó”, pues la tecnología de GNL no genera ceniza, disminuye las emisiones de gases tóxicos, como material particulado (MP), dióxido de azufre (NO) y óxido de nitrógeno (NO), que son gases que producen el efecto invernadero.

Con el proyecto GNL del Negocio Agroindustrial reduciremos nuestras emisiones de GEI al buscar sustituir el consumo de 20.000 toneladas de petróleo por gas natural.

Para materializar este proyecto construimos en conjunto con Copec una Planta Satelital de Regasificación, la segunda más grande de Chile, que permitirá la sustitución de 20.000 ton/año de petróleo fuel #6, por gas natural licuado, lo cual permitiría reducir las emisiones de GEI.

La planta de regasificación entrará en operación en febrero de 2017 y con ella procesaremos la totalidad de tomates y frutas de la cosecha del año, estimadas en 1.000.000 de toneladas.

### \* Otras iniciativas de reducción de emisiones

- ✓ En el sistema de distribución primaria, desde el Centro de Distribución de Nos a nuestras sucursales regionales y grandes clientes, se sustituyeron 70 rampas de transporte con capacidad de carga de 48 pallets por nuevas rampas de aluminio con capacidad de carga de 56 pallets, mejorando en 17% la eficiencia al reducir el número de viajes y emisiones.
- ✓ Durante el año 2016 sustituimos todo el sistema de transporte de productos terminados desde las plantas internas de Nos al centro de distribución principal. Reemplazamos 11 camiones convencionales con capacidad de carga de 48 pallets cada uno, por cuatro nuevos tracto camiones, modelo Ottawa, y 12 rampas con capacidad de carga de 60 pallets cada una. Con ello aumentamos 25% la capacidad de carga. Además, estos nuevos equipos consumen un 50% menos de combustible, por lo que, además de reducir el número de viajes, también hemos reducido las emisiones.
- ✓ En la Planta Los Olivos, de Perú, operan 10 montacargas, y en la Planta Venezuela estamos reemplazando nuestros montacargas a gas licuado de petróleo por eléctricos, reduciendo a la vez los niveles de ruido, en beneficio de los vecinos colindantes con la planta. Durante 2017 se adquirirán ocho nuevos montacargas eléctricos.

### \* Proyectos de recuperación térmica

- Queremos recuperar el calor liberado de la condensación del refrigerante de los Chillers de la Planta de Pastas de Nos.
- ✓ Queremos utilizar la descarga de aire caliente, generada a partir de la compresión de aire en la Planta de Pastas y Planta Reñaca. En ambos casos el calor se utiliza para calentar el agua, que posteriormente es usada en otros procesos.
  - ✓ Para evitar la utilización de aire acondicionado, la ventilación de la Planta de Pastas está diseñada de forma tal que el aire fresco es tomado desde la bodega subterránea, por lo que el aire de ingreso no necesita ser previamente enfriado.
  - ✓ Para el funcionamiento de la caldera industrial en el proceso de fabricación de pellets de alimento animal, en la Planta Mascotas se utiliza biomasa compuesta por cáscara de avena y arroz que provienen de las plantas Parral y Victoria.
  - ✓ Contamos con paneles solares ubicados en la techumbre de la Planta Nos, los que capturan radiación solar de forma permanente y la utilizamos para el calentar el agua de los servicios higiénicos y en las prensas de pastas.



- ✓ En la Planta Cajamarquilla, en Perú, contamos con un sistema de aprovechamiento de luz solar, a través de un domo en el techo que captura y canaliza la luz a través de un sistema de reflectantes.
- ✓ En la División Perú, a través de nuestra “Mesa de Energía”, liderada por el área Logística, hemos desarrollado otras iniciativas. Entre ellas, en la Planta Cajamarquilla instalamos luminarias de tecnología LED, renovando las antiguas luces incandescentes. Además, reemplazamos el equivalente a 16 equipos fluorescentes por 30 equipos de iluminación en el área de envasado, utilizando luz natural con tecnología Solatube. Asimismo, en la Planta Olivos renovamos el 70% de las luminarias fluorescentes por tecnología LED.
- ✓ En la División Perú contamos desde 2015 con la “Mesa de Papel”, una instancia a través de la cual buscamos identificar oportunidades para optimizar el consumo en las áreas administrativas. Gracias a las distintas actividades promocionadas por este grupo esperamos lograr una reducción de 30% en el consumo de papel para el año 2017.

### \* Gestión de residuos del proceso productivo

A través de aportes técnicos, hemos participado activamente en la discusión de la ya promulgada Ley N° 20.920 sobre responsabilidad extendida del productor y fomento al reciclaje (Ley REP). En este contexto, en las plantas de Nos y Reñaca, en Chile, y en las plantas Cajamarquilla y Los Olivos, en Perú, implementamos puntos de disposición de residuos denominados “Puntos Verdes”, que permiten la centralización, manejo y disposición responsable de los residuos reciclables que generamos en el proceso productivo, tales como cartones, papeles, plásticos y metales.

Este proyecto consiste en la valorización de materiales reciclables y permitirá, usando los “Puntos Verdes” como lugares de acopio, disponer de los residuos a través de la venta o entrega de los residuos reciclables a entidades recicladoras calificadas y certificadas.

Esto último fue realizado bajo el proyecto de gestión de residuos sólidos industriales.



\*
 Mejora de suelos agrícolas

✓ Gracias a los lodos generados en la planta de tratamientos de residuos líquidos del Negocio Agroindustrial se ha logrado llevar a cabo un exitoso programa que permite enriquecer con nutrientes los suelos agrícolas pobres cercanos a las instalaciones, reducir el impacto ambiental y los costos derivados de la disposición de estos lodos en rellenos sanitarios. Comenzamos enero de 2014 con una cantidad aproximada de 20.000 toneladas de lodo húmedo (70% humedad) que dispusimos en terrenos agrícolas cercanos al complejo agroindustrial. Actualmente, seguimos generando cerca de 20.000 toneladas anuales y el 100% del lodo se destina a la mejora de suelos agrícolas pobres, los que después se aprovechan para cultivar maíz, cebada y trigo.

\*
 Gestión de impactos ambientales del producto

✓ En línea con el cuidado del ambiente y con la optimización de recursos y costos, trabajamos para desarrollar iniciativas óptimas de packaging y embalaje, utilizando materiales más livianos y menos intensivos en el uso de recursos. Estas iniciativas se han desarrollado en un esquema de trabajo colaborativo con nuestros principales proveedores. Para esto hemos implementado los siguientes programas:

\*
 Programa de eficiencia en el packaging

✓ Su foco es revisar distintos productos y sus características de diseño, buscando la posibilidad de implementar mejoras. En este contexto, se han desarrollado iniciativas para disminuir el consumo de cartón y cartulinas, a través de su eliminación o disminución en el packaging o display de productos como: Vivo Mifrut y de jugos Vivo, Sprim, Caricia y Fructus. Estas mejoras también han generado disminuciones en el consumo de energía.

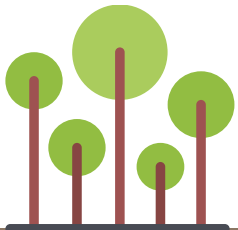
Ejemplos de éxito:

- ✓ Los empaques de pastas se han reducido, disminuyendo el consumo de material flexible y optimizando el transporte de los pallets.
- ✓ En el Negocio Agroindustrial hemos integrado materiales

flexibles en los envases de salsas de tomates. Así hemos reducido el espesor de sus componentes sin perder su estabilidad. Como resultado, en el año 2016 disminuimos 7% promedio del material por unidad, lo que en términos económicos implicó un ahorro de aproximadamente \$ 60.000.000.

✓
 Proyecto Reingeniería de Envases en Perú

En las plantas de la División Perú, en 2008 iniciamos este proyecto que nos ha permitido optimizar el espesor, gramaje y dimensiones de los envases, lo que se traduce en ahorro de costos, disminución de materiales y de residuos. Esto nos permitió, durante el año 2016, reducir en 47 toneladas el consumo de envases flexibles en relación a 2015.



Certificación PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification)

El 44% de los display que compramos cuentan con certificación PEFC, que asegura recursos forestales sostenibles como materia prima. Durante el año 2017, esperamos disminuir en 22 toneladas el consumo de materiales flexibles, además de incrementar a 95% el porcentaje de cajas recicladas.



7%
 de reducción del material por unidad en envases de salsas de tomates empacada, durante 2016.





más de  
 350  
 vecinos participaron en la 1ª Corrida Familiar Carozzi

21.000  
 visitas guiadas se realizaron durante el 2016 a la Planta de Pastas y Galletas

758  
 vecinos participaron en los talleres de primeros auxilios

\* Relacionamiento comunitario

Buscamos cuidar a nuestras comunidades potenciando una relación amistosa y comprometida con las personas que habitan en los alrededores de nuestras operaciones. En este sentido, hemos desarrollado iniciativas para acercarnos a los vecinos y así trabajar juntos, potenciando la comunidad. Para las plantas de Perú, contamos con una línea telefónica para recibir inquietudes, sugerencias o denuncias, manejada por el área de Relaciones Comunitarias, mientras que, en el caso de Chile, las comunidades pueden realizar sus denuncias a través del canal dispuesto en la web corporativa. Actualmente, estamos trabajando para mejorar los mecanismos de comunicación y reclamación, a través de la elaboración de protocolos de respuesta y de diagnósticos continuos, que permitan conocer las necesidades e intereses de los vecinos.

Durante 2016 hemos trabajado en la identificación de nuestras comunidades vecinas, lo que en 2017 se traducirá en la implementación de un Plan de Relacionamiento Comunitario que nos permitirá orientar y asegurar que nuestras iniciativas se ajusten a las características particulares de cada comunidad, para asegurar que estamos contribuyendo a que nuestros vecinos tengan una mejor calidad de vida.

\* Relacionamiento con vecinos  
 INICIATIVAS DE RELACIONAMIENTO EN CHILE Y PERÚ 2016

➔ Por medio del programa Carozzi Tour se realizaron visitas guiadas a nuestras plantas de Pastas y Galletas que cuentan con modernos skyview que, a través de un set de videos filmados con tecnología 360º, proporcionan información sobre nuestros insumos, procesos y productos, además de datos de alimentación saludable.

- ✓ En 2016 realizamos la 1a. Corrida Familiar Carozzi y la primera jornada “Un día de vida sana en torno al deporte”.
- En la Planta Venezuela de la División Perú se realizaron actividades con la comunidad (**en la foto**) y autoridades locales
- ✓ Ferias gastronómicas
- ✓ Celebraciones de Navidad
- ✓ Fiestas Patrias
- ✓ Día de la Mujer
- ✓ Taller de primeros auxilios dirigido por un paramédico



\* Alcance del reporte

El presente documento corresponde al primer reporte anual de sostenibilidad de Empresas Carozzi, que cubre el periodo comprendido entre el 1 de enero y 31 de diciembre del año 2016. El documento da cuenta de la gestión económica, social y ambiental de la Compañía y es complementario a la Memoria Financiera 2016.

Con el objetivo de comunicar adecuadamente la gestión de la empresa, dando cuenta de nuestros principales impactos, considerando las realidades locales de Chile y Perú, las diferencias del proceso productivo de los productos destinados al retail y a la agroindustria, es que el desempeño de Carozzi en este reporte se muestra separado de acuerdo a la siguiente clasificación: División Chile, División Perú y Negocio Agroindustrial.

\* Definición de los contenidos del reporte

La estructura de este reporte responde a los pilares de la estrategia de sostenibilidad de Carozzi, la cual fue elaborada y validada por el Directorio durante el año 2016. La elaboración de la estrategia fue desarrollada a través de un proceso que incluyó la revisión de documentación secundaria interna y externa, la elaboración de un benchmark de buenas prácticas y tendencias de la industria, una serie de 20 entrevistas a gerentes corporativos, 23 instancias de consulta a grupos de interés internos y externos, y una serie de talleres con gerentes, tanto en Chile como en Perú.

Para definir los énfasis otorgados a cada aspecto a reportar en este periodo se llevó a cabo un proceso de actualización de la materialidad, por medio de un benchmark de reportes, revisión de prensa y de las últimas tendencias de la industria en 2016. Los resultados fueron posteriormente analizados en un ejercicio de materialidad con el Comité de Sostenibilidad, quienes ratificaron los aspectos a reportar, de acuerdo a su relevancia, clasificándolos como alta y mediana materialidad, además de validar dónde el aspecto es relevante para la Compañía.

Temas materiales 2016

● Alta relevancia	● Mediana relevancia
-------------------	----------------------

TEMA MATERIAL	DÓNDE ES MATERIAL
---------------	-------------------

Pilar solidez, liderazgo y confianza:	
● Gestión ética	Carozzi
● Gestión de riesgos	Carozzi
● Desempeño económico	Carozzi

Pilar estilo de vida saludable	
● Promoción de estilos de vida saludable	Carozzi
● Promoción de hábitos alimenticios saludables	Carozzi
● Compromiso con la calidad nutricional	Carozzi

Pilar cultura Carozzi	
● Protección de la salud y seguridad de los colaboradores	Carozzi y contratistas
● Desarrollo de colaboradores	Carozzi
● Compromiso y bienestar laboral	Carozzi

Pilar cadena de valor sostenible	
● Gestión responsable de la cadena de abastecimiento	Carozzi
● Promoción de una agricultura sostenible	Carozzi
● Desarrollo de proveedores de servicios críticos	Carozzi y contratistas
● Desarrollo de clientes	Carozzi
● Gestión de satisfacción y reclamos de clientes y consumidores	Carozzi
● Resguardo del equilibrio precio-calidad	Carozzi

Pilar cuidado del entorno	
● Gestión de impactos ambientales del proceso productivo	Carozzi y transportistas
● Gestión de impactos ambientales del producto	Carozzi y proveedores
● Relacionamiento comunitario	Carozzi



ÍNDICE GRI / G4-32

Índice Carozzi		
CÓDIGO	CAPÍTULO / SUBCAPÍTULO/ COMENTARIO	PÁGINA
G4-1	Carta del gerente general	8-9
G4-2	Carta del gerente general	8-9
Perfil de la organización		
G4-3	Información de contacto	3
G4-4	Nuestra compañía: Empresas Carozzi S.A.	3
G4-5	Información de contacto	3
G4-6	Principales resultados	19
G4-7	Nuestra compañía: Empresas Carozzi S.A.	3
G4-8	Nuestros mercados	30-31
G4-9	Principales resultados	18
G4-10	Nuestro equipo	64-65
G4-11	Plan de relacionamiento con sindicatos	74-75
G4-12	Cadena de valor sostenible	92-93
G4-13	Hitos 2016	24-25
G4-15	Actualmente la empresa no ha adherido formalmente a cartas, principios u otro tipo de iniciativas económicas, sociales y ambientales	-
G4-16	Participación en asociaciones y ONG	58-59
Aspectos materiales y cobertura		
G4-17	Composición accionaria de la Compañía	16-17
G4-18	Definición de los contenidos del reporte	115
G4-19	Definición de los contenidos del reporte	115
G4-20	Definición de los contenidos del reporte	115
G4-21	Definición de los contenidos del reporte	115
G4-22	No aplica. Se trata del primer reporte de sostenibilidad.	-
G4-23	No aplica. Se trata del primer reporte de sostenibilidad.	-
Participación de grupos de interés		
G4-24	Relacionamiento con grupos de interés	55-56
G4-25	Relacionamiento con grupos de interés	55-56
G4-26	Relacionamiento con grupos de interés	55-56
G4-27	Relacionamiento con grupos de interés	55-56
Contexto de sostenibilidad		
G4-28	Alcance del reporte	115
G4-29	Alcance del reporte	115
G4-30	Alcance del reporte	115
G4-31	Información de contacto	3
G4-32	Índice GRI	116-119
G4-33	Alcance del reporte	115

Gobernanza de la organización		
CÓDIGO	CAPÍTULO / SUBCAPÍTULO/ COMENTARIO	PÁGINA
G4-34	Gobierno Corporativo	12-13
G4-35	Gobierno Corporativo	12-13
G4-36	Gobierno Corporativo	12-13
G4-37	Gobierno Corporativo	12-13
G4-38	Gobierno Corporativo	12-13
G4-39	El presidente del Directorio no ocupa ningún cargo ejecutivo en la empresa.	-
G4-40	Gobierno Corporativo	12-13
G4-42	Gobierno Corporativo	12-13
G4-43	Gobierno Corporativo	12-13
Desempeño económico		
G4-EC1	Desempeño económico	58-59
Solidez, liderazgo y confianza		
Gestión ética		
Enfoque de gestión	Solidez, liderazgo y confianza	52-53
G4-56	Visión y valores	52-53
G4-57	Código de ética y canal de denuncias	52-53
G4-58	Código de ética y canal de denuncias	52-53
Gestión de riesgos		
G4-14	Modelo de gestión integral de riesgos	54
Desempeño económico		
Enfoque de gestión	Desempeño económico	58
EC1	Desempeño económico	58-59
Cultura Carozzi		
Protección de la salud y seguridad de colaboradores		
Enfoque de gestión	Protección de la salud y seguridad de colaboradores	66
G4-LA5	Protección de la salud y seguridad de colaboradores	66
G4-LA6	Estadísticas de salud y seguridad	68
G4-LA7	Gestión de la salud y seguridad ocupacional	67
Indicador propio	Incentivos a la actividad física	69
Desarrollo de colaboradores		
Enfoque de gestión	Desarrollo de colaboradores	76
Indicador propio	Atracción de nuevos talentos	76
G4-LA9	Fomentamos el desarrollo profesional	76 a 78
G4-LA10	Fomentamos el desarrollo profesional	78-79
G4-LA11	Evaluación del desempeño corporativo	79





Compromiso y bienestar laboral

Enfoque de gestión	Compromiso y bienestar laboral	71
Indicador propio	Evaluación de compromiso	71
Indicador propio	Tasa de egreso	65
G4-LA2	Plan de beneficios para la familia Carozzi	74

Estilo de vida saludable

Promoción de estilos de vida saludables

Enfoque de gestión	Promoción de estilos de vida y hábitos alimenticios saludables	82
Indicador propio	Campañas de promoción del deporte	82 a 85

Promoción de hábitos alimenticios saludables

Enfoque de gestión	Promoción de estilos de vida y hábitos alimenticios saludables	82
Indicador propio	Alianzas con profesionales de la salud	88
Indicador propio	Jornadas de Alimentación	88

Compromiso con la calidad nutricional

Enfoque de gestión	Compromiso con la calidad nutricional	86
G4-FP4	Compromiso con la calidad nutricional	87-88
G4-PR2	No se presentaron incidentes derivados del incumplimiento de la normativa o códigos voluntarios.	-

Cadena de valor sostenible

Gestión responsable de la cadena de abastecimiento

Enfoque de gestión	Gestión de la calidad y la inocuidad	101
G4-FP1	Gestión de la calidad y la inocuidad	101
G4-FP2	Gestión de la calidad y la inocuidad	101

Promoción de la agricultura sostenible

Enfoque de gestión	Promoción de una agricultura sostenible	94
Indicador propio	Transparencia y visibilidad de condiciones comerciales - Sistema de Descubrimiento de Precios	94-95
Indicador propio	Asistencia técnica - Desarrollo de proveedores agrícolas	
	Mejora de suelos agrícolas	96-97

Desarrollo de proveedores críticos

Enfoque de gestión	Red de almacenamiento y distribución	98
Indicador propio	Una logística responsable	99

Desarrollo de clientes

Enfoque de gestión	Desarrollo de clientes	100
Indicador propio	Programas de desarrollo de clientes	100

Gestión de la satisfacción de clientes y consumidores

Enfoque de gestión	Gestión de satisfacción y reclamos de clientes y consumidores	100
Indicador propio	Gestión de la satisfacción de clientes	100

Resguardo del equilibrio precio calidad

Enfoque de gestión	Gestión de la calidad e inocuidad	101
G4-FP5	Gestión de la calidad e inocuidad	101

Cuidado del entorno

Gestión de impactos del proceso productivo

Enfoque de gestión	Gestión de impactos ambientales del proceso productivo	106
G4-EN8	Extracción y consumo de agua en el proceso productivo	106
G4-EN10	Iniciativas para disminuir el consumo de agua	107
G4-EN3	Consumo de energía	107
G4-EN6	Iniciativas de disminución de consumo energético	
	Otras iniciativas de reducción de emisiones	107-108
Indicador propio	Gestión de residuos del proceso productivo	111-112

Gestión de impactos ambientales del producto

Enfoque de gestión	Gestión de impactos ambientales del producto	112
Indicador propio	Programa de Eficiencia en el Packaging	112

Relacionamento comunitario

Enfoque de gestión	Relacionamento comunitario	114
G4- S01	Relacionamento con vecinos	114



**PriceWaterhouseCoopers**

Reporte Sostenibilidad

**24-7 Comunicaciones**

Diseño

**Nexos**

Edición y coordinación

**Thomas Wedderville y archivo**

**fotográfico Carozzi**

Fotografía

**Ograma**

Impresión

