

# REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2016



# Innovación, Eficiencia y Crecimiento Sostenible

como base del plan de desarrollo al 2022

12



para aumentar la  
rentabilidad de  
nuestros agricultores.

## 17 NUEVOS PRODUCTOS

LANZADOS EN LOS ÚLTIMOS 3 AÑOS<sup>(1)</sup>

en línea con las nuevas tendencias que  
emergen del mercado y que valoran los  
alimentos naturales y funcionales.

(1) Productos lanzados entre 2014 y 2016 en los negocios de Azúcar, IANSA Endulzantes y  
Alimento para Mascotas.

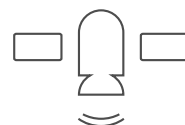


SOMOS PARTE  
DE ED&F MAN,

compañía líder en comercialización de  
productos agrícolas alrededor del mundo,  
presente en 60 países con 6.500 empleados.

LOS ALTOS ESTÁNDARES DE  
**calidad y sostenibilidad**  
de los productos de  
**IANSA,**

son reconocidos por grandes empresas, tales como Coca  
Cola Brasil. Esta compañía, inserta en un país que destaca  
por ser uno de los mayores productores de azúcar de  
caña del mundo, prefiere nuestra azúcar por su excelencia  
y por su alta calidad.



## VIGILANCIA TECNOLÓGICA

IANSA monitorea las nuevas  
tendencias, tecnologías e  
innovaciones, para adelantarse  
a los requerimientos de los  
consumidores.

POR CUARTO AÑO

## IANSA

es líder mundial  
en productividad  
en el cultivo de la  
remolacha,

gracias a la permanente  
innovación, desarrollo y  
transferencia tecnológica hacia  
los agricultores.

# Índice

## > INTRODUCCIÓN

|                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| <u>Visión del Presidente</u>         | 4 |
| <u>Entrevista al Gerente General</u> | 5 |

## > IANSA EN UNA MIRADA

|                        |    |
|------------------------|----|
| <u>La Compañía</u>     | 6  |
| <u>IANSA en cifras</u> | 11 |
| <u>Cadena de valor</u> | 15 |

## > SOSTENIBILIDAD EN LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| <u>Plan 2022</u>                     | 20 |
| <u>Prioridades en sostenibilidad</u> | 21 |

## > BIENESTAR DE LOS CONSUMIDORES

|                                               |    |
|-----------------------------------------------|----|
| <u>Portafolio de productos</u>                | 23 |
| <u>Azúcar y endulzantes más naturales</u>     | 25 |
| <u>Jugos y pastas</u>                         | 27 |
| <u>Alimentos balanceados para animales</u>    | 29 |
| <u>Certificaciones de calidad e inocuidad</u> | 30 |

## > COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| <u>Agua</u>                        | 34 |
| <u>Emisiones</u>                   | 36 |
| <u>Residuos sólidos y líquidos</u> | 40 |
| <u>Olores</u>                      | 42 |
| <u>Energía</u>                     | 44 |
| <u>Fertilizantes y Pesticidad</u>  | 46 |

## > ABASTECIMIENTO RESPONSABLE

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| <u>Aporte al desarrollo agrícola</u> | 48 |
| <u>Remolacha de clase mundial</u>    | 50 |
| <u>Estandáres de sostenibilidad</u>  | 52 |

## > COMPROMISO CON LOS COLABORADORES

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| <u>Calidad de vida</u>           | 54 |
| <u>Relaciones laborales</u>      | 57 |
| <u>Capacitación y desarrollo</u> | 58 |
| <u>Seguridad y salud</u>         | 59 |

## > APOORTE A LAS

### COMUNIDADES VECINAS

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| <u>Relación con la comunidad</u> | 60 |
| <u>Desarrollo local</u>          | 62 |

## > GOBIERNO CORPORATIVO Y ÉTICA

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| <u>Gobierno corporativo</u>           | 67 |
| <u>Ética y compliance</u>             | 68 |
| <u>Gestión de riesgos</u>             | 70 |
| <u>Relación con grupos de interés</u> | 71 |

## > ANEXOS

|                                               |    |
|-----------------------------------------------|----|
| <u>Acerca de este reporte</u>                 | 75 |
| <u>Temas de mayor relevancia</u>              | 76 |
| <u>Resumen de desempeño en sostenibilidad</u> | 77 |
| <u>Índice de Contenido GRI-G4</u>             | 80 |







"El nuevo plan estratégico de negocio, que comenzamos a implementar desde fines de 2016, aspira a que la Compañía alcance un crecimiento sostenible al año 2022. Eficiencia, crecimiento e innovación son los fundamentos base para lograr la rentabilidad necesaria y la creación de valor".

## Visión del Presidente

Con mucho orgullo presentamos nuestro tercer Reporte de Sostenibilidad 2016. Este muestra que la tarea que comenzamos decididamente hace seis años, de incorporar la sostenibilidad como parte integral de nuestro negocio, está mostrando sus frutos. En estos últimos 24 meses, hemos consolidado los avances realizados en materia medio ambiental, particularmente en los principales centros productivos de la Compañía. Así también, el trabajo con nuestros agricultores nos ha llevado a consolidarnos como líderes mundiales en rendimiento de remolacha.

El compromiso de IANSA con toda su cadena de valor es total. Hoy no sólo debemos cumplir con nuestros proveedores, trabajadores y comunidades vecinas, sino también con los parámetros que nos exige nuestro controlador ED&F Man.

Es por esto que el nuevo plan estratégico de negocio, que comenzamos a implementar desde fines de 2016, aspira a que la Compañía alcance un crecimiento sostenible al año 2022. La eficiencia, crecimiento e innovación son fundamentos base para lograr la rentabilidad necesaria y la creación de valor, para hacer de IANSA una empresa de alimentos para el consumo humano y animal, con una fuerte base agrícola.

Durante el periodo que analizamos en este informe, la empresa culminó con éxito las modificaciones en la planta de Chillán, inversión que hoy nos permite operar a plena capacidad, haciendo de Cocharcas una planta más sostenible, eficiente y productiva. Por otra parte, recientemente ingresamos al Sistema de Evaluación Ambiental un proyecto de mejoramiento de eficiencia energética que se enfoca en fortalecer el proceso actual de dicha planta azucarera. De esta manera lograremos hacer un uso más eficiente del vapor generado en nuestras calderas, además de reducir el consumo de agua fresca mediante una mayor recirculación de aguas de proceso. Así también, en una segunda etapa, buscamos disminuir los RILES<sup>(2)</sup> generados en los procesos productivos de la planta de Ñuble.

Tal como lo hicimos en Chillán, en la planta de Los Ángeles también pusimos en marcha los nuevos sistemas de reducción de emisiones atmosféricas, los cuales se encuentran en etapa de prueba. Estos equipos nos permitirán reducir nuestras emisiones al punto de estar

por debajo de las normas más exigentes a nivel mundial. En Linares en tanto, hemos instalado un sistema de ciclones que contiene gran parte del material particulado de nuestras emisiones. También hemos mejorado significativamente el manejo de nuestros residuos de forma de evitar olores molestos, y hemos realizado avances para hacer más eficiente el tráfico de camiones que entran y salen de las plantas.

Investigación, Desarrollo e Innovación son las máximas del área agrícola, directrices que nos han permitido alcanzar el éxito en nuestro cultivo. Riego tecnificado, control riguroso de las distintas labores y el seguimiento del estrés del cultivo, apoyado con el monitoreo satelital, son algunas de las iniciativas fundamentales que les permiten a los agricultores remolacheros continuar alcanzando excelentes rendimientos.

Otro elemento interesante a destacar es el trabajo que estamos realizando con las comunidades. Son justamente los vecinos a nuestros centros productivos la razón de nuestras mejoras y uno de los ejes principales de la política de sostenibilidad de IANSA. Continuamos invirtiendo en Educación y Vida Saludable, lo que nos permite seguir estrechando nuestra relación con ellos.

Finalmente me gustaría destacar el trabajo realizado a nivel de productos. En los últimos años, IANSA se ha preocupado de innovar para diversificar y fortalecer su portafolio. Hoy contamos con seis alternativas de endulzantes no calóricos, además de una completa línea en azúcar tradicional, premium y light, para que sean nuestros clientes y consumidores los que escojan el producto para endulzar sus preparaciones. Así también, Icatom, Patagoniafresh y Cannes han mostrado avances que detallamos en este informe.

Esperamos que este compromiso que hoy se palpa en toda la empresa, nos permita un desarrollo integral para las presentes y futuras generaciones.

**Joaquín Noguera W.**  
Presidente  
Empresas IANSA S.A.

(2) Residuos Líquidos Industriales.





José Luis Irrázaval,  
Gerente General,  
EMPRESAS IANSA S.A.

"El hecho de agregar valor no nos exige de tener que cuidar y respetar el medio ambiente y las comunidades que nos rodean. Ellos son la razón de nuestras continuas mejoras y guían nuestro actuar en materia de sostenibilidad".

# Entrevista al Gerente General

## ¿Cómo entiende IANSA la sostenibilidad y cuáles son las prioridades estratégicas y desafíos en esta materia?

En IANSA estamos permanentemente desarrollando actividades que involucren directamente a las comunidades. Nuestro origen se basa en agregar valor a nuestro país, a la zona Centro Sur de Chile y, particularmente, a las comunidades vecinas a nuestros centros productivos, mediante el desarrollo agrícola e industrial.

El hecho de agregar valor no nos exige de tener que cuidar y respetar el medio ambiente y las comunidades que nos rodean. Ellos son la razón de nuestras continuas mejoras y guían nuestro actuar en materia de sostenibilidad.

En los últimos dos años hemos avanzado de manera importante para hacer más sostenible nuestro negocio. Hemos ido materializando un plan de inversiones para adecuar nuestras fábricas a los nuevos requerimientos en materia ambiental, privilegiando de esta manera la calidad de vida nuestros trabajadores y vecinos.

## ¿Cómo afectan e influyen en la organización las tendencias macroeconómicas, políticas, sociales y regulatorias, entre otras?

Claramente nos influyen y debemos tomar medidas para hacer frente a las necesidades de nuestros consumidores. Por ejemplo, el sobrepeso y la obesidad es una problemática que afecta la salud de los chilenos y nos indican que hay un desequilibrio entre la actividad física y la ingesta calórica. Lo más fácil ha sido atacar directamente a la industria privada, la que juega un rol clave en la alimentación de la población. En los últimos años, sin duda, hemos realizado esfuerzos importantes por reformular los productos y ampliar la oferta de los mismos. IANSA ha avanzado de manera decidida en esta línea, hoy contamos con una amplia gama de productos sin calorías (IANSA Cero K), mientras que en azúcar ofrecemos la alternativa tradicional y baja en calorías.

Pero el llamado es a trabajar de manera conjunta y así abordar integralmente este grave problema social. Si bien es fundamental que disminuyamos nuestra ingesta calórica, también es importante generar los espacios públicos necesarios para que todos los chilenos contemos con lugares seguros donde poder recrearnos y ejercitarnos junto a amigos y/o familia.

## ¿Cuáles son los principales logros de la Compañía en estos dos últimos años?

Hemos realizado grandes avances en nuestra integración con las comunidades vecinas a nuestros centros productivos. También hemos alcanzado importantes logros en el trabajo conjunto que realizamos con nuestros principales proveedores, para así lograr una adecuada rentabilidad de la producción de la remolacha. Las inversiones realizadas en materia de investigación, hoy nos posicionan como un cultivo altamente exitoso, aportando al desarrollo agrícola de la zona centro sur del país.

## ¿Cuáles son los principales desafíos para los años venideros?

Mejorar en la competitividad de nuestra producción nacional -cumpliendo con las normas más exigentes en el cuidado del medioambiente-, generar además un valor positivo en las comunidades vecinas y en los accionistas, siendo una empresa atractiva para atraer y retener nuevos talentos.





# QUEREMOS ALIMENTAR AL MUNDO CON LO MEJOR DE NUESTRA TIERRA



# La Compañía

## ¿QUÉ NOS INSPIRA?

### Misión

Estamos comprometidos con la tierra para obtener de ella los mejores alimentos y ofrecer productos de valor agregado de la más alta calidad, para clientes y consumidores, siendo un socio estratégico de nuestros proveedores y generando un buen ambiente laboral para nuestros colaboradores.

Trabajamos con pasión, talento y vocación innovadora, para garantizar la rentabilidad y sostenibilidad del negocio.

### Visión

Ser una empresa de alimentos líder en las categorías y mercados en que participamos, con productos de excelencia y marcas valoradas.

## QUEREMOS ALIMENTAR AL MUNDO CON LO MEJOR DE NUESTRA TIERRA

Empresas IANSA S.A. es una de las principales compañías agroindustriales del país, reconocida por la producción, comercialización y distribución de azúcar y productos derivados de la remolacha, y endulzantes no calóricos. Cuenta también con una consolidada posición en los mercados de alimentos para Nutrición Animal y Alimento para Mascotas, además de participar en los negocios de venta de pasta de tomates, jugos concentrados y de gestión agrícola y fertilizantes.

### Valores Fundamentales



### Valores Organizacionales



### Principales accionistas

La Compañía es controlada, de manera indirecta, por ED&F Man Holdings Limited quien, a través de ED&F Man Chile Holdings SpA e Inversiones Campos Chilenos S.A., posee el 91,95% de las acciones de IANSA.



## NUESTROS NEGOCIOS

Próxima a cumplir 64 años, IANSA se ha transformado en una compañía agroindustrial líder en el rubro de alimentos, con un amplio portafolio de productos, tanto para el consumo humano, como para la nutrición de mascotas y de ganado bovino y equino. Este posicionamiento ha sido alcanzado gracias al continuo esfuerzo que combina innovación, inversiones en investigación, nuevas tecnologías aplicadas y un completo mix de atractivos y variados productos que le ha permitido consolidarse como una empresa de clase mundial.

El desarrollo de nuevos productos y la renovación de los existentes está en línea con las nuevas tendencias que emergen del mercado y recogen las demandas de los consumidores y clientes, que consideran las variables de sabor, nutrición, naturalidad y calidad, a la hora de escoger.

Para mayor detalle de  
nuestros negocios, visite:



Azúcar  
IANSA



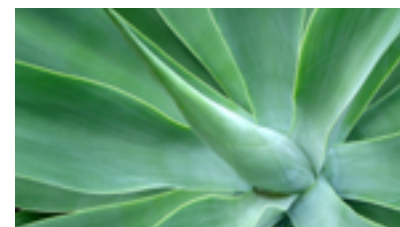
Azúcar  
Industrial



Alimento  
Mascotas



Pasta de  
Tomates



IANSA  
Endulzantes



Nutrición  
Animal



Negocio  
Agrícola



Jugos  
Concentrados

## OPERACIONES



## HITOS 2016

Para obtener mayor información sobre los hitos, revise nuestro sitio web:



## PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

IANSA, UNA MARCA  
DE EXCELENCIA  
PARA LOS CHILENOS  
| CHILE3D2017

En el estudio realizado por Chile 3D a más de 4.800 personas, IANSA fue reconocida como la 4ª marca más valorada por los chilenos. Avanzó 9 posiciones respecto de 2016.

## REPUTACIÓN

- IANSA fue reconocida como una de las empresas con mejor reputación del país, según el 15º Estudio de Reputación Corporativa de Hill+Knowlton Strategies y GfK Adimark. **(2016)**
- IANSA fue reconocida como marca relevante en el estudio 2017 de "Chile 3D", situándose en la cuarta posición entre las 200 marcas más valoradas por la gente. **(2017)**
- IANSA fue reconocida en la encuesta Cadem como marca valorada alcanzando el nivel de "Experiencia Superior". **(2017)**

## INNOVACIÓN Y EXCELENCIA

- El Centro de Estudios de Tecnologías de la Información (CETIUC), unidad de investigación y extensión de la Escuela de Ingeniería de la Pontificia Universidad Católica de Chile, entregó a IANSA dos importantes premios en innovación y eficiencia. **(2016)**
- Icatom fue considerada dentro de la lista "Top Ten" de proveedores de Nestlé en Latinoamérica. **(2016)**

## CAPITAL HUMANO

- Patagoniafresh recibió de INACAP un reconocimiento por su labor en el desarrollo de su capital humano. A éste se suma el otorgado por SENDA por su compromiso con el establecimiento de una cultura preventiva en el consumo de alcohol y drogas; y el de Gendarmería por su compromiso con la reinserción social. **(2016)**

## MEDIO AMBIENTE

- IANSA recibió de DIMACOFI un reconocimiento por su Compromiso con la Sostenibilidad y aporte al desarrollo del país, destacando su programa de reciclaje de equipos y disposición final de tóner. **(2017)**
- IANSA recibió el Premio a la Mejor Empresa de Nutrición Animal, en la Noche de Oro Infortambo. El galardón es otorgado por dicha revista en conjunto con el Consorcio Lechero. **(2017)**



# IANSA FUE LA 4ª MARCA MÁS VALORADA POR LOS CHILENOS EN 2017



# IANSA en cifras (2016)

## ECONÓMICO

US\$ 472  
millones en ventas

US\$ 21  
millones en EBITDA

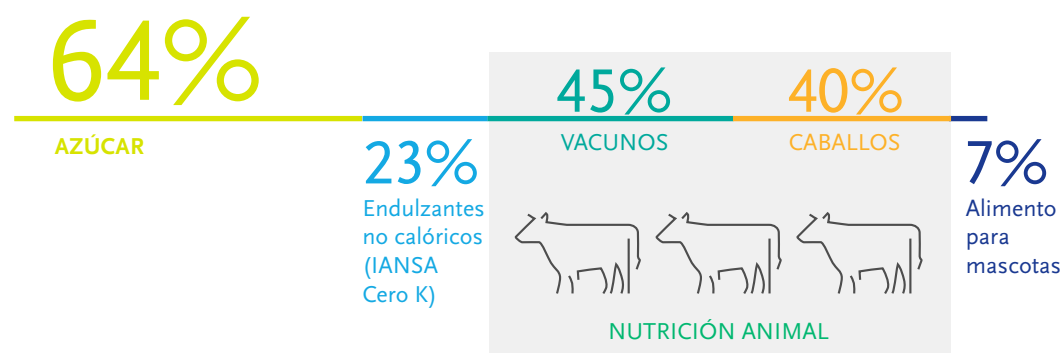
US\$ 74  
millones en  
exportaciones



### Ingresos por negocio

60% — Azúcar e IANSA Endulzantes  
14% — Pasta de tomates y jugo concentrado  
16% — Negocio agrícola  
11% — Nutrición animal y alimento para mascotas

### Participación de mercado en Chile



## BIENESTAR DE LOS CONSUMIDORES

100%

del azúcar es de  
origen vegetal  
y/o natural con  
alta pureza en  
sacarosa, mayor al

99,9%.

100%

DE LOS PRODUCTOS DE  
CONSUMO HUMANO  
QUE COMERCIALIZA

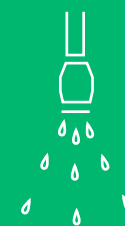
son evaluados para  
prevenir contaminación  
microbiológica, por  
contaminantes químicos o  
por materias extrañas.



**CERO** RECLAMOS SIGNIFICATIVOS<sup>(3)</sup>  
por problemas de inocuidad en  
alimentos de consumo humano.

<sup>(3)</sup> Aquellos donde la investigación determinó alguna causal de  
responsabilidad IANSA.

## RESGUARDO DEL MEDIO AMBIENTE



67%

de menor consumo de  
agua por la tecnificación  
del riego en el cultivo de  
remolacha.

55%

de los residuos son reciclados.

100%



de las lagunas de tratamiento de  
riles, de las plantas azucareras,  
cuenta con sistemas  
de monitoreo de olores.

## ABASTECIMIENTO RESPONSABLE

100%

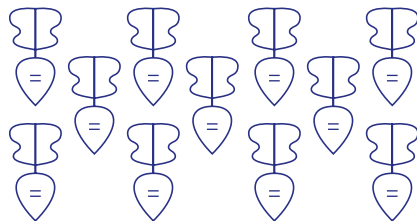
de los productores  
de remolacha recibe  
asistencia técnica.

100% de  
los proveedores,  
de Empresas  
IANSA S.A., se  
comprometen con  
las políticas de  
abastecimiento de la  
Compañía.

(Excluye proveedores de Icatom y  
Patagoniafresh)

Récord  
mundial

por cuarto año,  
en productividad  
del cultivo de  
remolacha.

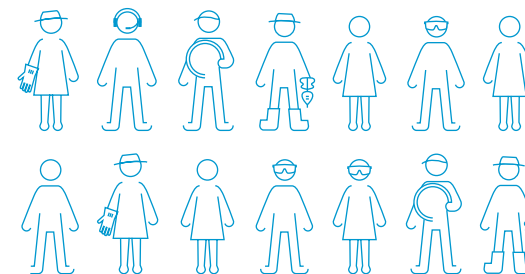


100%  
de las empresas  
contratistas son  
monitoreadas en  
su cumplimiento  
laboral.

## COMPROMISO CON LOS COLABORADORES

2.412

colaboradores



23,4%

de mujeres<sup>(4)</sup>.

37 horas de  
capacitación  
recibe al año cada  
colaborador.

(4) Incluye trabajadoras permanentes (22,1%  
respecto del total de empleados permanentes)  
y de temporada (24,4% respecto del total).

0

ACCIDENTES  
FATALES.

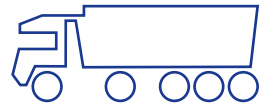
73%  
de los  
colaboradores  
es capacitado.



## APORTE A LAS COMUNIDADES VECINAS



de los colaboradores  
son locales.



99%

DE LOS  
TRANSPORTISTAS  
SON LOCALES.

US\$150 MIL 

en aportes y donaciones directas  
a la comunidad.

Más de 1.200 vecinos de la comunidad  
visitaron plantas  
productivas y los predios  
de IANSA el último año.

## GOBIERNO Y ÉTICA

100%

de los colaboradores de  
Empresas IANSA S.A. y de Icatom  
cubiertos por el Código de Ética.

91

colaboradores capacitados en el  
Modelo de Prevención de Delitos  
(2015 a 2016).

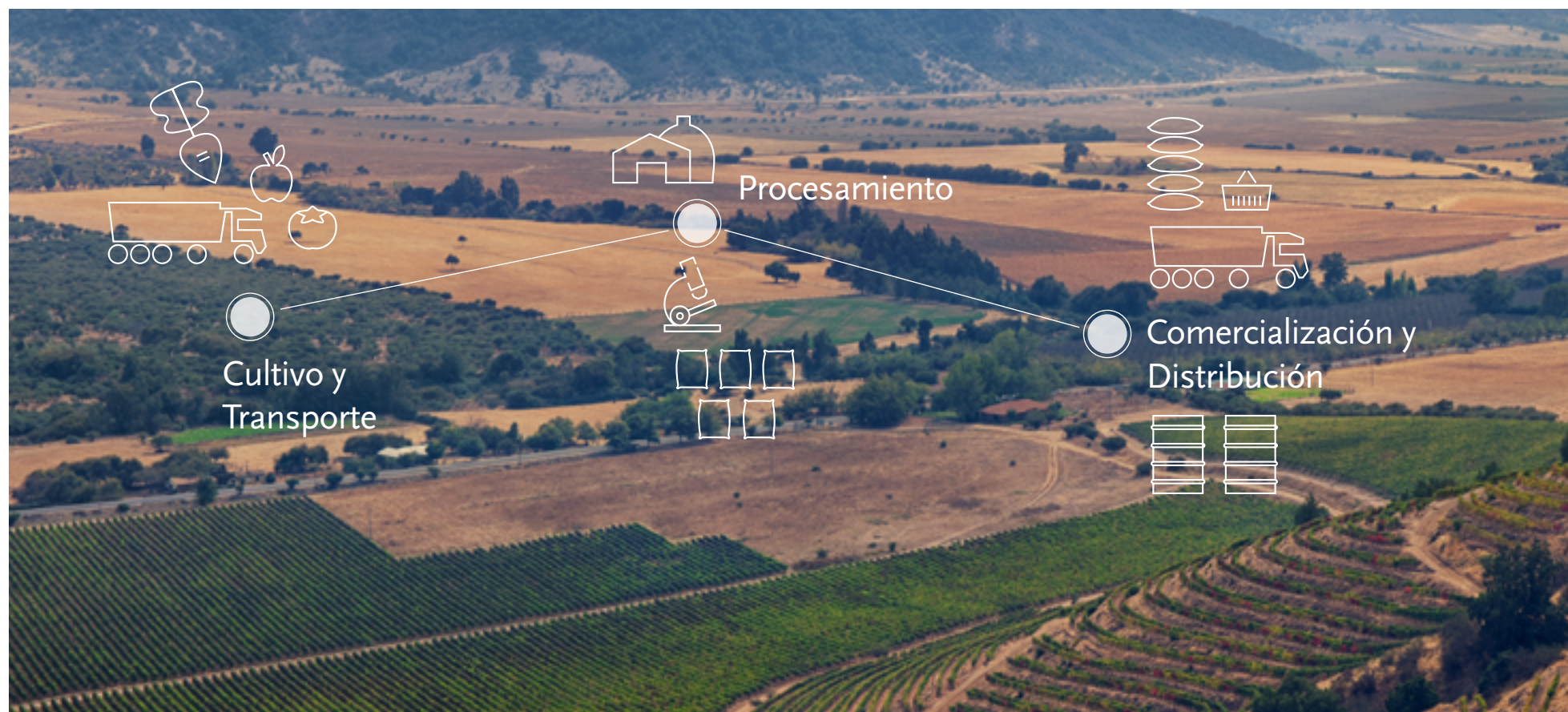
24

denuncias recibidas en  
el periodo 2015-2016;

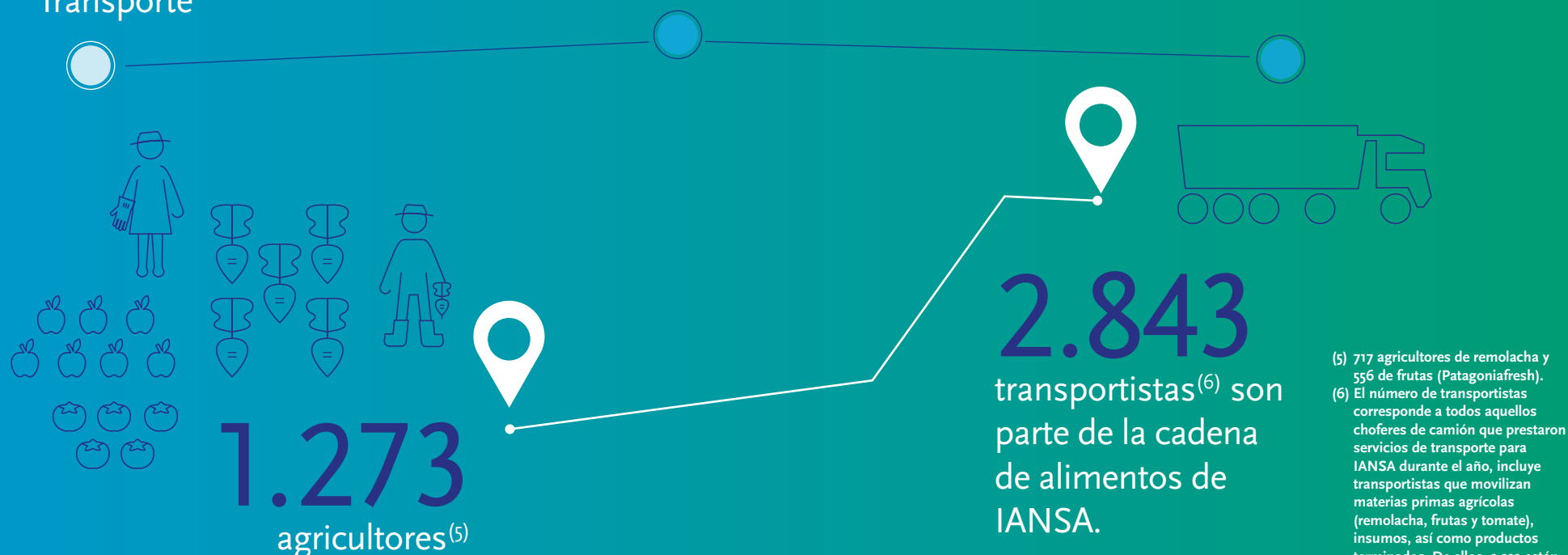
100% resueltas.

# Cadena de Valor

IANSA ha impulsado la tecnificación, la innovación y el desarrollo de la agroindustria chilena. Esto le ha permitido al país hacer de la remolacha un cultivo competitivo a nivel mundial, líder en rendimiento y en la aplicación de tecnología de punta en su producción, aportando al progreso de agricultores, transportistas, proveedores, comunidades y todos quienes participan de la cadena productiva de alimentos de la empresa en Chile y Perú.



## Cultivo y Transporte



(5) 717 agricultores de remolacha y 556 de frutas (Patagoniafresh).

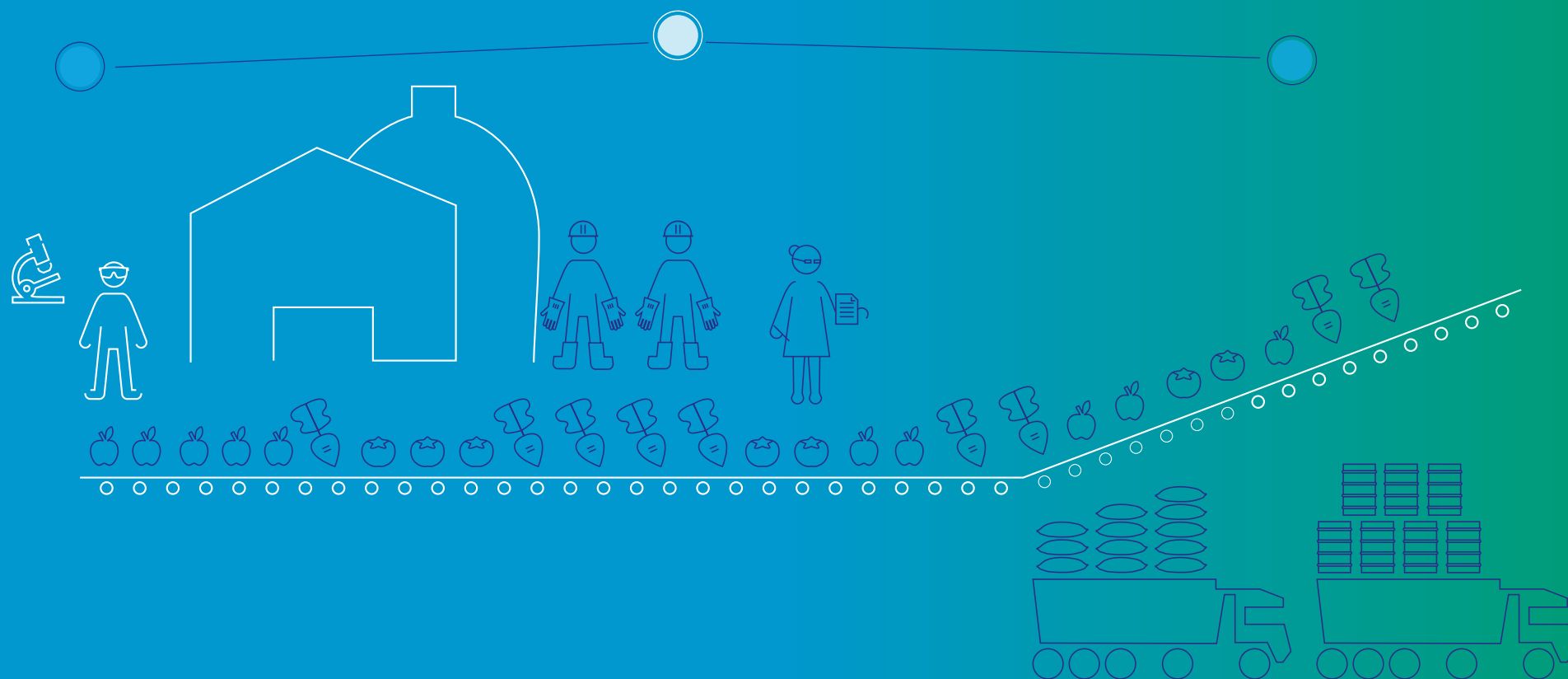
(6) El número de transportistas corresponde a todos aquellos choferes de camión que prestaron servicios de transporte para IANSA durante el año, incluye transportistas que movilizan materias primas agrícolas (remolacha, frutas y tomate), insumos, así como productos terminados. De ellos, 2.333 están relacionados a la producción de azúcar, 490 a producción de jugos (Patagoniafresh) y 20 relacionados a producción de Icatom en Perú. La base de cálculo difiere de años anteriores.

La cadena de valor de IANSA se inicia con el cultivo de las frutas y hortalizas. Los agricultores proveen de remolacha para la producción de azúcar y frutas para la elaboración de jugos en Patagoniafresh. En el caso de Icatom, el 100% de las hectáreas de tomates plantadas son administradas por la empresa. Los transportistas, por su parte, movilizan la carga desde los campos hasta las plantas.

Más cifras de impacto social en [Aporte al Desarrollo de las Regiones donde Opera IANSA](#)



## Procesamiento



El proceso de las instalaciones industriales de IANSA es continuo, automatizado y debidamente resguardado. Rigurosos procedimientos operacionales garantizan la pureza y calidad en cada etapa. Las fábricas cuentan con Sistemas de Gestión de Calidad e Inocuidad Alimentaria, que buscan la excelencia del proceso, cumpliendo con los requisitos legales y reglamentarios, así como los requisitos de productos acordados mutuamente con los clientes.

Más cifras de impacto social en [Aporte al Desarrollo de las Regiones donde Opera IANSA](#) ↗



IANSA vende azúcar, endulzantes y alimento para mascotas en el mercado retail (supermercados y distribuidores). El Azúcar también se vende a grandes clientes industriales. Para asegurar la disponibilidad de estos productos en los cerca de 1.300 puntos de venta, IANSA cuenta con siete centros de distribución, desde donde diariamente salen más de 100 camiones para abastecerlos. Además, cuenta con un equipo de reponedores externos compuesto por más de 300 personas.

Por su parte, Nutrición Animal es el principal proveedor de concentrados y soluciones nutricionales en el rubro de los alimentos para bovinos y equinos en Chile, desde la IV a la XI Región.

Patagoniafresh abastece a compañías productoras de alimentos y bebidas líderes a nivel internacional, exportando el 99% de su producción. Similar es el caso de Icatom que exporta el 75% de su producción a países latinoamericanos.

Más cifras de impacto social en [Aporte al Desarrollo de las Regiones donde Opera IANSA](#)



## CADENA DE SUMINISTRO

Las principales materias primas que IANSA utiliza para la fabricación de azúcar refinada son remolacha y azúcar cruda. En el caso de la remolacha, el abastecimiento a las plantas está determinado por la disponibilidad de suelo para siembra y por los rendimientos agrícolas, mientras que el azúcar cruda es un *commodity* que se transa en el mercado internacional. En 2012 IANSA inauguró su refinería de azúcar cruda en las instalaciones de la planta de Chillán, lo que le permite contar con una nueva fuente de abastecimiento para la producción de azúcar refinada.

En el caso de los endulzantes no calóricos, los principales insumos son sucralosa, stevia, agave y tagatosa, los que son suministradas principalmente por distribuidores locales e importaciones directas del mercado asiático y mexicano, dependiendo del insumo.

En la elaboración de jugos concentrados, las principales materias primas son manzana y uva, las que son suministradas por diversos agricultores. Existe una importante diversificación de oferta, tanto geográfica como en variedades, lo que permite contar con distintas fuentes de abastecimiento y disminuir el riesgo asociado a la disponibilidad de materia prima.

En la producción de pasta de tomate, realizada por Icatom en Perú, la totalidad de la materia prima proviene de campos administrados por la empresa lo que, sumado a las excepcionales características climáticas del valle de Ica, en Perú, permite contar con abastecimiento regular de materia prima con costos controlados.

En los productos para la nutrición animal, se utiliza principalmente afrechillo, coseta seca briquetada, maíz, torta de raps y tritricale. En alimentos para mascotas son críticos el maíz, afrechillo de trigo, harina de carne, arroz y aceites grasos.

En la cadena de suministro de los negocios de IANSA, los proveedores de mayor relevancia son los agricultores que entregan la materia prima y los transportistas que la movilizan desde los campos a las plantas de procesamiento y a los distintos puntos de distribución, comercialización o embarque. Respecto de los insumos, además de los ya mencionados, se suman cajas y material de empaque, ingredientes, semillas, plaguicidas, fertilizantes, y otros insumos agrícolas, así como repuestos de maquinarias y equipos, entre otros.



# Plan 2022

El Plan 2022 está arraigado en la eficiencia, crecimiento sostenible e innovación, fundamentos que serán la base para lograr la rentabilidad necesaria y el tránsito de IANSA desde una empresa centrada en el azúcar, hacia una compañía de alimentos y agro negocios.

## CONTEXTO

Los principales desafíos que enfrenta IANSA en sus negocios son: la disminución del consumo de azúcar en el mercado local y de otros productos que elabora; los bajos precios internacionales en algunos de sus productos de exportación -entre ellos el jugo de frutas-; y el aumento de la oferta de azúcar de baja calidad en el mercado sudamericano. Esto último, ha producido una contracción de los precios locales del azúcar.

Cabe señalar que la disminución de consumo de azúcar se debe a dos efectos combinados: una tendencia creciente en el uso de productos bajos en calorías, y a las nuevas normativas. Entre éstas, la reforma tributaria y la ley de etiquetado de alimentos, medidas que han movilizad a la industria de alimentos y bebidas a adecuarse y a reformular sus productos.

Por su parte, la Ley de Impuestos Verdes a emisiones de fuentes fijas, que comenzó a regir en enero de 2017, contempla un gravamen anual a las emisiones de calderas o turbinas con una potencia térmica mayor o igual a 50 MW y afecta a las plantas de IANSA en Linares y Chillán.

## EL CAMINO ESTRATÉGICO DE IANSA, PLAN 2022

El Plan Dulce 2014 trazó la ruta estratégica de la Compañía en los últimos años y logró consolidar sus principales negocios. Habiendo cumplido sus objetivos antes de lo presupuestado originalmente, IANSA comenzó a idear una nueva hoja de ruta para responder a los nuevos desafíos que enfrenta su negocio.

Es así como a fines de 2016, la Compañía se embarcó en la puesta en marcha de un nuevo plan estratégico que le permitirá continuar fortaleciéndose y procurar un crecimiento sostenible al año 2022. Esta nueva estrategia —el Plan IANSA 2022— cuenta con la confianza y apoyo de ED&F Man -su principal controlador-, y está arraigado en la eficiencia, crecimiento sostenible e innovación, fundamentos

que serán la base para lograr la rentabilidad necesaria y la creación de valor para hacer de IANSA una empresa de alimentos para el consumo humano y animal, con una fuerte base agrícola.

Debido a esto, IANSA ha decidido estructurarse en función de nuevas Unidades de Negocio: Agroindustrial, Ingredientes (para alimentos), Consumo Masivo de Alimentos (retail) y Derivados de Frutas y Verduras. Asimismo, estableció Unidades Corporativas: Administración y Finanzas, Personas y Fiscalía, Desarrollo Estratégico y de Sostenibilidad. Esta organización más eficiente le permitirá abordar las distintas iniciativas del nuevo plan y transitar desde una empresa centrada en el azúcar hacia una compañía de alimentos y agro negocios.

## PLAN DE DESARROLLO IANSA 2022

Pilares de  
una nueva  
IANSA



Eficiencia + Crecimiento + Innovación

Rentabilidad y Creación de Valor



# Prioridades en Sostenibilidad

La Compañía ha establecido prioridades en sostenibilidad atendiendo a las particularidades de cada uno de sus negocios y a las expectativas de sus grupos de interés. IANSA apunta a crear valor sostenible para todos aquellos que son parte de su cadena de valor y en las sociedades donde están sus operaciones.

## PRIORIDADES EN SOSTENIBILIDAD

IANSA trabaja para ser la empresa nacional líder en producción de alimentos naturales, sostenibles, de excelencia y funcionales que proporcionen salud y bienestar a las personas y animales.

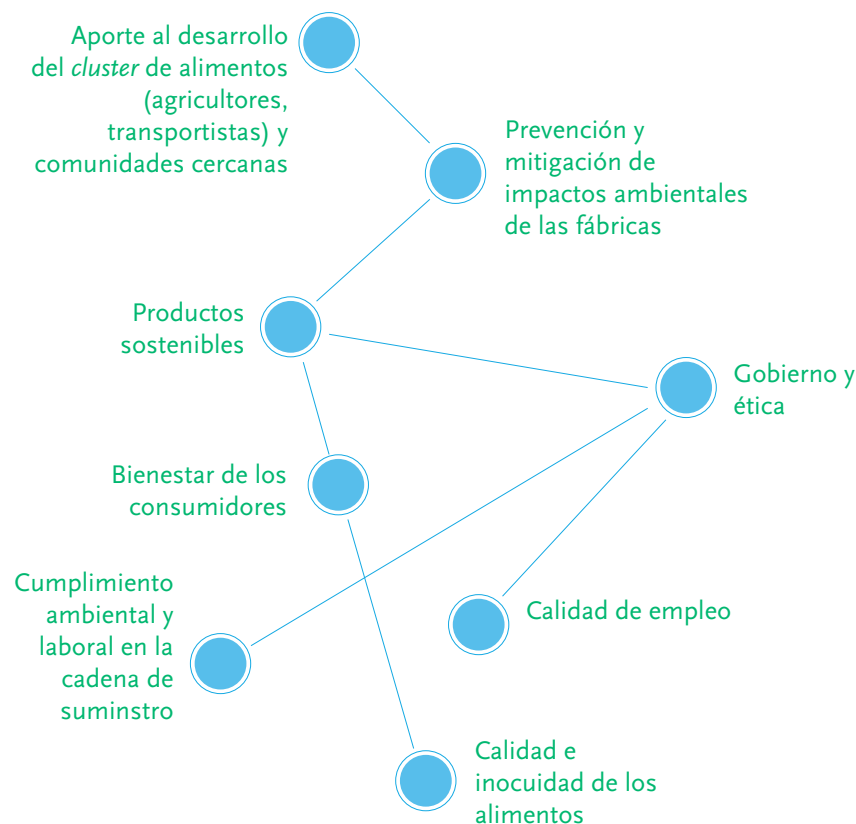
La empresa realiza una gestión sostenible en sus operaciones agrícolas e industriales, teniendo siempre presente en sus procesos de producción los pilares de la eficiencia, excelencia, crecimiento, innovación y rentabilidad. Esto, con el objetivo de crear valor sostenible a sus accionistas, trabajadores, proveedores, clientes y las comunidades de su entorno.

A partir de las materias primas producidas en la agricultura desarrolla alimentos con los más altos estándares de calidad y valor agregado para ponerlos a disposición de sus clientes, integrando ciencia, tecnología e innovación.

Una nueva estructura rige en IANSA a partir de 2017. En ésta, la Gerencia de Sostenibilidad es responsable del monitoreo y coordinación en materia de calidad, medio ambiente, salud y seguridad ocupacional, vigilancia tecnológica y seguridad en las instalaciones industriales; además de ser el nexo en estas materias entre la Compañía y su controlador ED&F MAN. Las Unidades de Negocio son las responsables operativas de estos temas, las que junto a la Gerencia de Sostenibilidad identifican oportunidades de mejora y entregan los lineamientos que les permitan accionarlas y cumplir sus objetivos.

La Gerencia de Sostenibilidad, además, tiene la responsabilidad de realizar la comunicación y relación con las comunidades vecinas, ejecutar los programas que se realizan con estas en las áreas de educación y vida saludable, vincularse con las organizaciones gremiales, cámaras de comercio y ONG's, y relacionarse con las autoridades del Estado, en especial del ámbito regulatorio y normativo.

## Prioridades en Sostenibilidad



## PLAN DE SOSTENIBILIDAD

El Plan de Sostenibilidad comenzó a implementarse en 2012, transformándose en un tema prioritario de la gestión. Su objetivo es crear valor en forma sostenible para todos aquellos que están relacionados con el negocio de IANSA: accionistas y financistas, trabajadores y contratistas, agricultores, proveedores, transportistas, clientes, consumidores, comunidades cercanas a sus operaciones y la sociedad en general.

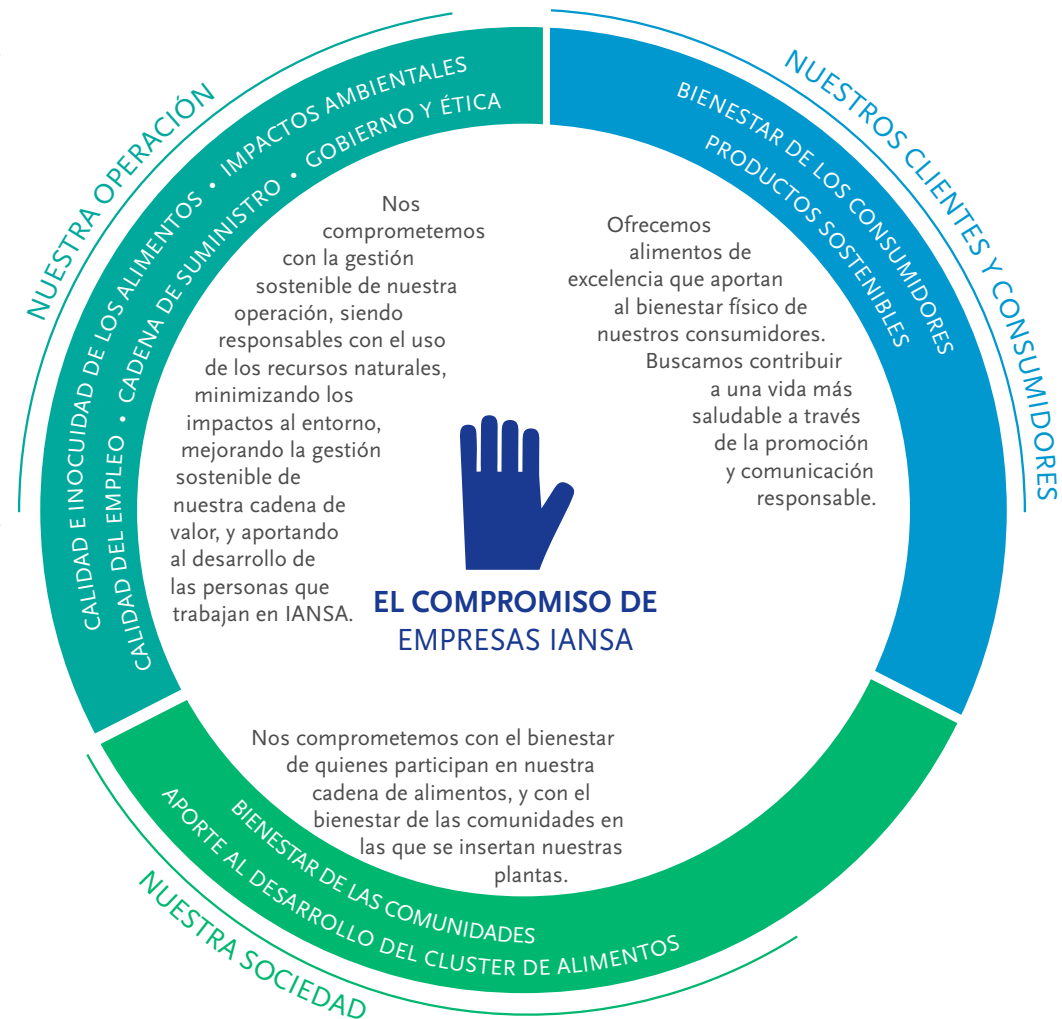
Calidad e inocuidad de los alimentos, productos sostenibles, bienestar de los consumidores, impactos ambientales de las fábricas, cumplimiento ambiental y laboral en la cadena de suministro, calidad de empleo, y aporte al desarrollo de los agricultores, transportistas y comunidades cercanas, son algunos de los temas de mayor relevancia para IANSA, de acuerdo con la opinión de sus principales grupos de interés internos y externos, identificados en las entrevistas realizadas a éstos.

## INDICADORES DE DESEMPEÑO EN SOSTENIBILIDAD

En 2015 se implementó una Matriz de Indicadores de Sostenibilidad para el área agrícola e industrial. En el área agrícola, se controla el consumo anual de agua en el riego y el uso de fertilizantes, herbicidas, insecticidas, fungicidas, lo que permite gestionar y llevar un control del consumo de estos insumos y comparar su uso desde el año 2000. En el área Industrial se monitorean las emisiones de material particulado en cada planta azucarera. Lo anterior, con el fin de llevar un control de las variables que puedan afectar la calidad de vida de los vecinos y el cumplimiento legal.

En relación a la protección de las personas, se han instaurado metas desafiantes para proteger de mejor forma la salud del equipo humano. Esto a través de programas de seguridad específicos por plantas, que establecen metas de accidentabilidad y siniestralidad, además de las herramientas preventivas que se deben ejecutar durante el periodo.

Desde el año 2016 en las plantas azucareras se controlan indicadores como consumo de combustibles, energía, generación de residuos sólidos, residuos peligrosos y no peligrosos, consumos de agua y cumplimiento a las regulaciones de Riles (DS 90), entre otros. Estos controles permiten gestionar, ponerse metas y reducir su consumo sin perjudicar los rendimientos de producción y disminuyendo emisiones al medio ambiente.



**IANSA cuenta con una Matriz de Indicadores de Sostenibilidad que es monitoreada regularmente.**

# Portafolio de Productos

IANSA es un proveedor de productos alimenticios para consumo humano y animal. En cada uno de los alimentos que ofrece al mercado busca optimizar la calidad y las expectativas de un consumidor cada vez más informado y crítico.

**NUESTROS PRODUCTOS** El portafolio de productos se ha ampliado mucho más allá del azúcar y endulzantes:

## Azúcar



- Blanca granulada
- Líquida
- Flor
- Light
- Rubia granulada
- Para mermelada
- Chancaca
- En cubos (blanca y rubia)
- Pharma
- Orgánica

## Endulzantes No Calóricos

- Stevia
- Sucralosa
- Stevia con sucralosa y tagatosa
- Agave con sucralosa
- Tagatosa con sucralosa



- Ciruela
- Uva
- Mora
- Frambuesa
- Arándano
- Durazno
- Cereza
- Manzana
- Kiwi



## Jugos concentrados clarificados de frutas



## Pasta de tomate y otros productos asociados

- Pasta de tomate
- Tomates frescos
- Productos congelados

- Coseta
- Melaza
- Alimentos para bovinos y equinos
- Alimentos para mascotas (perros y gatos)



## Alimentos para animales



## Insumos agrícolas

- Semillas
- Agroquímicos
- Equipos de riego y maquinaria
- Fertilizantes para remolacha y otros cultivos<sup>(7)</sup>

**17 nuevos productos<sup>(8)</sup> lanzados en los últimos tres años**  
en línea con las nuevas tendencias que emergen del mercado y que valoran la nutrición, naturalidad y calidad.

<sup>(7)</sup> Trigo, maíz, semilleros de raps, maravilla, entre otros.

<sup>(8)</sup> Incluye productos lanzados entre 2014 y 2016 en los negocios de Azúcar, endulzantes y Alimentos para Mascotas.



## Alertas a las nuevas tendencias del mercado, tecnologías e innovaciones para adelantarse a los requerimientos de los consumidores

Considerando las nuevas tendencias de mercados en torno al consumo de productos alimentarios y la necesidad de hacer más eficiente el uso de recursos naturales, IANSA está desarrollando una estrategia para mejorar su oferta sostenible. Ésta se sustenta en la vigilancia y transferencia tecnológica de competidores y nuevas tendencias de mercado en Chile y el mundo.

La Compañía ya avanza, por ejemplo, en el estudio del aprovechamiento de materias primas y desarrollo de nuevos productos basados en la reutilización de residuos, rescatando su valor farmacológico, cosmético y/o nutricional, de manera tal de reducir al máximo sus residuos, fomentar su reutilización, reciclaje y otro tipo de valorización, con el fin de proteger el medio ambiente.

**IANSA SE PREOCUPA DE OFRECER NUEVOS Y MEJORES PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE PERMITAN EL CRECIMIENTO SOSTENIBLE DE LA COMPAÑÍA.**



# Azúcar y Endulzantes más naturales

Los consumidores buscan productos que aporten dulzura de manera natural. La clave está en el balance entre la ingesta de azúcares y el gasto de energía por parte de quien la ingiere.

## AZÚCAR DE ORIGEN 100% VEGETAL

El azúcar IANSA es extraído desde las raíces de la planta de remolacha. Su proceso de transformación industrial es principalmente físico (extracción con agua caliente; depuración y filtración; concentración por evaporación; cristalización y centrifugación y finalmente secado), permitiendo que el producto final esté libre de cualquier aditivo químico.

La planta de remolacha genera el azúcar a partir de la fotosíntesis que realiza en sus hojas, dicha azúcar natural es almacenada en la raíz.



Las hojas producen azúcar gracias a la fotosíntesis

El azúcar es acumulada en las raíces

## Azúcar energía y dulzura

IANSA está convencida de que no existen buenos o malos alimentos, sino que buenas o malas porciones de los mismos. En otras palabras, lo importante es la relación que existe entre la ingesta calórica y el gasto energético.

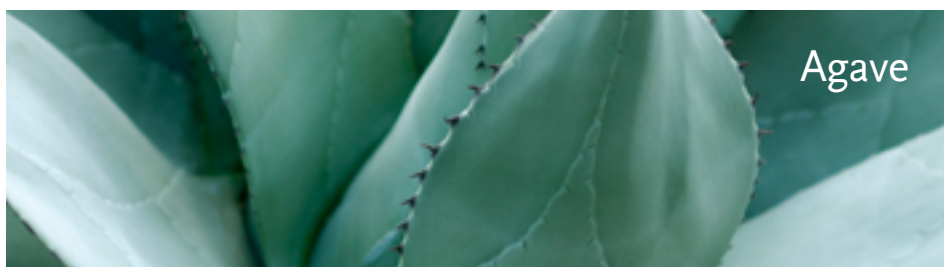
El azúcar no sólo proporciona energía a las personas y dulzura a los alimentos, sino que aporta una serie de cualidades que la hacen indispensable en la industria alimentaria, como, por ejemplo: resalta otros sabores, controla la cristalización, facilita el desarrollo del color de los alimentos, contribuye a la aireación, aumenta la viscosidad de las soluciones, provee cuerpo y textura, regula la retención de humedad a los productos procesados, entre otras.

Su consumo moderado, mejora la agilidad mental, la memoria y reduce el cansancio.



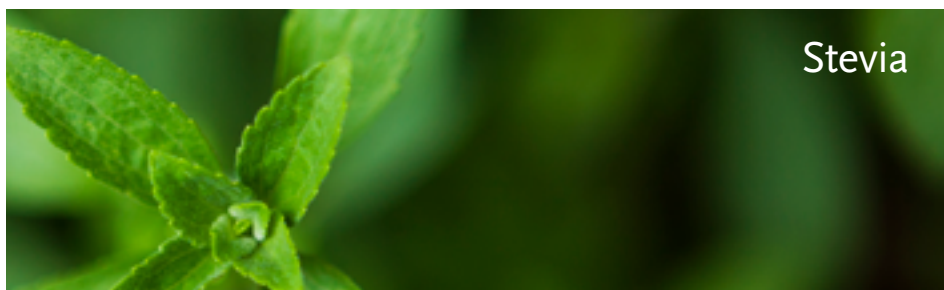
## ENDULZANTES EXTRAÍDOS DE LA NATURALEZA

IANSA busca incluir alternativas naturales en sus endulzantes, por ello en los últimos años la línea de Endulzantes incorporó Agave, Stevia y Tagatosa a su oferta. Una de las ventajas de estos endulzantes de origen natural es que tienen un bajo índice glicémico. Por lo mismo, son ideales para personas con problemas de diabetes y otras enfermedades relacionadas al nivel de azúcar, pues no liberan glucosa a la sangre.



Agave

- Endulzante extraído de la planta Agave de origen mexicano.
- Su composición es de muy bajo índice glicémico.



Stevia

- Extraído de la planta Stevia de origen paraguayo.
- Su índice glicémico es igual a cero, no tiene calorías.
- La Stevia tiene un sabor dulce que no se siente de forma inmediata, pero que, sin embargo, perdura en el paladar más tiempo que el azúcar.



Tagatosa

- Extraída a partir de la leche (no incluye la lactosa). Gracias a su bajo índice glicémico puede ser consumido por diabéticos, niños, embarazadas e intolerantes a la lactosa. Es el único endulzante del mundo que resiste alta temperatura, por ende, puede ser utilizado en preparaciones de cocina.
- Aun cuando proviene de la proteína de la leche, en su proceso de elaboración se elimina todo rastro de lactosa, gluten o fructosa. Por eso es recomendado para quienes son intolerantes a la lactosa, también para diabéticos y para quienes quieran cuidar su peso y salud.

# Jugos de Fruta y Pastas de Tomate

Los estilos de vida actuales demandan productos preparados con materias primas naturales y de calidad.

## JUGOS DE FRUTA

Los jugos concentrados producidos por IANSA a través de Patagoniafresh provienen de frutas sanas, lavadas y seleccionadas, a las cuales sólo se les elimina el agua.

## PASTA DE TOMATE

La pasta de tomate producida por IANSA a través de la marca Icatom, es un producto obtenido por la concentración del jugo y la pulpa de tomates maduros, frescos, fitosanitariamente sanos y limpios, sin la presencia de cualquier defecto visible. Esto asegura que se encuentre libre de daño, malos sabores u olores. Los tomates que se utilizan son producidos en cumplimiento de las buenas prácticas agrícolas y regados con agua de pozo profundo.

La pasta extraída se procesa de dos formas: a mayor temperatura se obtiene una pasta más espesa y a menor temperatura se logra una más suelta y ligera. Ambos productos están destinados para el consumo humano.





# PRODUCTOS PREPARADOS CON MATERIAS PRIMAS NATURALES

# Alimentos balanceados para animales

El equilibrio en la dieta de los animales incide en la salud y bienestar de ellos. Los alimentos que provee IANSA están formulados de acuerdo a los requerimientos de cada especie, edad y tamaño, entre otros factores.

## ALIMENTACIÓN CANINA SANA

Las mascotas también requieren de un balance entre la ingesta calórica y el gasto energético. Por ello es fundamental proveerles una dieta que incluya los nutrientes necesarios para su crecimiento y, en particular, los aminoácidos necesarios para la formación y desarrollo de sus huesos, músculos, pelo y cuerpo. De igual manera, la dieta debe ser rica en grasas, fibras, vitaminas y minerales, para que esté siempre saludable, listo para jugar, correr y disfrutar lo rico de ser perro.

Cannes, la marca de productos de IANSA que provee de alimentos secos y húmedos para mascotas de todas edades, cuenta con una oferta que permite escoger el alimento adecuado a cada edad y necesidad de los perros.

Una buena alimentación se debe complementar con actividad física y emocional para evitar la obesidad y asegurarse de que el perro esté lleno de energía y sea feliz. Cannes recomienda pasear diariamente a las mascotas, para que caminen, corran y jueguen.



## ALIMENTACIÓN ANIMAL REUTILIZANDO PRODUCTOS DERIVADOS DE LA REMOLACHA

IANSA FEED<sup>(9)</sup> tiene la ventaja única de contar con productos derivados de la remolacha, tales como coseta, melaza y vinaza. Estas materias primas, que son obtenidas en las distintas etapas del procesamiento de la remolacha azucarera, poseen un alto valor nutricional y gran palatabilidad.

Cosetán y Suralim, las principales marcas propias, contemplan alimentos especializados para ganado bovino, los que cubren completamente los requerimientos de los ciclos de crianza y producción, y alimento para equinos. A ello se suma la alianza con la empresa Cargill Animal Nutrition para, entre otras cosas, entregar soluciones nutricionales a la medida de las necesidades particulares de los productores agropecuarios.

(9) IANSAFEED especializada en la producción y comercialización de alimentos para ganado bovino y equino.



# Certificaciones de Calidad e Inocuidad

Para IANSA es importante ofrecer a sus clientes productos con los más altos estándares de calidad e inocuidad.

## EXCELENCIA EN CALIDAD E INOCUIDAD DE LOS ALIMENTOS

IANSA entrega la mejor calidad y sabor en alimentos de consumo humano y animal. Su capacidad constante de innovar, inserta en el ADN de la Compañía, y la eficiencia de sus procesos, le permiten entregar un mix de atractivos y variados productos, entre los que destacan alternativas con calorías, sin calorías y con la mitad de calorías, alimentos para mascotas, equinos y bovinos, jugos concentrados y pasta de tomate.

| AZÚCAR                  |                                                                                                                                                          |                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| Producción agrícola de remolacha                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Fábricas de azúcar <sup>(10)</sup>                                                                                                                       | Planta de envasado <sup>(11)</sup>                                                |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>· Certificación Unilever<sup>(12)</sup>.</li> <li>· Remolacha GMO Free<sup>(13)</sup>.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>· HACCP.</li> <li>· ISO 22000.</li> <li>· FSSC 22000.</li> <li>· Azúcar cruda GMO Free<sup>(14)</sup>.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>· HACCP.</li> <li>· FSSC 22000.</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>· Auditorías de clientes en temas de calidad e inocuidad de los productos: Coca Cola, Pepsico, Nestlé, Walmart, entre otros.</li> </ul>                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                          |                                                                                   |
| ENDULZANTES     |                                                                                                                                                          |                                                                                   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>· La planta de edulcorantes está certificada en FSSC 22000 e incluye ISO 22000.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                          |                                                                                   |

### Auditoría de clientes

IANSA es proveedor validado para empresas alimenticias de gran prestigio en Chile y en el mundo: Embotelladores del sistema Coca-Cola y Pepsico, Nestlé, Walmart, entre otros. Como parte de ello la producción es auditada periódicamente por dichos clientes.

### FSSC 22000

Certificación basada en ISO 22000:2005 reforzada con ISO/TS 22002-1:2009, que representa al nuevo enfoque en la gestión de riesgos de inocuidad en la industria alimentaria, por lo cual ha recibido pleno reconocimiento de la *Global Food Safety Initiative* (GFSI).

(10) Las normas HACCP, ISO 22000 y FSSC 22000 han sido certificadas en las fábricas azucareras de Linares, Ñuble y Los Ángeles. Cuentan con las certificaciones HACCP desde el 2004, ISO 22000 desde el 2008 y FSSC 22000 desde el 2012, las cuales están vigentes hasta octubre de 2017 (recertificación en julio-agosto 2017).

(11) La planta de Quilicura cuenta con las certificaciones HACCP e ISO 22000 desde el 2011 y FSSC 22000 desde el 2013, las cuales están vigentes hasta agosto de 2018.

(12) Certificación de renovación anual, que garantiza el desarrollo sustentable de la materia prima remolacha.

(13) Se acredita que la remolacha comprada es GMO Free. Esto a través de las exigencias de certificados a los proveedores de semillas de remolacha que abastecen a IANSA.

(14) Se acredita que la azúcar cruda comprada es GMO Free. Esto a través de las exigencias de certificados a los proveedores de azúcar cruda que abastecen a IANSA.



## JUGOS DE FRUTAS



- Cumple con los estándares del *Global Food Safety Initiative* (GFSI).
- Certificación de las plantas en ISO 22000
- Certificación de las plantas en FSSC 22000<sup>(15)</sup>.
- Certificación de las plantas en HACCP<sup>(16)</sup>.
- Certificación de los productos *KOSHER*.
- Certificación de los productos *HALAL*<sup>(17)</sup>.

## PASTA DE TOMATES



- Certificación de las plantas en FSSC 22000<sup>(18)</sup> y en HACCP<sup>(19)</sup>.
- Certificación de los productos *KOSHER* y *HALAL*.
- Calificación TOP TEN de Nestlé.
- Calificación conforme en el Sistema de Gestión de Calidad de Proveedores (SQMS) de McDonald's.

## NUTRICIÓN ANIMAL



- La fábrica de alimentación animal, ubicada en la Región de Los Lagos, está certificada en ISO 22000.

## ALIMENTO PARA MASCOTAS



- Certificación de calidad FAVET de los alimentos de la marca CANNES.
- HACCP implementado.

## ISO 22000

Norma internacional que define los requisitos que debe cumplir un sistema de gestión de seguridad alimentaria para asegurar la inocuidad de los alimentos.

## HACCP

Norma que permite el control de riesgos en la producción de alimentos, "Análisis de Riesgos y de Puntos Críticos de Control" ("*Hazard Analysis and Critical Control Points*").

## KOSHER

Certificación de alimentos que responden a la normativa bíblica y talmúdica de la ley judía, los que debido a los altos niveles de exigencias y control se vinculan a productos de mayor calidad.

## HALAL

Destinada a consumidores que pertenecen al mercado musulmán o seguidor del islam y respalda que el alimento producido cumple con los requisitos exigidos por la ley islámica.

## FAVET

Certificación de la Facultad de Ciencias Veterinarias y Pecuarias de la Universidad de Chile, la que aplica test de análisis químico proximal, palatabilidad y digestibilidad, certificando las cualidades del producto.

(15) Certificación FSSC 22000 desde 2012 en la planta de San Fernando y desde 2013 en planta de Molina.

(16) Certificación HACCP sólo en la planta ubicada en Molina.

(17) Patagoniafresh certificó sus plantas a partir del año 2015.

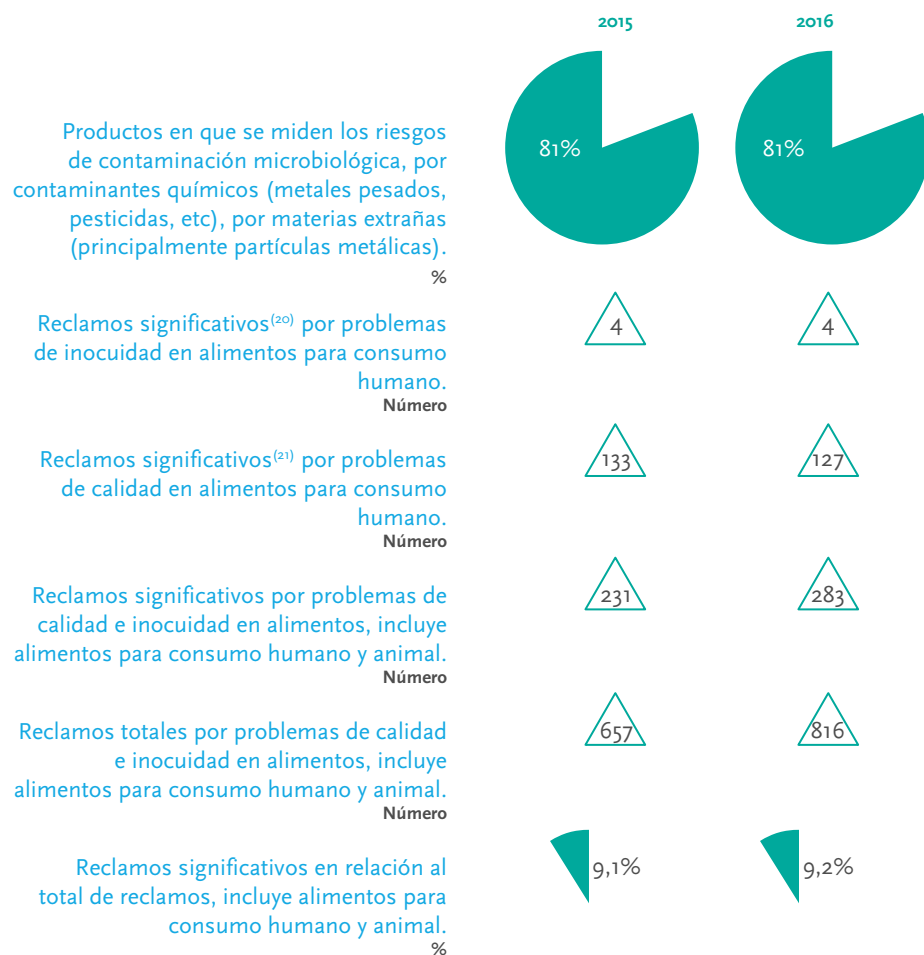
(18) Certificación FSSC 22000 con alcance en la producción de pasta de tomate, frutas y hortalizas congeladas y empacadora de tomate fresco.

(19) Certificación HACCP con alcance en la producción de pasta de tomate, frutas y hortalizas congeladas y empacadora de tomate fresco.



EN EL 100% DE LOS PRODUCTOS DE CONSUMO HUMANO QUE COMERCIALIZA IANSA SE EVALÚAN LOS RIESGOS DE CONTAMINACIÓN MICROBIOLÓGICA, POR CONTAMINANTES QUÍMICOS Y MATERIAS EXTRAÑAS.



Calidad e inocuidad de los alimentos<sup>(20)</sup>

(20) Incluye reclamos por problemas de calidad e inocuidad en los negocios de Azúcar, Endulzantes, Alimentos para Mascotas, Nutrición Animal, Patagoniafresh e Icatom.

(21) Reclamos significativos son aquellos donde la investigación determinó alguna causal de responsabilidad IANSA.

Los atributos de calidad y sostenibilidad del azúcar IANSA hacen que por ejemplo Coca-Cola Brasil la prefiera para fabricar su concentrado de azúcar, aunque dicho país es uno de los mayores productores de azúcar del mundo.

## Cumplimiento de altos estándares de calidad exigido por los clientes

IANSA suministra productos a grandes compañías de alimentos que cuentan con estrictos protocolos y exigencias de calidad e inocuidad, algunos incluyen aspectos ambientales y sociales. Estos protocolos son auditados por los clientes (por ejemplo, Coca-Cola, Pepsico, Nestlé, Walmart, entre otros), quienes realizan revisiones periódicas, visitando las fábricas y otros aspectos de la cadena productiva.

En 2016 Coca-Cola auditó positivamente la planta de Linares y Ñuble; en 2017 será el turno de la planta de Los Ángeles. Adicionalmente, fijó la meta de que al 2020, toda la azúcar comprada será "Azúcar sostenible". Históricamente IANSA se ha esforzado por ofrecer productos que cumplen los más altos estándares de calidad y sostenibilidad. Ello ha permitido que dicha empresa de bebidas prefiera comprar azúcar IANSA para su planta de concentrados ubicada en Brasil, considerando que dicho país es uno de los mayores productores de azúcar de caña del mundo (tiene más de 400 ingenios azucareros). El azúcar sostenible de IANSA es utilizada por la multinacional para la producción de concentrados, que después son transformados en bebidas en cada una de las plantas embotelladoras del Sistema Coca Cola.

La empresa UNILEVER cuenta con una certificación que incluye el cultivo de la remolacha. Los campos de la filial IANSA Terrandes están certificados en su producción sustentable.

[Más información ver pág. 53](#)

La pasta de tomate producida por la filial Icatom es auditada por Nestlé y por la empresa McDonald's. En el caso de Nestlé, la empresa ha sido catalogada como proveedor TOP TEN de Nestlé para Latinoamérica. En caso de McDonald's la multinacional cuenta con un estándar de calidad que entre sus requisitos contempla aspectos ambientales, sociales y laborales.

IANSA está desarrollando una matriz ética corporativa que reunirá todos los requisitos de calidad, derechos humanos en el trabajo, medio ambiente y sistemas de manejo en el área agrícola e industrial de sus principales clientes. Con la implementación de esta matriz se busca facilitar la gestión de requisitos éticos de los clientes actuales y futuros, a través de un sistema de gestión corporativa.

# Agua

La escasez hídrica y el cambio climático están transformando la producción agrícola en Chile. Para IANSA el agua es un recurso estratégico, tanto por lo clave para el cultivo de las materias primas, como para los procesos industriales.

## CONSUMO DE AGUA EN LAS FÁBRICAS

Los procesos industriales realizados por IANSA requieren importantes volúmenes de agua, principalmente para el lavado de la remolacha en la producción de azúcar; el lavado de las frutas en la producción de jugos y el lavado de tomates en la producción de pasta de tomate.

### Agua en la producción de azúcar

Las plantas azucareras cuentan con sistemas de recirculación de agua, lo que permite hacer un uso más eficiente de este recurso. Dichos sistemas permiten recircular un 50% del total de agua necesaria para el proceso. Adicionalmente, y desde el año 2016, existe un sistema de monitoreo de indicadores de consumo de agua, los que se asocian a planes de reducción de su consumo. Ejemplo de dichos planes son: la incorporación en la planta de Linares de un circuito cerrado de columnas barométricas que disminuyó en un 50% el consumo de agua fresca; en Los Ángeles se logró una disminución de 32% en el consumo de agua fresca gracias a mejoras en el proceso de descarga y flotación de la remolacha; por su parte, la planta Nuble implementará en 2017 mejoras a través del uso de un circuito cerrado de las columnas barométricas.

### Uso eficiente del agua en las plantas de jugo

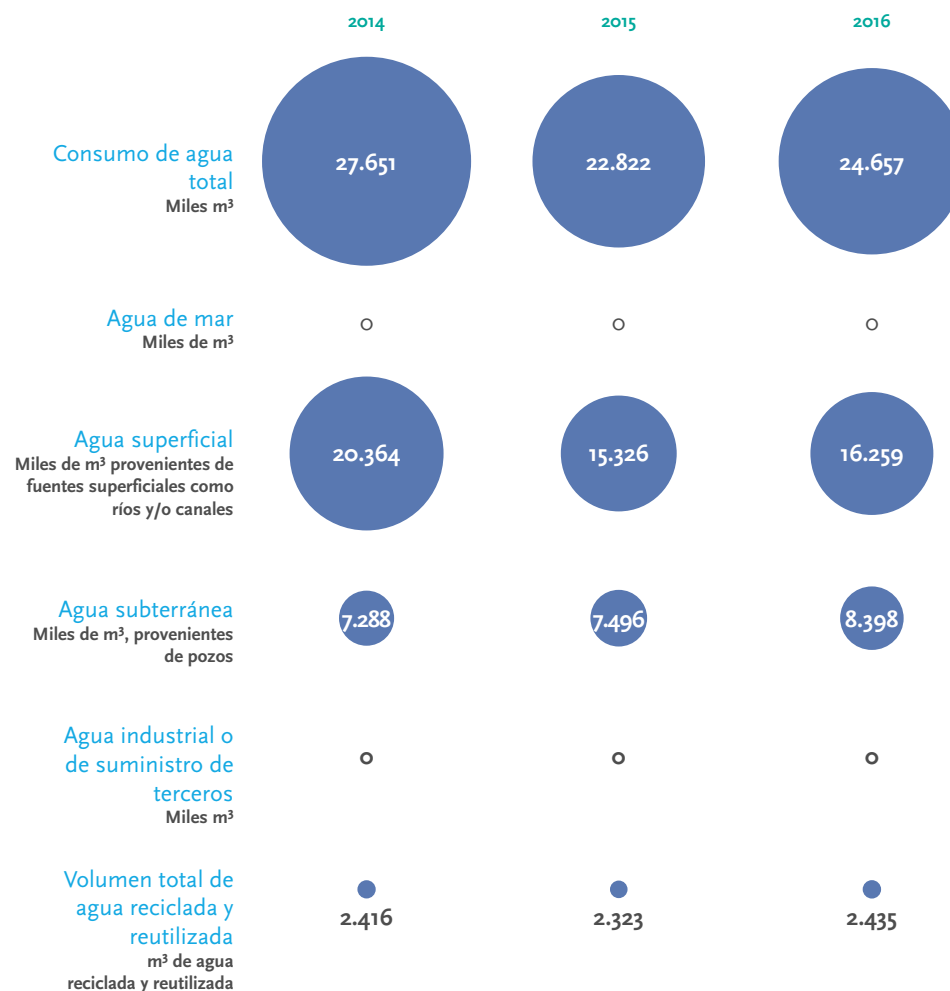
La producción de jugos requiere agua en varias etapas del proceso industrial. Es por ello que se ha abordado desde distintos frentes el uso más eficiente. Adicionalmente, se avanzó en la racionalización del uso de agua industrial para aseo de planta y de procesos, mediante la incorporación de hidro lavadoras. Igualmente, las plantas de San Fernando y Molina suscribieron un Acuerdo de Producción Limpia, donde uno de los ejes es la gestión eficiente de los recursos hídricos.

### Reutilización de agua en la producción de pasta de tomate

En 2015 se inició un programa para mejorar el funcionamiento de la Planta de Tratamiento de Aguas Residuales Industriales (PTAR)<sup>(22)</sup>. Gracias a esto, en los últimos dos años se lograron reutilizar 636 mil m<sup>3</sup> de agua, los que fueron redestinados para el riego de áreas verdes.

(22) La planta de tratamiento cumple con las Directrices Sanitarias para la Reutilización de Aguas en la Agricultura, de la Organización Mundial de la Salud (OMS).

### Consumo y reciclaje de agua<sup>(23)</sup>



## EFICIENCIA EN EL RIEGO

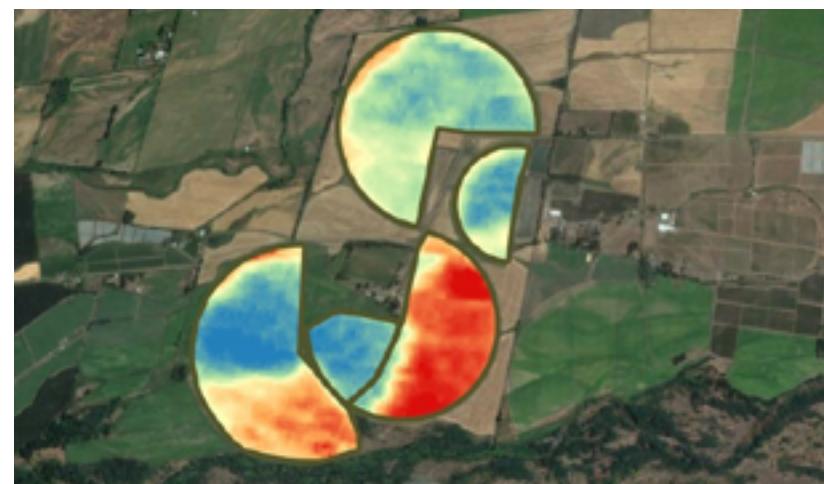
El déficit hídrico es una realidad con la cual los agricultores de Chile deben acostumbrarse a convivir. Por lo mismo, es muy importante desarrollar e implementar innovaciones que permitan hacer sostenibles los cultivos en el tiempo. El buen manejo de los recursos hídricos disponibles es un tema que desafía en forma permanente la producción agrícola. En función de este objetivo hoy en día resulta fundamental fortalecer las capacidades de los agricultores – acción que IANSA realiza a través de transferencia tecnológica-; y utilizar nuevas herramientas con tecnologías que logren aumentar la eficiencia en el uso del agua y desarrollar una agricultura de mayor calidad y productividad.

### Riego tecnificado en los cultivos de remolacha

IANSA ha mantenido su estrategia de impulsar la incorporación de riego tecnificado en el cultivo de remolacha. Para ello presta soporte económico y técnico con el objetivo de permitir el acceso al financiamiento a través de la Compañía y obtener bonificaciones a través de la Ley de Riego para este tipo de inversiones.

Igualmente, mantiene en sus programas de capacitación y asesoría a los agricultores, las temáticas relacionadas con el correcto uso del recurso hídrico, beneficios del riego tecnificado en calidad y producción de remolacha, entre otros temas de interés.

En 2016 se comenzó a trabajar en el proyecto “Aguasat”. Este se basa en mapas de evapotranspiración que muestran, a través de imágenes satelitales, el estado de toda la superficie de siembra de remolacha, cada ocho días de toda la superficie que posee siembra de remolacha. La información generada por el sistema permite a IANSA orientar el apoyo técnico que presta en terreno a los agricultores. Esto se hace particularmente crítico en casos donde los mapas registran situaciones anómalas.



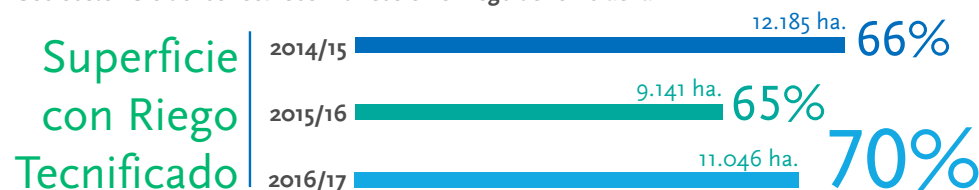
Además, se inició una investigación para evaluar el sistema de riego por goteo en remolacha, con el objetivo de tener una alternativa al riego por pivote que se utiliza comúnmente, pero que tiene la restricción de ser efectivo sólo en grandes superficies de cultivo. Su objetivo es impulsarlo en el segmento de pequeños agricultores remolacheros, los cuales poseen una muy baja disponibilidad de agua como para implementar riego por aspersión. Los resultados de esta investigación son prometedores, razón por lo cual, durante la temporada 2017-2018 se planea la implementación del primer diseño pre-comercial.

### Riego tecnificado en la producción de tomate

La producción de pasta de tomate se hace a partir de tomates frescos y naturales producidos en terrenos arrendados por la empresa. El 100% de dichos cultivos cuentan con sistema de riego por goteo. Esto ha permitido aumentar la eficiencia respecto a un sistema de riego tradicional, disminuyendo el consumo de agua de 14.000 a 8.500 m³ por hectárea.



### Uso sostenible de los recursos hídricos en el riego de remolacha





# Emisiones

Dado el contexto de mala calidad del aire en varias ciudades en Chile, IANSA ha avanzado en la búsqueda de soluciones tecnológicas que permitan reducir las emisiones en todas sus plantas. Estas mejoras implican importantes inversiones que se han planificado en el mediano plazo.

## ENTORNO DE NUESTRAS OPERACIONES

Éste es un tema de preocupación en Chile. Muchas ciudades, incluidas aquellas donde operan las fábricas de IANSA, tienen malos índices de contaminación atmosférica.

| CIUDAD                         | CENTRO PRODUCTIVO                                                     |
|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| <b>Perú</b>                    |                                                                       |
| Ica                            | Planta de pasta de tomate Icatom                                      |
| <b>Chile</b>                   |                                                                       |
| Santiago, Región Metropolitana | Planta de envasado y distribución<br>Planta de alimento para mascotas |
| San Fernando                   | Planta de jugos concentrados                                          |
| Curicó                         | Planta azucarera (detenida)                                           |
| Molina                         | Planta de jugos concentrados                                          |
| Linares                        | Planta azucarera                                                      |
| Chillán, San Carlos            | Planta azucarera<br>Planta Endulzantes                                |
| Los Ángeles                    | Planta azucarera                                                      |
| Penco, Concepción              | Planta de fertilizantes IANSAFERT                                     |
| Freire                         | Planta de nutrición animal                                            |



## CONDICIÓN DE LA CALIDAD DEL AIRE EN EL ENTORNO

- Vigente el Plan de Descontaminación Ambiental (PDA) Región Metropolitana<sup>(24)</sup>.
- Declarada zona saturada por: ozono, MP 10, MP2,5, partículas suspendidas totales y monóxido de carbono.
- Declarada zona latente por: dióxido de nitrógeno.
- Declarada zona saturada por: MP 10, MP 2,5. Plan de descontaminación ambiental (PDA) para el valle central de la Región de O'Higgins.
- Declarada zona saturada por: MP 10, MP 2,5. PDA en elaboración.
- Declarada zona saturada por: MP 10, MP 2,5. En proceso de desarrollo de un PDA.
- En estudios previos para ser declarada zona saturada o latente por: MP 10, MP 2,5.
- La planta está ubicada en la comuna de San Carlos, la que no cuenta con este tipo de declaraciones. La ciudad de Chillán (a 11 km.) ha sido declarada saturada por MP10 y MP2,5 y cuenta con un PDA.
- Declarada como zona saturada por MP10 y MP2,5. En vías de promulgar su PDA.
- Declarada zona saturada por: MP 10, MP 2,5. En proceso de desarrollo de un PDA.
- La planta está ubicada en la comuna de Freire, la que no cuenta con este tipo de declaraciones. La ciudad de Temuco (a 14 km.) ha sido declarada saturada por MP10 y MP2,5 y cuenta con un PDA.

(24) DS 66/2010 MINSEGPRES.

# AVANZANDO EN LA BÚSQUEDA DE SOLUCIONES TECNOLÓGICAS QUE PERMITAN REDUCIR LAS EMISIONES EN TODAS SUS PLANTAS



## MINIMIZAR LAS EMISIONES AL AIRE

Dado el contexto de mala calidad del aire en Chile, IANSA ha avanzado en la búsqueda de soluciones tecnológicas que permitan reducir las emisiones en todas sus plantas. Estas mejoras implican importantes inversiones planificadas en el mediano plazo, para llevar un control de las variables que puedan afectar la calidad de vida de los vecinos y el cumplimiento legal.

### Menos emisiones en la producción de vapor y secado de coseta en las plantas azucareras

Las emisiones de material particulado son gestionadas por cada planta azucarera. Desde el año 2014 se han realizado inversiones importantes para su reducción. En 2016 se avanzó en:

- Planta Ñuble y Los Ángeles instalaron filtros de manga para sus calderas industriales. Estos equipos, que se encuentran en proceso de pruebas operacionales, permitirán un porcentaje de abatimiento potencial de un 95% respecto al material particulado total. En cada planta se invirtieron US\$2,2 millones, es decir, US\$4,4 millones en total.
- Planta Linares implementó dos ciclones secos, lo que permite que todas sus calderas cuenten con un equipo de abatimiento con porcentaje de abatimiento de material particulado esperado de un 76% (según guías metodológicas de la SMA). El equipo significó una inversión de US\$0,1 millones en total.

Desde el año 2016 todas las plantas azucareras monitorean indicadores que afectan las emisiones, por ejemplo, el control del consumo de combustibles y energía.

### Plantas de jugo y pasta de tomate migran a combustibles con menor índice de emisión

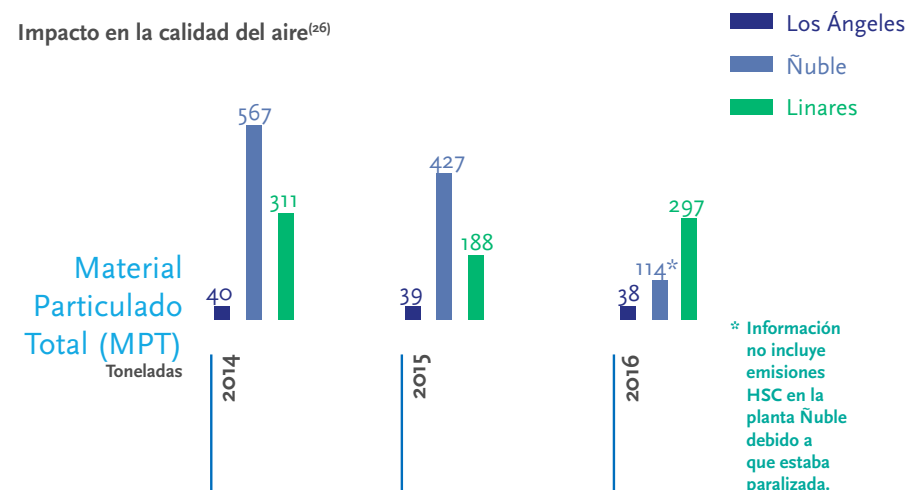
Las plantas de jugo de Patagoniafresh buscan la utilización de nuevas fuentes energéticas. Por ejemplo, el vapor generado en San Fernando se hace a partir de Biomasa forestal y con residuos del proceso productivo. No obstante, fue necesario instalar filtros para capturar el material particulado. La planta de Molina está explorando el uso de combustibles alternativos.

En el caso de la pasta de tomate, las calderas son la principal fuente de generación de emisiones. Por lo mismo, se decidió migrar de combustibles fósiles a gas licuado y luego a gas natural. Con la instalación del sistema de gas natural se redujeron las emisiones, lo que es respaldado por los resultados de los monitoreos realizados, que no exceden los Límites Máximos Permisibles (LMP)<sup>(25)</sup> en Perú.

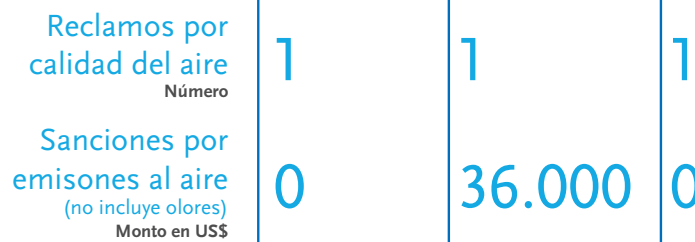
Adicionalmente, se realizó un recambio de calderas por equipos más eficientes en el control de las emisiones. Estos son mantenidos en forma periódica y se ajustan al inicio de cada temporada.

(25) WorldBank Guidelines for Environment - General Industry 1998 y Decreto Presidencial 638, Ministerio del Ambiente y Recursos Naturales: Normas sobre la calidad del aire y control de la contaminación atmosférica, 26 de abril de 1995, República de Venezuela.

### Impacto en la calidad del aire<sup>(26)</sup>



### RECLAMOS Y SANCIONES



(26) Información incluye solo las calderas (C) y hornos secadores de coseta (HSC) de las respectivas plantas de azúcar.



## IMPUESTOS VERDES

La ley n°20.780 de 2014, en su artículo 8, inciso primero, indica el impuesto a las emisiones al aire de material particulado (MP), óxidos de nitrógeno (NOx), dióxido de azufre (SO<sub>2</sub>) y dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>), producidas por establecimientos cuyas fuentes fijas, conformadas por calderas o turbinas, individualmente o en su conjunto sumen, una potencia térmica mayor o igual a 50 MWt (megavatios térmicos), considerando el límite superior del valor energético del combustible utilizado.

En este marco, las plantas azucareras de Chillán y Linares están afectas a este impuesto, principalmente, por la suma de las potencias térmicas de sus calderas industriales. De acuerdo con los protocolos publicados por la Superintendencia de Medio Ambiente (SMA), estas fábricas han presentado sus propuestas a la autoridad, y ya fueron aprobadas.. Además, se ha procedido a adecuar sus operaciones con el objetivo de capturar los datos necesarios para cuantificar sus emisiones de MP, NOx, SO<sub>2</sub> y CO<sub>2</sub>.

La medición de estos datos se inició en enero de 2017, reportándose de forma trimestral a la SMA. De esta forma, esta Superintendencia traspasará estos datos al Servicio de Impuestos Internos (SII) para el cálculo del impuesto a pagar, por primera vez, en abril de 2018.





# Residuos sólidos y líquidos

Reducir, reciclar y reutilizar ha sido una constante en los más de 60 años de historia de IANSA. En el proceso se generan productos derivados de la remolacha y el objetivo es que éstos sean utilizados por otras industrias.

## APROVECHAR Y REUTILIZAR

### Reutilización

Reutilizar es volver a usar un determinado producto para darle una segunda vida, con el mismo uso u otro diferente. El aprovechamiento de los residuos como tomasa<sup>(27)</sup>, restos de remolacha y otros residuos orgánicos genera beneficios a pequeños ganaderos y agricultores locales.

## GESTIONAR Y RECICLAR LOS RESIDUOS

Cada una de las unidades de negocio cuenta con un programa o un plan para el manejo de residuos. Tanto la legislación vigente en Chile como en Perú, exige y controla una adecuada gestión de los residuos, en particular de los residuos industriales peligrosos. Por su parte, desde el año 2016 en las plantas azucareras se controlan indicadores como generación de residuos sólidos, residuos peligrosos y no peligrosos, cumplimiento a las regulaciones de Riles (DS 90), entre otros.

**73%**  
de los residuos  
son reciclados.

(27) La Tomasa corresponde a la piel, semilla y restos de tomate que se generan en el proceso de producción de pasta de tomate.

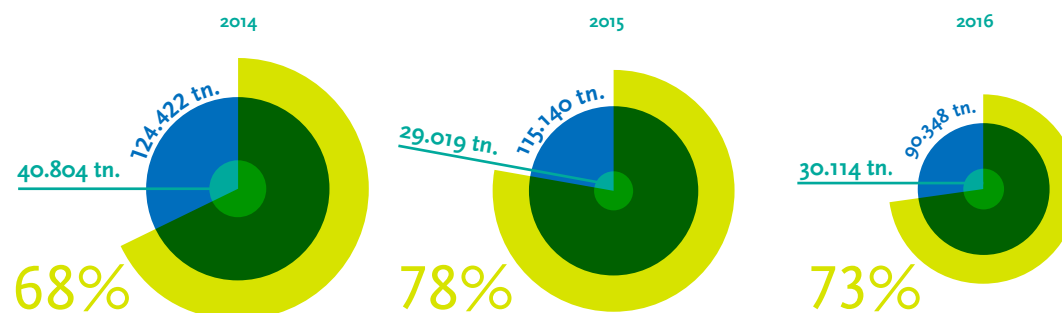
(28) Información incluye IANSA, Patagoniafresh e Icatom.

### Reciclaje

El reciclaje es un proceso que tiene como objetivo convertir los desechos en nuevos productos. Si bien IANSA recicla por muchos años sus residuos, en 2016 las plantas trabajaron con recicladores autorizados para el tratamiento de plásticos, papeles, cartones y chatarra. A esto se suma el reuso como alimento para el ganado de pequeños agricultores del pasto y colilla de remolacha (remanente del proceso azucarero), que en la temporada 2016-2017 alcanzó a 24 mil toneladas.

En la producción de jugos los residuos industriales inorgánicos son reciclados a través de una empresa externa especializada. Los residuos orgánicos (desecho de fruta, pomasa, tierras filtrantes y lodos orgánicos) son reciclados para producir compost.

### Residuos sólidos y reciclaje<sup>(28)</sup>



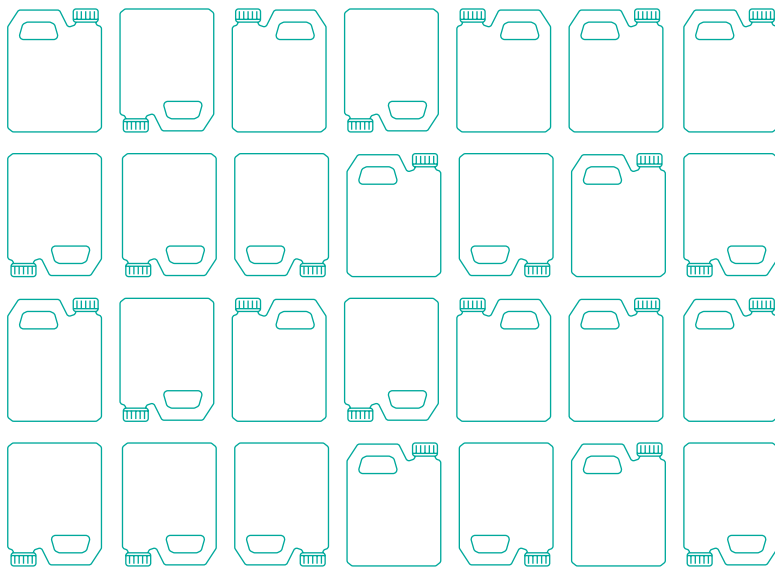
Total Toneladas Residuos generados ●

Toneladas residuos industriales peligrosos ●

Residuos reciclados ●

## RECICLAJE DE ENVASES Y PLÁSTICOS EN LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA

La producción de materias primas agrícolas requiere del uso de fertilizantes, pesticidas y herbicidas, los que deben ser utilizados correctamente para no afectara a las personas ni al medio ambiente. Por ello IANSA se preocupa de implementar una serie de buenas prácticas en relación a los envases, tanto en los campos propios de remolacha y tomate, como en los predios de agricultores externos que producen materias primas. En Chile la empresa adhirió al Programa Campo Lindo de la Asociación Nacional de Fabricantes e Importadores de Productos Fitosanitarios Agrícolas (AFIPA<sup>(29)</sup>). En esta iniciativa se incluye un Programa de Manejo de Envases Vacíos que contempla la recepción de envases gratuita para su adecuada eliminación<sup>(30)</sup>. AFIPA emite un certificado acreditando el destino seguro de los envases.



(29) Más información de AFIPA en sitio web: <http://www.afipa.cl/web/index.php/quienes-somos/que-es-afipa>

(30) En Chile se debe dar conformidad a lo señalado en el Reglamento Sanitario sobre Manejo de Residuos, decreto 148 del Ministerio de Salud.

## RESIDUOS LÍQUIDOS

En la producción de azúcar, jugos de fruta y pasta de tomate, es necesario utilizar agua para el lavado de las instalaciones. Esta agua tiene altos contenidos de material orgánico, no contaminante.

En el caso de las plantas azucareras, el agua es descargada a lagunas, donde es tratada. La empresa ha implementado una serie de mejoras para reducir la generación de residuos líquidos. Estas iniciativas están descritas en la sección "[Consumo de agua en las fábricas](#)".<sup>↗</sup> Igualmente, ha realizado importantes inversiones para evitar eventos molestos a las comunidades vecinas.



Planta Riles

# Olores

## IANSA avanza en el control de olores molestos a través de procedimientos biológicos en el tratamiento de Riles.

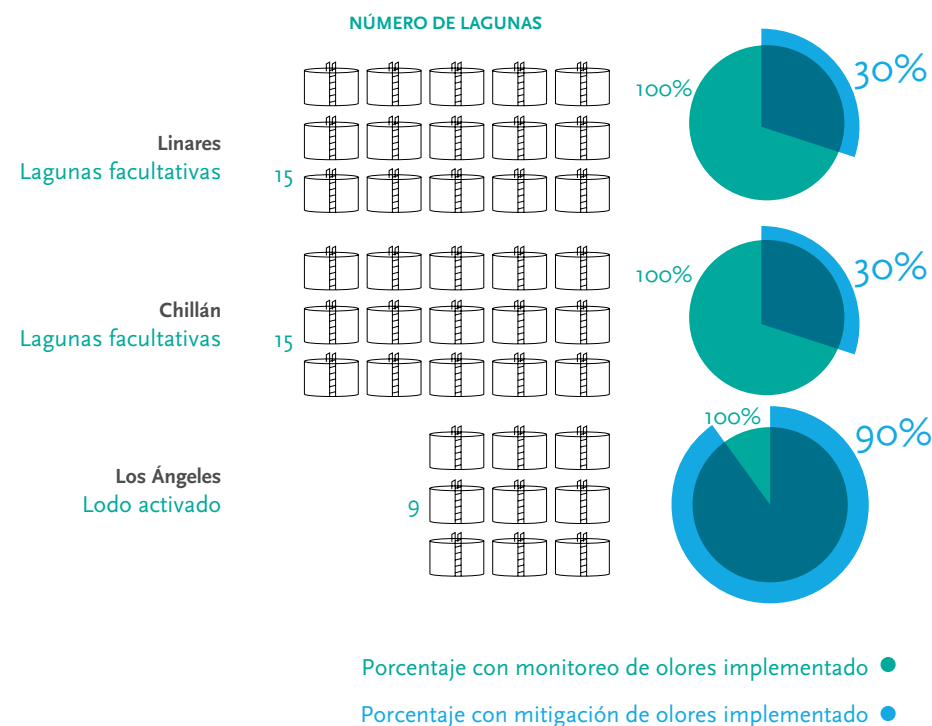
### GENERACIÓN DE OLORES

Del proceso de producción de azúcar no emanan olores. No obstante, las aguas con contenido orgánico, que son descargadas a lagunas para su tratamiento, tienen el potencial de producirlos.

IANSA cuenta con un Plan de Gestión de Olores, que es apoyado con un estricto protocolo y diversas acciones asociadas a su control desde la generación. Adicionalmente, dispone de un Plan de Contingencias y Emergencias, que ha sido entregado a la autoridad correspondiente. Con el objetivo de reforzar dicha gestión, durante 2016 se presentó una Declaración de Impacto Ambiental<sup>(31)</sup> (DIA) para mejorar el sistema en la planta de Los Ángeles.

La planta Linares tiene un sistema de “Lagunas Facultativas<sup>(32)</sup>” y la de Ñuble, de aireación con degradación biológica. En Los Ángeles se avanzó en 2016 en la implementación de un nuevo sistema llamado “Lodos Activados<sup>(33)</sup>”. Se espera que este sistema, 50% más eficiente en la remoción de la carga orgánica, no genere olores que incomoden a las comunidades vecinas. No obstante, la puesta en marcha del tratamiento biológico no estuvo libre de problemas y, debido a una acidificación, en 2016 originó la emisión de olores molestos en los alrededores de la planta. Dicha situación fue controlada a través de mecanismos de control de acidificación.

### Monitoreo y tratamiento de olores en lagunas de tratamiento de Riles



(31) “Regularización y Mejoramiento del Sistema de Tratamiento de Riles, Planta Azucarera Los Ángeles, IANSAGRO” (Ingresada en agosto 2016).

(32) Lagunas facultativas: operan en su estrato superior como lagunas aerobias (con alta cantidad de oxígeno) y en su estrato inferior como anaeróbicas (sin presencia de oxígeno), mientras que en el estrato intermedio -como es una mezcla- se pasa a llamar facultativa.

(33) El lodo activado es un proceso de tratamiento por el cual el agua residual y el lodo biológico (microorganismos) son mezclados y aireados en un tanque denominado reactor.





100% DE LAS LAGUNAS DE  
TRATAMIENTO DE RILES  
CUENTA CON SISTEMAS DE  
MONITOREO DE OLORES.

DE ELLOS, UN 55%  
CUENTA CON UN  
SISTEMA DE MITIGACIÓN  
IMPLEMENTADO.



# Energía

La energía es clave para la producción de IANSA. Es necesaria en los procesos de transformación de materias primas y en la producción de alimentos libres de químicos.

## EFICIENCIA ENERGÉTICA

### Sistemas de Gestión

En las metas de la Compañía se ha incorporado la necesidad de mejorar el desempeño energético de sus instalaciones. Ejemplo de ello son las plantas azucareras, las que a partir de 2016, controlan indicadores como consumo de combustible y energía. Esto permite gestionar, establecer metas y reducir su consumo sin perjudicar los rendimientos de producción.

Patagoniafresh mantiene una Certificación en Gestión Energética – ISO 50001- en las Plantas de San Fernando y en Molina. Esta norma certifica la existencia de Sistemas de Gestión de Energía.

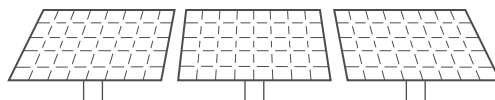
### Piloto En Energías Renovables No Convencionales (ERNC)

Para IANSA las ERNC son una alternativa limpia, inagotable y amigable con el medio ambiente. Es por ello que están siendo testeadas en un piloto a escala industrial en la planta azucarera de Los Ángeles. Iniciado en 2015, el proyecto incluye 32 paneles solares destinados al alumbrado del sector del Sistema de Tratamiento de Riles, con una potencia nominal de 130-140 W cada uno, que permite generar 6.053 KWh/h año para complementar los sistemas vigentes.

### Avances en Eficiencia Energética

Las plantas productivas avanzan en distintos proyectos de eficiencia energética, los más destacables son:

- La planta Ñuble avanzó en tres proyectos relevantes. Primero, en el reemplazo de turbogeneradores de vapor para alcanzar el autoabastecimiento de energía e inyectar remanente energético al Sistema Interconectado Central (SIC). Segundo, en la redistribución de los consumos de vapor de la estación evaporadora, para consumir menos vapor y optimizar la generación de energía eléctrica. Y tercero, en la modernización de las instalaciones de bodegas, incorporando la eficiencia energética como elemento clave en el diseño y ejecución.
- En las plantas azucareras de Los Ángeles y Linares se desarrollaron proyectos para mejorar la excelencia operacional y optimizar el consumo de energía, vapor y agua, con el objetivo de disminuir la pérdida del producto terminado.
- Las plantas productoras de jugos concentrados también han realizado mejoras en eficiencia energética. Ejemplo de lo anterior es la instalación de economizadores en las chimeneas de las calderas de Molina y San Fernando. Adicionalmente, se mejoró el sistema de alimentación de agua para las calderas en la planta de Molina.
- Las plantas de producción de pasta de tomate han implementado mejoras en sus equipos informáticos cambiando los monitores por unos que consumen la mitad de la energía eléctrica.



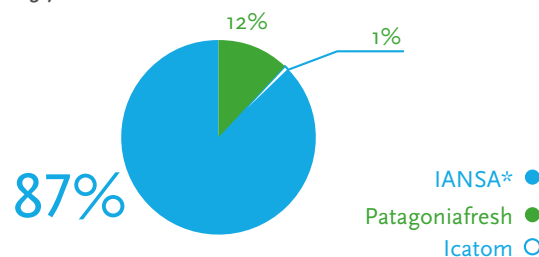


**Colorímetro en la planta de Los Ángeles:** mide el color del azúcar y disminuye el consumo de energía y agua en el proceso azucarero.



**Cristaloscopio en planta de Los Ángeles:** optimización de punto de generación de cristal de azúcar, lo que implica menos consumos específicos de vapor y energía.

**Consumo energía total**  
Gigajoules año 2016



\* Incluye el consumo del negocio de azúcar, nutrición animal, planta de endulzantes y alimentos para mascotas. No incluye centro corporativo en Santiago, combustibles para transporte de personal ni maquinaria agrícola.

### Consumo de energía

La energía es un costo importante en la producción de azúcar, jugos y pasta de tomate. Es clave y estratégica para el funcionamiento de los equipos que llevan adelante los procesos de transformación de las materias primas.

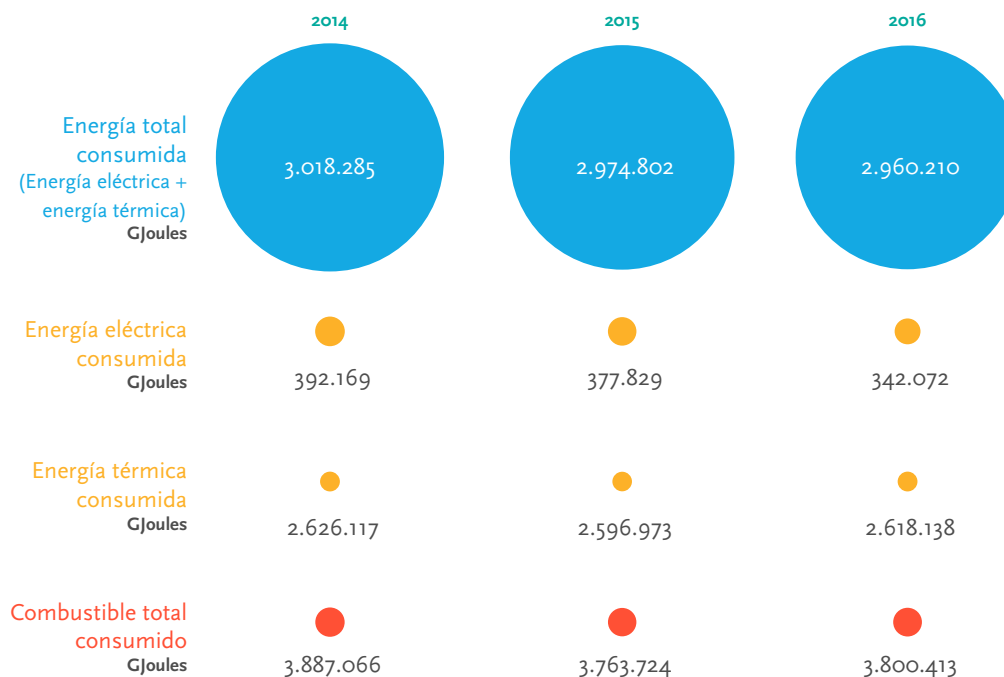
La empresa consumió en 2016 un total de 2.960.210 GJ de energía, un 88% fue energía térmica (vapor utilizado para los procesos) y el restante 22% como energía eléctrica (de ella un 60% es comprada y un 40% autogenerada).

El 87,6% de la energía es consumida en el proceso de generación de azúcar, alimentos para animales e insumos agrícolas, un 11,7% es consumida en la producción de jugos en Patagoniafresh y el 0,7% en la producción de pasta de tomate en Icatom.

El consumo de combustibles alcanzó en 2016 a 3.800.413 GJ, la mayor parte es utilizado para la generación de vapor, el que es producido a partir de la combustión de carbón, petróleo y biomasa.

Adicionalmente IANSA consume otros tipos de combustibles (coque, antracita y petróleo) en procesos distintos a la generación de vapor (secado, generación eléctrica y calcinación).

### Consumo de energía y combustible<sup>(34)</sup>



<sup>(34)</sup> Información incluye IANSA, Patagoniafresh e Icatom.

# Fertilizantes y Pesticidas en los Cultivos

El uso adecuado de fertilizantes y pesticidas en las materias primas extraídas de la tierra ha sido un tema desarrollado por IANSA en las últimas décadas, generando con ello conciencia respecto del cuidado del medio ambiente a la vez de la obtención de productos agrícolas de mejor calidad.

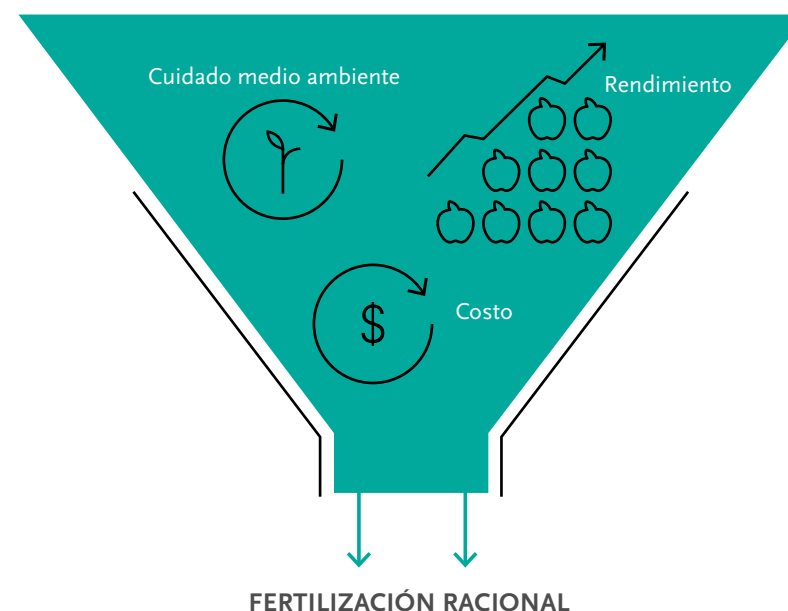
## USO RESPONSABLE DE FERTILIZANTES Y PESTICIDAS

### Fertilización más racional de la remolacha

Una fertilización racional pasa por un complejo trabajo de investigación, desarrollo y transferencia tecnológica a los agricultores remolacheros. Se busca lograr un equilibrio que permita los [mejores rendimientos](#), con un cuidado en el costo y rentabilidad del cultivo, así como el resguardo del medio ambiente. Las preguntas de qué, cuándo, cómo y en qué volumen aplicar los fertilizantes son respondidas por los equipos técnicos de IANSAGRO que asesoran a los agricultores remolacheros.

El suelo posee cierta cantidad de nutrientes los que se determinan haciendo un análisis específico de éste. En base a los requerimientos del cultivo y al aporte del suelo, la empresa hace una recomendación específica para la realidad de cada agricultor. Esto ha permitido racionalizar el uso de fertilizantes logrando bajas considerables, en los últimos 20 años, en la dosis total aplicada.

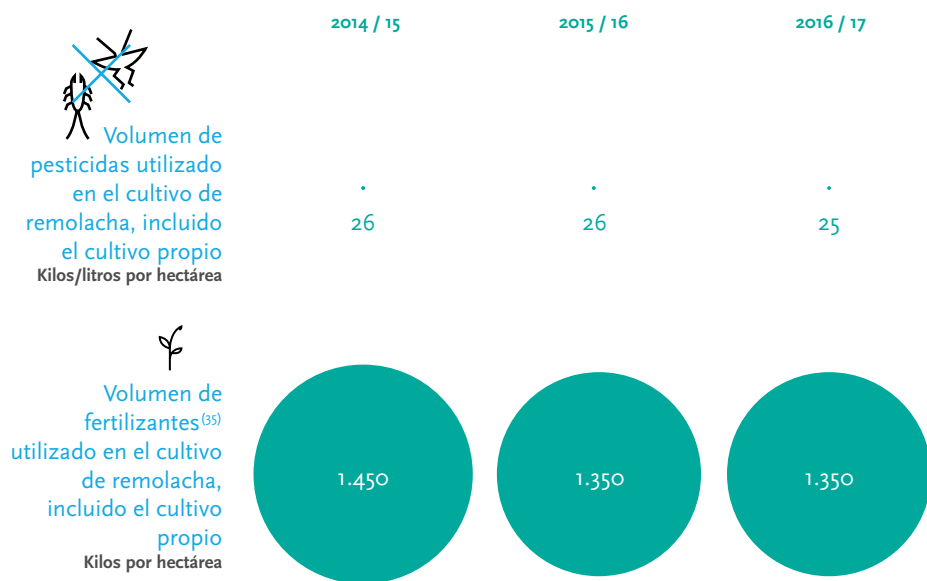
El manual cultivo de la remolacha desarrollado por IANSAGRO entrega a los agricultores todas las pautas para un uso racional y responsable de fertilizantes y pesticidas.



### Investigación & Desarrollo

IANSA GRO cuenta con un departamento de I+D el que, entre otros temas, realiza ensayos de campo para determinar los requerimientos nutricionales de la remolacha, así como las mejores combinaciones de éstos para aumentar la productividad. Para ello se han desarrollado análisis y métodos que han permitido alcanzar excelentes resultados en productividad. Igualmente se realiza investigación respecto de la utilización de pesticidas y herbicidas para lograr un uso racional de éstos.

### Uso de fertilizantes en el cultivo de remolacha



(35) Considera la suma de la media usada de los siguientes fertilizantes: Super FosfatoTriple (TSP), Úrea (GUR); Fertilizante en mezcla y Fertiyeso.

## CONTROL DE PESTICIDAS EN LA PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS

El periodo de carencia, es decir, el tiempo que se requiere para que un pesticida aplicado sea degradado por una planta para consumo humano, es un tema de alta sensibilidad en la producción de alimentos. En el caso de la pasta de tomate de Icatom y los jugos concentrados de Patagoniafresh se realizan chequeos permanentes para asegurar el cumplimiento de los límites máximos permisibles para la carga de pesticidas, valores establecidos en las normas alimentarias.





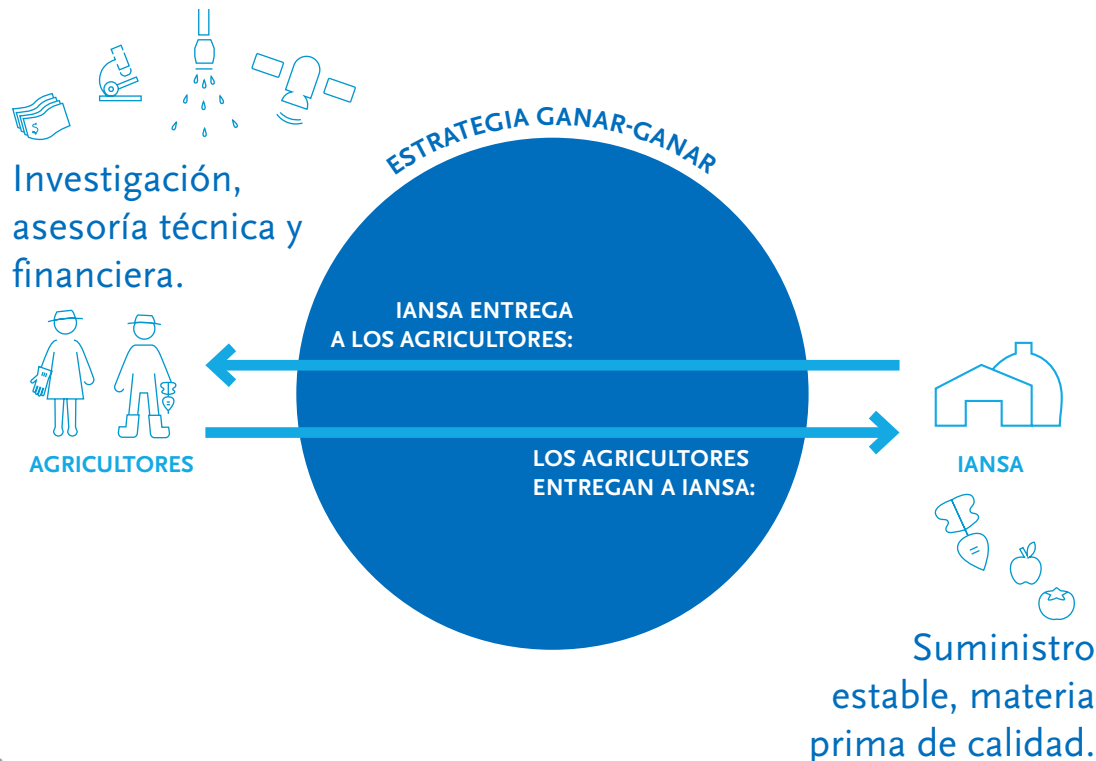
# Aporte al Desarrollo Agrícola

Durante más de 60 años IANSA ha estado comprometido con el mundo agrícola para obtener los mejores alimentos. El desarrollo económico y social forma parte de la estrategia ganar-ganar que ha estado siempre en la visión de la empresa.

## MÁS DE 60 AÑOS PRESENTES EN LA AGRICULTURA

### Mirada estratégica

Desde sus inicios IANSA ha buscado generar con los agricultores remolacheros una relación sostenida y que agregue valor. La empresa desarrolla investigación y entrega asesoría técnica y financiamiento a los agricultores de remolacha, con la finalidad de aumentar el rendimiento del cultivo a través de la tecnificación (mejoramiento de variedades, manejo del cultivo, riego y maquinaria), y de resguardar un desarrollo amigable con el medio ambiente.



Roberto Hiribarren  
"Agrícola El Encuentro"

**100%**  
de los productores  
de remolacha recibe  
asistencia técnica.

**Desarrollo del sector agrícola**

## PRODUCCIÓN DE AZÚCAR

Agricultores que  
cultivan remolacha  
bajo un contrato con  
IANSA



Número de agricultores

918

845

717

Hectáreas cultivadas



18.290

18.463

14.063

Número de contratos

1.240

1.180

1.106

Asistencia técnica  
% de agricultores que  
reciben asistencia técnica  
de IANSA

100%

100%

100%

Parcelas  
demostrativas  
Superficie (há)

357

348

128

## PRODUCCIÓN DE JUGOS

Agricultores que  
proveen de frutas a  
Patagoniafresh  
Número de agricultores



-

547

556

## Innovación y transferencia tecnológica han impulsado el desarrollo agrícola

La empresa ha sido pionera en el impulso del desarrollo agrícola en la zona centro sur de Chile. Ejemplo de ello ha sido la incorporación de tecnología de punta en el cultivo de remolacha, la que fue transferida por los mismos agricultores hacia otros cultivos agrícolas. Innovaciones como el riego tecnificado, el uso de maquinaria de siembra, cosecha y otras labores propias del cultivo, llevaron a que la remolacha sea una producción de alto rendimiento [\(ver "Agricultura de remolacha de estándar mundial"\)](#).

Estas innovaciones han generado un positivo impacto en el medio ambiente, permitiendo un menor deterioro de los suelos de cultivo, mayor eficiencia en el uso de agua, fertilizantes, herbicidas y pesticidas en los campos [\(ver "Uso responsable de fertilizantes y pesticidas"\)](#). Además, el uso de metodologías innovadoras les ha permitido optimizar sus costos y rentabilizar su cultivo, todo apoyado por contratos formales para la siembra.

El contar con un área de asistencia técnica permite que todos los agricultores que producen remolacha puedan recibir este tipo de apoyo. Dicho trabajo es desarrollado por profesionales especializados en el cultivo de remolacha, quienes con dedicación y compromiso están pendientes de cada una de las fases de producción, desde la preparación del suelo, pasando por la siembra y hasta la cosecha.



Exequiel Lillo

Más información del Aporte al Desarrollo  
Agrícola y la Transferencia de tecnología:



# Remolacha de clase mundial

Promover la eficiencia del negocio de los productores de remolacha ha sido un pilar en empresas IANSA. Los reconocimientos internacionales en materia productiva han sido un estímulo para seguir mejorando.

## AGRICULTURA DE REMOLACHA DE ESTÁNDAR MUNDIAL

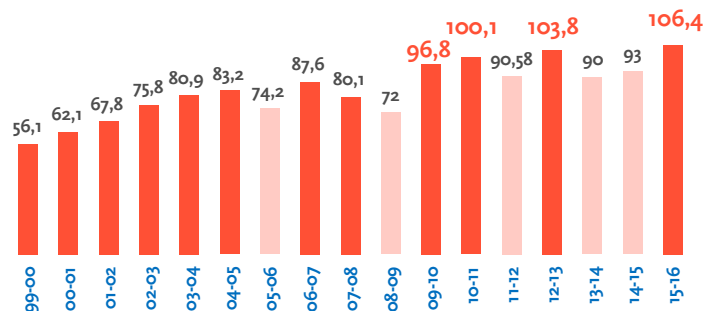
En 2016 se logró el mayor rendimiento a nivel mundial en remolacha azucarera y el mejor en la historia de IANSA.

La temporada 2015-2016 fue un hito mundial en la producción de remolacha. Gracias al trabajo en equipo entre la Compañía, los agricultores que producen remolacha y los prestadores de servicios, entre otros, se logró un rendimiento de 106,4 TRL/ha, en una superficie de 14.063 hectáreas, que se suma a los tres obtenidos en los periodos anteriores.

Este resultado requiere de un trabajo de excelencia en distintas actividades como: preparación de suelos, fertilización balanceada, siembra oportuna, riego, control de plagas y enfermedades y control de malezas adecuados. Para ello la empresa impulsa por más de 20 años líneas de investigación en estas materias, cuyo foco es potenciar el rendimiento, con un adecuado control de los costos.



Rendimiento TRL/Ha B16







# POR CUARTO AÑO IANSA ES CAMPEÓN MUNDIAL EN PRODUCTIVIDAD EN EL CULTIVO DE REMOLACHA.



# Estándares de sostenibilidad

Producir azúcar, jugos y pasta de tomate de calidad requiere materias primas de primer nivel. Para IANSA este es un tema central y arraigado en su cultura por muchos años.

## ESTÁNDARES DE SOSTENIBILIDAD EXIGIDOS A PRODUCTORES DE REMOLACHA

Avanzar en mejorar la sostenibilidad del país es tarea de todos. Por ello IANSA hace bastante tiempo se preocupa de mejorar las técnicas productivas en el cultivo de remolacha.

Cada año implementa mejoras sustantivas como, por ejemplo:

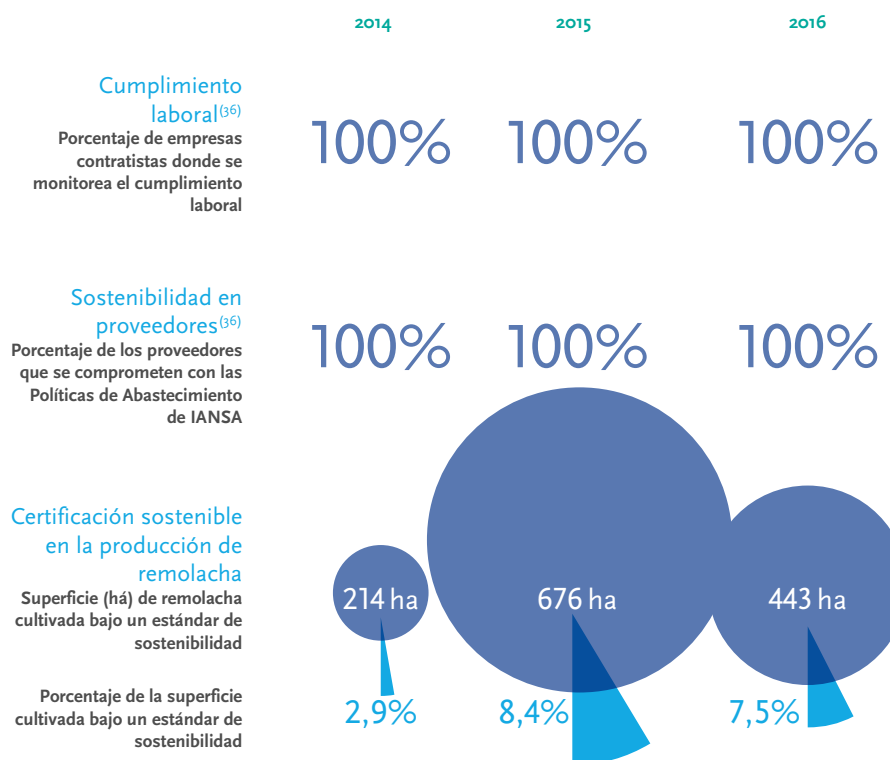
- Eficiencia en el uso de agua en la producción de remolacha.
- Mejor gestión de residuos peligrosos en los campos, por ejemplo, de los envases de pesticidas.
- Uso eficiente de fertilizantes, pesticidas y todo tipo de agroquímicos.
- Respeto por la biodiversidad y el cuidado del suelo.

### Nuevas tecnologías en línea para resguardar la sostenibilidad

El sistema de registro en terreno “Agrobook”, implementado en la temporada 2015-2016, sirve para mantener en línea información relevante del proceso productivo de la remolacha y conservar información histórica para un mejor seguimiento del desempeño.

**100%** de los proveedores se comprometen con las políticas de abastecimiento de IANSA.

### Sostenibilidad en la cadena de suministro



(36) Información incluye IANSA e Icatom.

## Certificación en Sostenibilidad Unilever

La producción sostenible de remolacha forma parte de las exigencias que hace UNILEVER en su certificación de azúcar sostenible. La empresa cuenta con un plan de abastecimiento agrícola, que busca garantizar una gestión responsable por parte de sus proveedores en los siguientes ámbitos: deforestación, uso de la tierra, problemas sociales y relaciones con la comunidad.



**443 hectáreas**  
de remolacha producidas están  
certificadas en este programa, lo  
que corresponde al  
**7,5%** de la superficie cultivada.

Al 2017 esta cifra alcanzó el  
**100%**  
de la remolacha producida por  
TERRANDES en la zona de Ñuble.

# Calidad de vida

Para IANSA sus colaboradores son el centro de su negocio. Por ello orienta sus esfuerzos en crear espacios de trabajo que mejoren su calidad de vida y representen un buen ambiente laboral en el cual desempeñarse.

## CONTEXTO LABORAL

El empleo generado por IANSA en 2016 alcanza las 2.412 personas, incluidas sus operaciones en Chile y Perú. Existe un especial vínculo en torno a la actividad fabril de las plantas azucareras. Conocido es el aprecio y orgullo que representa entre los colaboradores y la comunidad local el ser un “Iansino”.

Habitualmente, en el país se discute respecto de las condiciones salariales de los trabajadores. En IANSA el 100% de los colaboradores tiene un sueldo base (es decir, sin bonos y horas extras) que supera el sueldo mínimo.

### Empleo generado

Para mayor información revisa el sitio web de nuestra Memoria Anual 2016:



52%

son trabajadores  
permanentes

1.614

IANSA

49% son

trabajadores  
permanentes

222

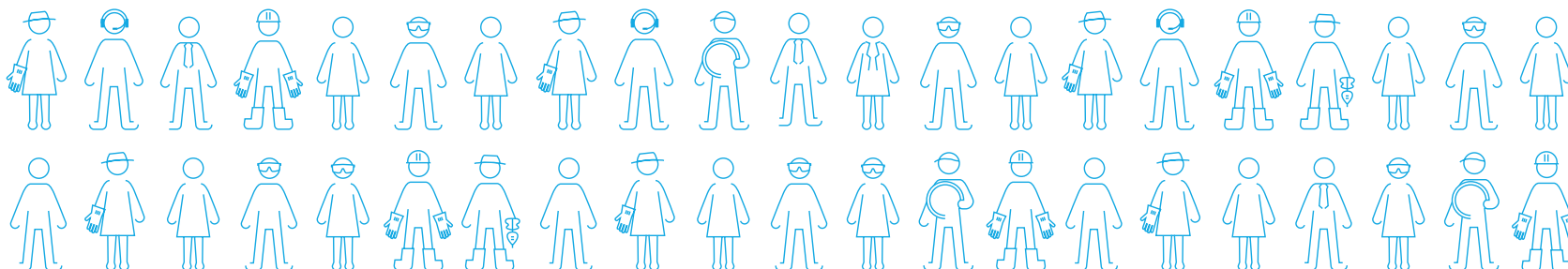
PATAGONIAFRESH

17%

son trabajadores  
permanentes

576

ICATOM

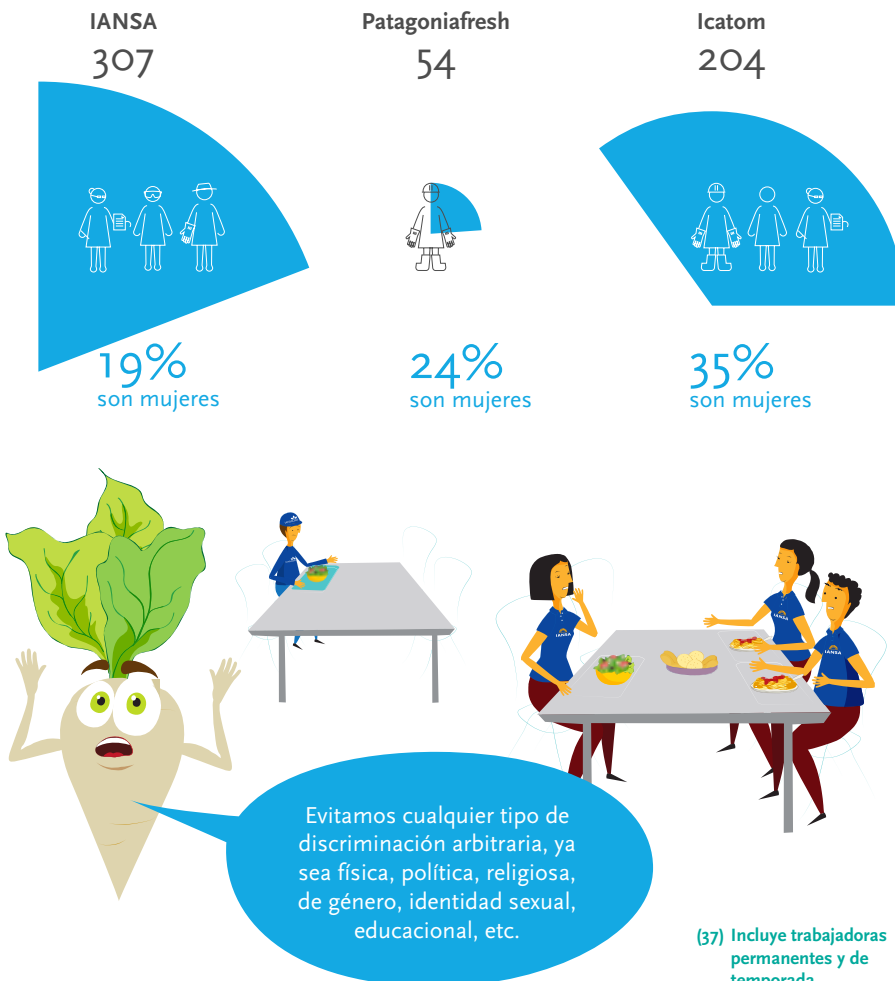




## DIVERSIDAD

Los aspectos de inclusión laboral están considerados en la cultura de la empresa. El Código de Ética hace mención explícita a evitar cualquier tipo de discriminación arbitraria ya sea física, política, religiosa, de género, identidad sexual, educacional o de cualquier otro tipo.

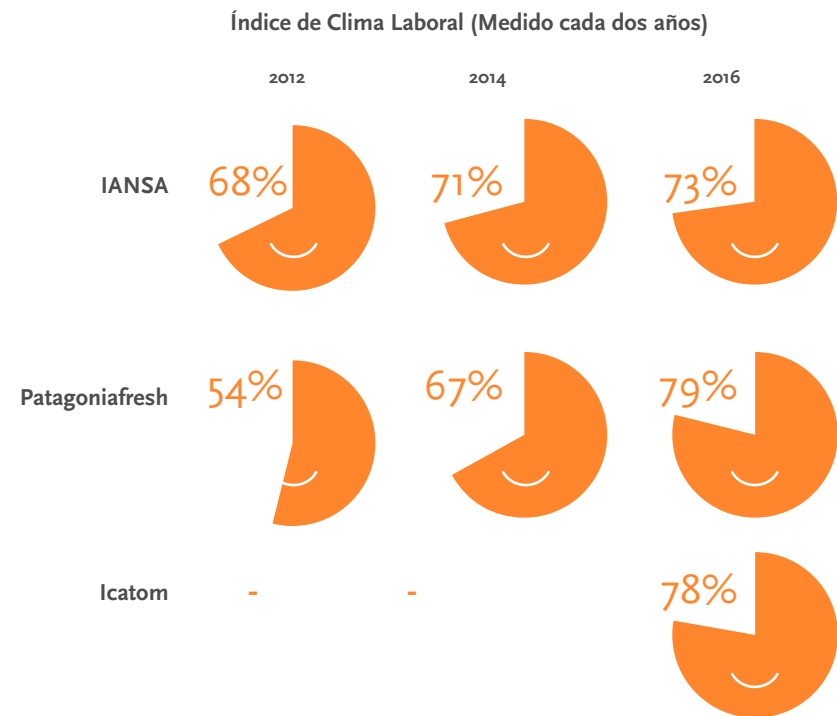
En la empresa las mujeres tienen un espacio importante: 23,4% de los colaboradores son mujeres<sup>(37)</sup> y se desempeñan en distintos cargos.



## COMPROMISO CON EL TRABAJO

Contar con un ambiente de trabajo constructivo ayuda a mejorar el desempeño general y la productividad. IANSA mide este ambiente a través de una encuesta de clima laboral que se aplica cada dos años. La medición de 2016 mostró, nuevamente, un alza en el índice<sup>(38)</sup>, el cual subió de 71% a 73% en IANSA, y de 67% a 79% en Patagoniafresh. Icatom midió en 2016 por primera vez el clima laboral, obteniendo un 78% de satisfacción.

La rotación de colaboradores en 2016 fue de 13%.



(38) Incluye solo colaboradores de IANSA, no de Patagoniafresh ni de Icatom.



## BENEFICIOS QUE APORTAN A LA CALIDAD DE VIDA

IANSA realiza constantes esfuerzos para mejorar las condiciones laborales de sus trabajadores y posee un amplio programa de beneficios y convenios, llamado “IANSA Disfruta”, que está orientado al bienestar del colaborador y de su familia.



Este programa consta de cinco categorías:

### 1. Lo Disfrutas Tú: Beneficios orientados a mejorar la calidad de vida, considerando las necesidades de bienestar, seguridad, entretención y sana convivencia.

Esta categoría contempla los beneficios relacionados con celebraciones de fechas especiales, cofinanciamiento de estudios de pre y post grado y el Programa Beneficiate.

El Programa Beneficiate se activa al momento de un retiro anticipado para reconocer la trayectoria del colaborador en la Compañía, como un gesto de agradecimiento a su compromiso y a su actitud, en todos los años que trabajó en la empresa. Incluye el pago de un sueldo base adicional como parte de la indemnización, un segundo sueldo base como un depósito convenido y la mantención del seguro de salud por seis meses. Además, se le realiza una ceremonia especial de reconocimiento, en la que se comparte con la familia del colaborador. En 2016 cinco personas se acogieron a este programa y ocho lo hicieron en 2015.

### 2. Lo Disfruta tu Familia: Beneficios para disfrutar con los que más se quiere, enfocados a contribuir a la conciliación entre la vida familiar y laboral.

En esta categoría está el Programa de Asistencia al Empleado (PAE) que consiste en un espacio de consulta confidencial para resolver inquietudes en temas legales, financieros y/o psicológicos.

También incluye la asignación de escolaridad y becas para los hijos de los colaboradores

que cursan estudios universitarios. Una de las instancias más valoradas por los “Iansinos” es el Premio de Excelencia Académica, cuyo objetivo es reconocer el esfuerzo que los hijos hacen para obtener las mejores calificaciones. 24 niños fueron premiados en 2016 y 33 niños en 2015.

### 3. Lo Disfruta tu Salud: Beneficios para el cuidado de la salud y para mejorar la calidad de vida.

Esta categoría cuenta con Seguro de Vida, Seguro Complementario de Salud, Dental y Catastrófico. Además, este año implementamos en todas las plantas “La semana de la salud”, con charlas informativas, campañas de vacunación, asesorías nutricionales y consultas oftalmológicas.

### 4. Lo Disfrutas Cada Día: Beneficios y actividades recreativas orientas a la diversión y tiempo libre.

En esta categoría se encuentran los distintos convenios con diarios, gimnasios, hoteles, restaurantes, arriendo de automóviles, etc.

### 5. Lo Disfrutas como Tú Quieras: Programa de beneficios flexibles que se adaptan a los gustos e intereses de cada uno de los colaboradores.

Esta categoría, lanzada el año 2016, consiste en que a cada colaborador se le asignan 3.000 puntos al año, los cuales puede canjear por tiempo libre para disfrutar como quiera. La tasa de uso de este beneficio en su primer año fue de un 70%.



La Planta de San Fernando fue certificada por SENDA en el proyecto “trabajando con la calidad de vida”.

# Relaciones Laborales

Los lazos de confianza y respeto son la base de las relaciones laborales en IANSA. Cultivar el buen trato y el compañerismo es tarea de todos quienes trabajan en la Compañía.

## CONTEXTO LABORAL

En 2017 entró en vigencia una nueva ley laboral. Chile atraviesa por un proceso de reforma laboral que implica nuevos desafíos para las relaciones en todas las empresas.

La Compañía cuenta con ocho sindicatos, los que en forma conjunta son representados por una federación sindical de Empresas IANSA, totalizando con ello nueve sindicatos en toda la Compañía.

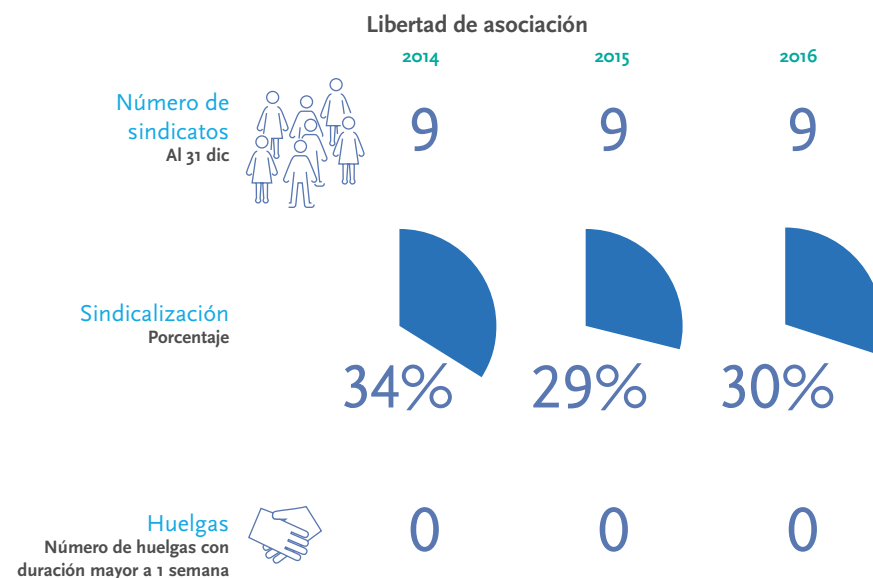
## RELACIONES SINDICALES

La valoración integral de las personas en su calidad de seres humanos es clave en la relación que se construye entre quienes trabajan en la empresa. El respeto y la consideración son intransables.

IANSA mantiene relaciones colaborativas de largo plazo con sus trabajadores, las organizaciones que los representan y las autoridades que velan por su bienestar, a través del diálogo y la búsqueda de acuerdos. Para ello, se realizan reuniones periódicas con los líderes sindicales, quienes son los precursores del cambio en la Compañía.

Actualmente, están en vigencia dos contratos y un convenio colectivo, en IANSAGRO S.A., LDA S.A. y PATAGONIAFRESH.

**31%** de los  
colaboradores pertenece  
a uno de los 9 sindicatos.



# Capacitación y desarrollo

Desde sus orígenes, la Compañía ha puesto especial atención en la capacitación de sus colaboradores y en promover una mejor educación para sus hijos.

## MEJORAR LA CULTURA DE EXCELENCIA

En IANSA la capacitación y el desarrollo son pilares fundamentales para generar un cambio cultural. Desde hace varios años la empresa se preocupa de avanzar hacia una cultura de la excelencia, con el objetivo de que cada colaborador se comprometa a optimizar las tareas realizadas y los procesos en los que participa.

La empresa favorece la capacitación ocupacional de sus trabajadores al promover, facilitar y desarrollar sus actitudes, habilidades o grados de conocimiento, permitiéndoles mayores oportunidades y mejores condiciones de vida y de trabajo.

Para ello se avanza en un intenso programa de capacitación técnica, que se ha realizado en forma transversal para mejorar los procesos productivos. En paralelo, se está trabajando con los colaboradores en el uso de un software para asegurar que la plataforma de e-learning, que será estrenada durante 2017, pueda ser aprovechada por todos. A la fecha se han capacitado 370 personas, mayoritariamente de las plantas azucareras.

### Capacitación y desarrollo

|                                                                                                                                                                        | 2014  | 2015  | 2016  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|
| <b>Trabajadores capacitados</b><br>Número                                           | 1.037 | 1.261 | 1.157 |
| <b>Promedio de horas de formación</b><br>Promedio de horas por colaborador propio.  | 20    | 23    | 36    |
| <b>Monto invertido en capacitación</b><br>Miles de US\$                            | 135   | 243   | 287   |
| <b>Monto invertido por trabajador</b><br>US\$                                     | 85    | 147   | 178   |

**73%** de los colaboradores recibió Capacitación en 2016.



# Seguridad y Salud Ocupacional

La seguridad y salud ocupacional, y la seguridad en las plantas, son factores claves en la nueva IANSA. El plan estratégico 2022 ha definido que estos temas son prioritarios para el presente y futuro de la Compañía.

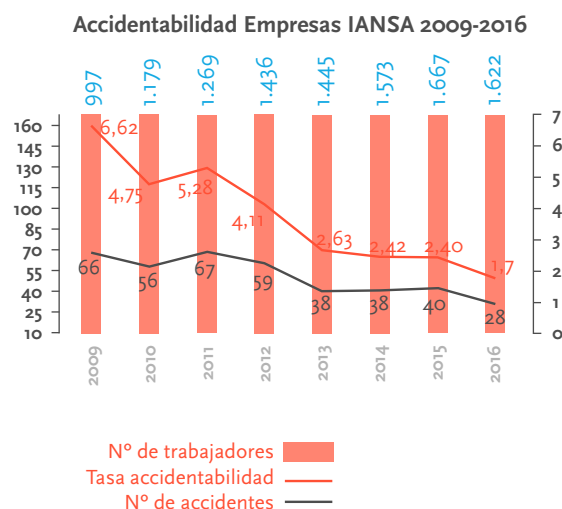
## MÁS SEGURIDAD PARA LOS COLABORADORES

Contar con espacios de trabajo seguros es clave para la empresa. Es por ello que IANSA cuenta con un sistema de gestión en seguridad. Paulatinamente, se avanza en la certificación en OHSAS 18001. Las plantas de Patagoniafresh en San Fernando, Molina y Quepe ya están certificadas. Las otras instalaciones y filiales de IANSA cuentan con un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional. Por su parte, la Política de Prevención de Accidentes del Trabajo y Enfermedades Profesionales está vigente en todas las operaciones de IANSA.

La aplicación de los estándares de seguridad y salud ocupacional de forma transversal en la totalidad de las filiales de la Compañía ha permitido disminuir la tasa de accidentabilidad de 2,4%, en 2014, a 1,7%, en 2016. A partir de 2017 se están empleando herramientas informáticas que apoyan el control operacional de los procesos y potencian la gestión de seguridad basada en la conducta de las personas.

Se avanza en mejorar una cultura preventiva, anticipando los riesgos. Es por ello que se han reforzado las capacitaciones dirigidas a colaboradores y contratistas, como parte del programa anual de seguridad y salud ocupacional.

La buena coordinación entre IANSA, sus empresas contratistas y subcontratistas, permite una mejora continua del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional. Esto se refleja en un 75% menos de accidentes ocurridos el año 2016 en comparación con el 2015.



**3,9** veces se ha reducido la tasa de accidentabilidad de IANSA, desde el año 2009.

## Accidentabilidad y Salud Ocupacional

|                                                                        |                | 2014 | 2015 | 2016 |
|------------------------------------------------------------------------|----------------|------|------|------|
| Fatalidades en colaboradores y contratistas                            | Número         | 0    | 0    | 0    |
| Índice de frecuencia en colaboradores y contratistas                   | IANSA          | 12   | 12   | 7    |
| Número de accidentes con tiempo perdido por millón de horas trabajadas | PATAGONIAFRESH | 34   | 57   | 7    |
|                                                                        | Icatom         | 4    | 3    | 4    |
| Enfermedades profesionales en colaboradores y contratistas             | Número         | 0    | 0    | 0    |



# Relación con la comunidad

La política de sostenibilidad de la empresa tiene su eje principal puesto en la comunidad que rodea sus centros productivos: IANSA es parte de la comunidad y la comunidad es parte de IANSA. Generaciones completas de familias han trabajado en las plantas, lo que habla de una relación muy estrecha e histórica.

## CONTEXTO HISTÓRICO

IANSA comienza su relación con la comunidad en el año 1953, cuando se construye la primera planta azucarera en la ciudad de Los Ángeles. Desde entonces, la Compañía ha procurado generar desarrollo y empleo sostenible en el centro sur del país, particularmente, en esta zona agrícola. Hoy, gracias al desarrollo y crecimiento urbano, parte de los centros productivos de la empresa están insertos en la ciudad.

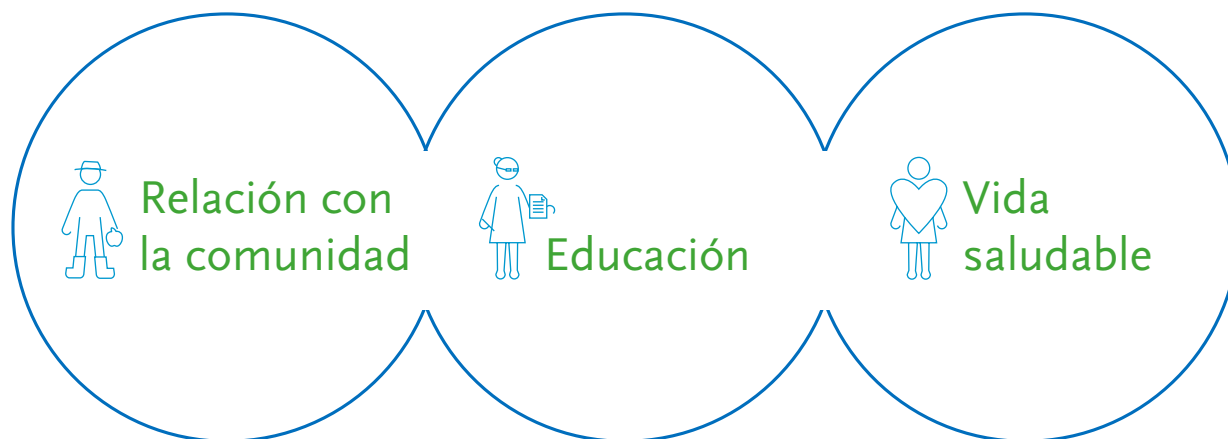
Con el tiempo se ha ampliado la oferta productiva, con el consecuente emplazamiento hacia nuevas localidades. Esto ha relevado la importancia de contar con una estrategia comunitaria, que se sostiene en tres ejes: relación con la comunidad, educación y vida saludable.

## ESCUCHAR MÁS A LOS VECINOS

Con el objetivo de profundizar los lazos con las comunidades vecinas a las plantas, en 2016 se elaboró un mapa actualizado con los principales temas que motivan y preocupan a los grupos de interés locales, en el entorno de las plantas azucareras de Ñuble, Linares y Los Ángeles. Gracias a este mapeo se definieron las líneas de trabajo prioritarias para el relacionamiento.

Para la confección de este mapa se realizaron más de 30 reuniones con actores sociales relevantes de comunidades aledañas: vecinos del sector, organizaciones sociales y ambientales, autoridades municipales y locales, y personal de las plantas azucareras.

## ESTRATEGIA COMUNITARIA



# 1.194

personas de la comunidad local participaron en el programa de visitas a las plantas y predios, en las diferentes zonas productivas.

## Temas relevantes para la comunidad vecina

Del estudio se extrae que existen temas relevantes que son similares en las tres plantas. Las percepciones y temas de preocupación varían en función de la cercanía geográfica con la empresa. En Los Ángeles la empresa ya está emplazada en la ciudad por muchos años, en Linares la comunidad ha comenzado a habitar terrenos cercanos a la planta en los últimos 10 años, en cambio Ñuble aún mantiene mayor lejanía geográfica con las comunidades vecinas.



### Preocupación por aspectos ambientales

- En las tres ciudades existe preocupación por el medio ambiente, siendo la calidad del aire la principal preocupación. En las tres localidades los estudios oficiales muestran que la leña es la principal responsable de los problemas de mala calidad del aire.
- La comunidad identifica aspectos de la actividad de IANSA que generan molestias, por ejemplo, olores percibidos en ciertas épocas, ruidos y vibración percibidos durante las campañas remolacheras y molestias por impacto vial generado por el transporte.



### Vínculo de la empresa con actores sociales y municipales

- La empresa es percibida como un actor relevante en la economía de la región, y enfocada en el desarrollo de su negocio, con una estrecha relación con el agro remolachero.
- Las organizaciones sociales distintas al mundo remolachero perciben a la empresa como distante y les gustaría una mejora en la forma de comunicarse y relacionarse con ellos.
- Las acciones sociales que realiza IANSA, son conocidas mayoritariamente por las organizaciones beneficiadas, en cambio otros actores sociales tienen poca información de ellas.



### Temas sociales que son demandas particulares de cada comunidad vecina

- Existen otros temas de importancia, que no son consecuencia de la actividad realizada por la empresa, en los cuales la comunidad quiere que IANSA los apoye. Por ejemplo los sitios eriazos abandonados, la falta de alumbrado público, los caminos rurales en mal estado, la falta de espacios deportivos y recreacionales y la escasez de alimentos para el ganado, entre otros.

# Aporte al desarrollo local

Desde sus inicios IANSA se preocupa de contribuir genuinamente con el bienestar, generar empleo, dar oportunidades a empresas locales de servicios, ser un aporte en educación y mejorar la calidad de vida en las zonas donde se emplazan sus operaciones.

## APORTAR AL DESARROLLO DE LAS REGIONES DONDE OPERA IANSA

IANSA nace en 1953 para desarrollar la producción de azúcar en Chile y para generar desarrollo y empleo sostenible en zonas agrícolas deprimidas. En más de 60 años de historia, la Compañía ha ido más allá de esta inspiración inicial. A través de su propio negocio IANSA aporta al progreso de agricultores, transportistas, colaboradores, proveedores, comunidades y de todos quienes participan de la cadena productiva de alimentos, tanto en Chile como en Perú.





## Aporte de IANSA a través de su propio negocio

## Clusters agrícola y de transporte

IANSA aporta al desarrollo local a través de su propio negocio. La producción de materias primas como remolacha, frutas y otros insumos ha generado clusters de desarrollo agrícola y de transporte terrestre, que han sido un negocio sostenible en el largo plazo para dichos sectores.

## Procesamiento

Las plantas productivas generan impactos económicos relevantes en las zonas en las que se ubican. IANSA busca promover la generación de empleo y realizar compras en las zonas donde está emplazada. A estos impactos económicos locales, se suma la inversión social que realiza la empresa en proyectos educativos y otros que benefician a la comunidad.

## Productos sostenibles

La Compañía vende productos sostenibles. IANSA ofrece una gran variedad de productos para cada tipo de consumidor: con calorías, con la mitad de calorías y sin calorías. Además, exporta jugos de fruta concentrados y pasta de tomate natural a distintos mercados.



(39) La cifra incluye todas las operaciones de IANSA. IANSA=717, Patagoniafresh=556; Icatom=0

(40) El número de transportistas corresponde a todos aquellos choferes de camión que prestaron servicios de transporte para IANSA durante el año, incluye transportistas que movilizan materias primas agrícolas (remolacha, frutas y tomate), insumos, así como productos terminados. De ellos, 2.333 están relacionados a la producción de azúcar, 490 a producción de jugos (Patagoniafresh) y 20 relacionados a producción de Icatom en Perú. La base de cálculo difiere de años anteriores.

(41) Colaboradores locales corresponden a aquellos que viven en la región donde opera la unidad de negocio de IANSA.

(42) IANSA Mascotas y Agroindustria=3.294; Patagoniafresh=1.390; Icatom= 393.

(43) IANSA Mascotas y Agroindustria= US\$269.435; Patagoniafresh=US\$48.492; Icatom= US\$12.337.

(44) Ejemplo de ello son el aporte a la compra de instrumentos en la Escuela de Música de Molina, aporte en dinero para capacitaciones a la comunidad local, aporte a la TELETÓN.



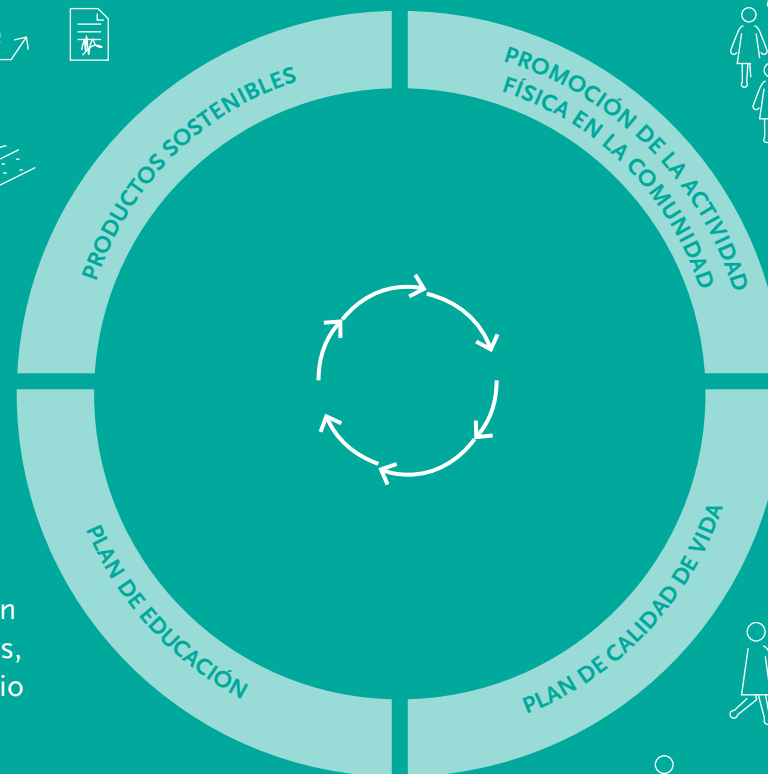
# PROGRAMA VIDA SALUDABLE

- Azúcar y endulzantes más naturales →

- Jugos de fruta y pasta de tomate →



- Se inicia la construcción del Parque de la Escuela MCV de San Carlos, en conjunto con docentes, apoderados y alumnos del colegio y la ONG World Vision.
- Financiamiento de instrumentos musicales para Escuela de Música Enrique Soro de Quilicura (posee más de 600 alumnos).



- Sponsor oficial del Club de Deportes Ñublense.

- Patrocinio 6° Corrida Familiar Colegio Concepción de Linares.

- Patagoniafresh apoya eventos y recintos deportivos en sus comunidades vecinas.

- Continuidad y mejoras a los talleres de huertos familiares en la Escuela MCV de San Carlos, donde participan vecinas de la población y actores de la escuela.

- Inicio de talleres de Huerto Comunitario Agroecológico con la comunidad del Centro de Salud Familiar Dos de Septiembre de Los Ángeles.

# A TRAVÉS DEL PROGRAMA DE VIDA SALUDABLE IANSA FOMENTA PERMANENTEMENTE EL DESARROLLO DE HÁBITOS DE VIDA SALUDABLE, EN ESPECIAL LA PRÁCTICA DE DEPORTE.

IANSA por segundo año consecutivo está auspiciando al destacado deportista chillanejo, Tomás Barrios, quien ha avanzado significativamente en el ranking de ATP.



### PLAN APÍCOLA

Dentro del escenario de cambio climático que se presenta en el planeta, es necesario enfrentar la escasez hídrica que afecta a gran parte del país. El mes de enero del 2015 fue el mes más seco de los últimos 57 años y el mismo mes de 2016 fue el más templado de los últimos años y generó un estrés en los árboles que permiten la floración necesaria para que las abejas produzcan miel. Esto originó una falta de néctar para su alimentación.

IANSA, junto a la Gobernación y a la Municipalidad de Alto Biobío, diseñó un programa de ayuda para los apicultores de la comuna, entregando 10 toneladas de azúcar a las comunidades indígenas de Butalelbun, Malla-Malla, Trapa Trapa, Cauñicú y Pitril, además de otros sectores de la rivera del Biobío. El azúcar donada permitió a cien propietarios de 2.500 colmenas sobrevivir el periodo de invierno y habilitar a las abejas para producir miel y continuar con sus labores de polinización, actividad primordial en la cadena agrícola productiva.

Igualmente, en 2015 se firmó un convenio con la Red Apícola Nacional para la venta directa de azúcar como alimento complementario de abejas para más de 500.000 colmenas a nivel nacional.

### APOYO EN INCENDIOS FORESTALES 2017

Durante la temporada estival 2017 la zona centro sur de Chile sufrió un mega incendio forestal que quemó más de 600.000 hectáreas. Entre otros efectos devastadores, el fuego acabó con la floración de praderas y bosques que proporcionan el alimento para las abejas de esas zonas. En esta oportunidad IANSA donó más de 10 toneladas de azúcar como alimento complementario para las abejas afectadas.

### ALIANZA PARA EL AUMENTO DE INSECTOS POLINIZADORES

Recientemente IANSA adhirió al Programa Internacional de Biodiversidad *Operation Pollinator*<sup>(45)</sup> de la empresa Syngenta, que busca aumentar el número de insectos polinizadores en los predios comerciales. Trabaja creando hábitats específicos, adaptados a las condiciones locales y a los insectos nativos; con el objetivo de aumentar el número de polinizadores en zonas agrícolas, evaluando diferentes combinaciones de vegetación nativa, con predominancia de especies florales. En 2017 se habilitarán dos pilotos en las instalaciones de IANSA.



Más información  
respecto del Aporte  
Social de IANSA.



(45) Más información del Programa en el sitio web <http://www.operationpollinator.com/>



# Gobierno Corporativo

IANSA ha implementado instancias organizacionales y mecanismos para guiar y supervisar su desempeño en materia económica, social, laboral, ambiental y ética.

## DIRECTORIO

Empresas IANSA S.A. es una sociedad anónima abierta, cuyas acciones se transan en las tres bolsas de valores chilenas.

### Rol

El Directorio es el responsable de la conducción estratégica de la Compañía; la aprobación de sus políticas y metas; la supervisión de su desempeño económico, social y ambiental, riesgos y sistemas de control de gestión; y el monitoreo del uso eficiente de los recursos. Está integrado por cinco miembros que duran tres años en sus cargos y pueden ser reelegidos indefinidamente. El Directorio no cuenta con miembros suplentes. Es asistido en sus funciones por el Comité de Auditoría, creado en enero de 2016, que asume las funciones del Comité de Directores.

Más información sobre el rol,  
composición y diversidad en el  
Directorio en nuestro sitio web:



### Inducción en temas de sostenibilidad

La Compañía ha establecido un mecanismo de inducción para los nuevos directores. Éste considera reuniones con los gerentes de las principales áreas, para que reciban toda la información pertinente en materias de sostenibilidad, gobiernos corporativos, conflictos de interés, temas contables, financieros, comerciales, y legales, entre otros.

## GOBIERNO EN SOSTENIBILIDAD

Los avances del [Plan de Sostenibilidad](#) son monitoreados regularmente por el Comité de Sostenibilidad, encabezado por el Gerente General, en el que participan los gerentes de Sostenibilidad, Ingredientes, Retail, Personas, Administración y Finanzas, Desarrollo Estratégico, PatagoniaFresh e Icatom. Este comité es coordinado por el Gerente de Sostenibilidad y se reúne cada cuatro meses.

IANSA ha elaborado una [Matriz de Indicadores de Sostenibilidad](#) que le permite a este Comité controlar periódicamente la operación del área agrícola e industrial, en materia ambiental, desarrollo de las personas, clientes y consumidores, productos sostenibles y comunidades vecinas.

## SISTEMAS DE GESTIÓN

IANSA cuenta con los siguientes sistemas de gestión:

| Calidad e inocuidad alimentaria                                                                               | Seguridad y Salud Ocupacional                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Medio Ambiente                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Ver <a href="#">“Certificaciones que avalan la excelencia en calidad e inocuidad de los alimentos”</a></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>OHSAS 18001<br/>En las plantas de: Endulzantes No Calóricos (Chillán), alimento animal (Quepe), y de Patagoniafresh (San Fernando y Molina).</li> <li>Adicionalmente, en sus plantas azucareras la Compañía ha implementado un sistema de gestión propio certificado por la Mutua de Seguridad a través del Programa de Empresa Competitiva (PEC) y está trabajando en la implementación y certificación progresiva de OHSAS 18001.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>ISO 14001 (Medio Ambiente)<br/>En la Planta de Endulzantes No Calóricos (Chillán).</li> <li>ISO 50001 (Gestión Energética)<br/>En las plantas de San Fernando y Molina de Patagoniafresh.</li> </ul> |



# Ética y Compliance

La confiabilidad es uno de los valores que impera en IANSA, y hace posible que sus grupos de interés tengan la certeza de que las cosas se hacen bien y en forma transparente. IANSA entiende que tiene la obligación de ser coherente entre sus declaraciones y sus acciones.

## SISTEMA DE GESTIÓN ÉTICA

Más información respecto al  
Sistema de Gestión Ética en nuestro sitio web:



IANSA cuenta, desde 2012, con un Sistema de Gestión Ética que fue implementado en conjunto con Chile Transparente. Este mecanismo promueve canales de información y comunicación confiables para que los trabajadores presenten sus inquietudes y casos relacionados con la ética, previniendo posibles acciones que debiliten la imagen de la empresa y dañen el trabajo diario de las personas. Son parte de este sistema:

- a. **CÓDIGO DE ÉTICA:** guía común para todos quienes trabajan en la Compañía, que ayuda a orientar sus acciones frente a los grupos de interés y entre ellos, y que establece los valores y principios en los que se debe fundamentar la conducta de todo el personal. El Código fue aprobado por el Directorio y es revisado anualmente.

Ver Código de Ética:



- b. **PORTAL DE INTEGRIDAD:** es una plataforma *online*, accesible tanto para el personal de IANSA como para personas externas, que permite realizar consultas o denuncias vinculadas a la ética. El servidor donde quedan registradas las denuncias es externo, confiable y entrega una clave única para que las personas puedan hacer seguimiento a su consulta o denuncia, sin tener que dejar su nombre o correo electrónico. El plazo para recibir una primera respuesta es de tres días hábiles. Adicionalmente, la empresa ha implementado una línea telefónica y una casilla postal para ingresar denuncias.

Ver Portal de Integridad:



- c. **COORDINADORES DE INTEGRIDAD:** son trabajadores que, por su objetividad y por la confianza que otorgan, son seleccionados para desempeñar esta función. Su rol es promover el Código de Ética en la organización y dar respuesta a las consultas de integridad. La empresa desarrolla capacitaciones para quienes cumplen con esta labor. Los casos y denuncias que reciben las derivan al Coordinador General de Integridad, cuya función en la actualidad es realizada por el Gerente de Auditoría Interna, quien fue nombrado directamente por el Directorio.

- d. **COMITÉ DE INTEGRIDAD:** supervisa el funcionamiento del Sistema de Gestión Ética; vela por la neutralidad en su operación; resguarda que todos los casos y consultas sean respondidos en el tiempo comprometido; analiza las temáticas más recurrentes y realiza capacitaciones al respecto. Está compuesto por el Fiscal, el Gerente General, el Coordinador General de Integridad y cualquier persona que el Directorio estime conveniente. En el caso de existir casos de mayor complejidad, el Comité de Integridad debe reportarlos al Directorio.

- e. **MODELO DE PREVENCIÓN DE DELITOS**



La Compañía realiza capacitaciones periódicas a su personal respecto del Sistema de Gestión Ética y el uso del Portal de Integridad. El procedimiento está publicado en la página web de IANSA:

Ver Canal de Denuncias



Entre 2015 y 2016 se recibieron 24 denuncias a través de esta plataforma, 100% de las cuales fueron resueltas satisfactoriamente. No se recibieron denuncias asociadas al Modelo de Prevención de Delitos.

## PREVENCIÓN DE DELITOS

### Modelo de Prevención de Delitos

IANSA ha adoptado una política de tolerancia cero y un Modelo de Prevención del Delito, que fue certificado en marzo de 2016<sup>(46)</sup>. Este modelo busca, por una parte, prevenir y combatir la comisión de los delitos asociados a la Ley N°20.393 de Chile, sobre Responsabilidad Penal de la Persona Jurídica, lavado de activos, financiamiento del terrorismo, cohecho y receptación. Por otra parte, previene la corrupción a partir de la promoción de la transparencia, la probidad y la ética dentro de la empresa.

Este Modelo se extiende a todas las operaciones y transacciones de la Compañía, al cumplimiento de las funciones de la totalidad de su personal, y a las relaciones con todos los grupos de interés, incluyendo clientes, proveedores, accionistas y autoridades. A partir de 2017 se han implementado controles especiales a los proveedores, para resguardar las regulaciones en materia de Personas Expuestas Políticamente.

Ver Modelo de Prevención del Delito: 

### Capacitación

En materia de capacitación sobre los aspectos que resguarda el Modelo, durante 2015 y 2016 se realizaron charlas y talleres a un grupo de más de 84 personas, incluyendo ejecutivos, profesionales y personas con responsabilidad de jefaturas. Estas se suman a los 154 capacitados en 2014.

Como complemento, en 2017 se está desarrollando un curso *e-learning* sobre la Ley 20.393, que permitirá formalizar y extender las capacitaciones. Adicionalmente, el Modelo de Prevención de Delitos es parte del “Reglamento Interno de Higiene, Orden y Seguridad”, que se entrega al 100% de los colaboradores.

El Modelo de  
Prevención de Delitos  
fue certificado en  
marzo de 2016.

(46) Alcance: Empresas IANSA S.A., Iansagro S.A., LDA S.A., Agrícola Terrandes S.A, Agromás S.A., Patagonia Investment S.A., Inversiones IANSA S.A. y Compañía de Generación Industrial S.A.

## DERECHOS HUMANOS

La valoración integral de las personas es uno de los valores transversales de IANSA. Este valor está presente en nuestro trabajo diario, y es plasmado en nuestro Código de Ética. Este código se basa en el respeto de los colaboradores como seres humanos, considerando sus múltiples motivaciones, necesidades, fortalezas y debilidades. Además, estipula que IANSA debe otorgar un trato equitativo a todos quienes trabajan en la empresa, y promueve que la relación entre el personal, y con el público en general, sea respetuosa y considerada. El código determina que se debe evitar cualquier tipo de discriminación arbitraria, ya sea física, política, religiosa, de género, identidad sexual, educacional, etc.

## CUMPLIMIENTO

Para IANSA es un principio fundamental que todos sus colaboradores actúen con apego a la ética y cumplan con las leyes y regulaciones en Chile y Perú, además de las políticas y procedimientos establecidos por la Compañía.

### Auditorías

La Compañía cuenta con una Gerencia de Auditoría Interna que reporta directamente al Directorio y que es responsable de verificar la efectividad y cumplimiento de las políticas, procedimientos, controles y códigos aprobados por el Directorio. Dicha gerencia lleva a cabo el Plan Anual de Auditoría aprobado por el Directorio y se reúne, por lo menos, trimestralmente con éste para revisar el avance y nivel de cumplimiento del plan, analizar la efectividad del Modelo de Prevención de Delitos y discutir recomendaciones y mejoras que en opinión de la unidad sería pertinente realizar para minimizar la ocurrencia de irregularidades o fraudes, entre otras materias.

Adicionalmente, cualquier denuncia relacionada con la ética, proveniente del Sistema de Gestión Ética u otro canal de comunicación, es investigada directamente por la Gerencia de Auditoría Interna.

En 2016, el Plan de Auditoría incluyó la evaluación de los controles para el monitoreo de los siguientes temas: permisos, emisiones, olores, seguridad laboral en colaboradores y contratistas, seguridad física de los activos, control de calidad, y cumplimiento laboral en contratistas.

# Gestión de riesgos

La identificación de los riesgos estratégicos y su gestión es responsabilidad de la alta dirección de la Compañía. Adicionalmente, el Directorio, a través de la Gerencia de Auditoría Interna, mantiene un monitoreo sobre los controles asociados a estos riesgos.

IANSA dispone de una matriz con los principales riesgos identificados, la que se actualiza periódicamente y se somete al escrutinio de terceros especialistas. Junto con la matriz se determinan los controles necesarios para cubrir esos riesgos. Cada gerencia es instruida, anualmente, respecto de los riesgos identificados en la matriz y de las medidas establecidas para enfrentarlos.

El proceso formal de gestión y control de riesgos considera tanto los riesgos directos de la empresa, como aquellos indirectos que pueden surgir de las demás filiales, e incluye los riesgos de sostenibilidad económicos, sociales y ambientales.

Dicho proceso ha sido implementado sobre la base de los principios, directrices y recomendaciones del *Committee of Sponsoring Organizations*.

La gestión y control de riesgos incluye los aspectos económicos, sociales y ambientales.

La información sobre los principales riesgos se encuentra en la Memoria Anual 2016/ Análisis Razonado (págs. 239 a 245), disponible en:

Ver Análisis  
Razonado 2016



# Relación con grupos de interés

A través de la comprensión de las expectativas y visiones de los grupos con los que se vincula, IANSA busca fomentar el diálogo y la convergencia de intereses que generen valor compartido.

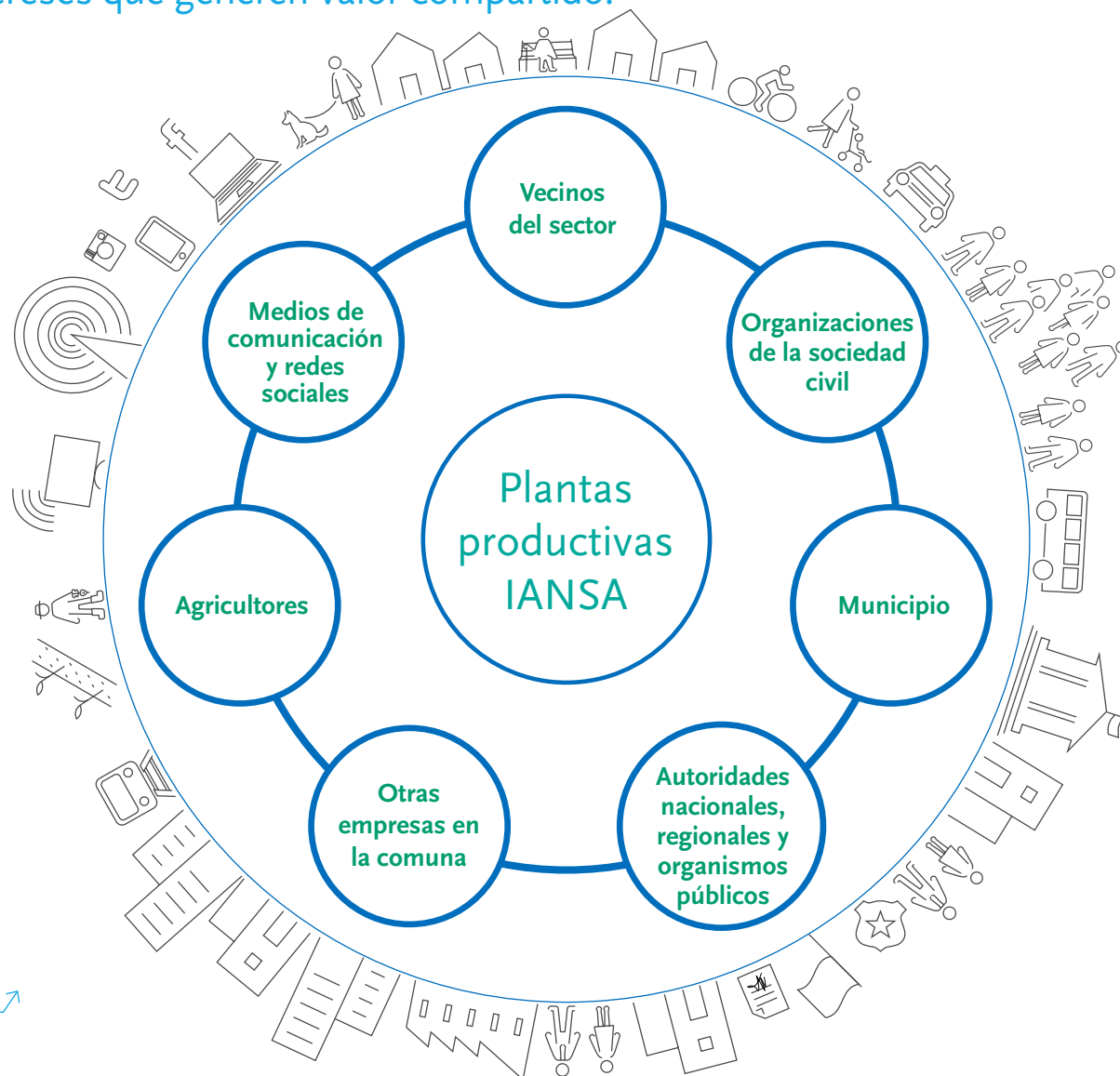
IANSA ha establecido diversas instancias y mecanismos de diálogo y retroalimentación con sus grupos de interés. Lo anterior, con el objetivo de definir prioridades, detectar áreas para mejorar su gestión y focalizar sus esfuerzos en los temas de mayor relevancia. Entre estas instancias destacan: la encuesta de clima laboral aplicada a los trabajadores; las reuniones periódicas y visitas en terreno a los agricultores para recoger sus inquietudes y necesidades; los diversos canales de información y servicio hacia los clientes y consumidores; y la participación en instancias de la comunidad local.

## MAPEO DE GRUPOS DE INTERÉS

Con el objeto de diseñar una estrategia de relacionamiento inclusiva y respetuosa del entorno social, IANSA realizó, entre 2016 y el primer semestre de 2017, un mapeo de los grupos de interés de sus plantas azucareras ubicadas en Los Ángeles, Linares y Chillán. Esto permitió determinar los principales grupos que se relacionan con las plantas, los temas sensibles y prioritarios del territorio y cómo estos se pueden vincular con la Compañía, así como los espacios para mejorar y fortalecer la relación con el entorno. Para ello se realizaron entrevistas en terreno que permitieron conocer la realidad social, económica, geográfica, cultural y política del territorio.

Principales  
grupos  
de interés  
asociados a  
las plantas  
productivas  
y al territorio  
en el que se  
emplazan

Información sobre  
los asuntos relevantes  
para el territorio en  
Aporte a las Comunidades





## RADIOGRAFÍA DE LOS GRUPOS DE INTERÉS DE IANSA

| ¿CÓMO NOS<br>COMUNICAMOS CON<br>ELLOS? | ¿QUIÉNES SON? | Accionistas y financistas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Colaboradores y contratistas                                                                                                                                                                          | Clientes y consumidores                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Agricultores y transportistas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Comunidades y autoridades locales                                                                                                                                                                                            | Gobierno y organizaciones empresariales                                                                                                                                                                                                                                   |
|----------------------------------------|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                        |               | <p>La Compañía es controlada, de manera indirecta, por ED&amp;F Man Holdings Limited, la que a través de ED&amp;F Man Chile Holdings SpA e Inversiones Campos Chilenos S.A., posee el 91,95% de las acciones de IANSA.</p> <p>Los financistas, por su parte, prestan los recursos económicos necesarios para el desarrollo de los proyectos de crecimiento de IANSA y para financiar sus necesidades de capital de trabajo.</p> | <p>IANSA emplea directamente a 2.412 personas en Chile y Perú.</p> <p>1.470 trabajadores de empresas contratistas prestan servicios a IANSA en Chile.</p>                                             | <p>Las ventas de azúcar y endulzantes no calóricos se realizan a clientes <i>retail</i> e industriales. Los jugos concentrados se venden a clientes industriales. Los productos de alimento para mascotas a cadenas de supermercados y grandes distribuidores y los de nutrición animal son comercializados a través de distribuidores.</p> | <p>1.273 agricultores y 2.843 transportistas forman parte de la cadena de valor de la Compañía en Chile y Perú. Los agricultores proveen de remolacha para la producción de azúcar, y frutas para la elaboración de jugos en Patagoniafresh. En el caso de Icatom, el 100% de las hectáreas de tomates plantadas son administradas por la empresa. Los transportistas, por su parte, movilizan la carga desde los campos hasta las plantas y luego hacia los clientes y consumidores.</p> | <p>Comprende las comunidades y autoridades de las zonas en las que se ubican las instalaciones productivas, de distribución y de servicios de IANSA.</p>                                                                     | <p>El Gobierno y las cámaras legislativas, a través de la regulación y fiscalización, pueden tener injerencia en el negocio. IANSA, por su parte, aporta con su experiencia en instancias para el desarrollo del sector de alimentos y de las zonas en las que opera.</p> |
|                                        |               | <p>Junta de Accionistas, reuniones de Directorio, sitio "Inversionistas" en <i>website</i> (<a href="http://www.iansa.cl">www.iansa.cl</a>),  Memoria Anual, Reporte de Sostenibilidad.</p>                                                                                                                                                   | <p>Intranet, Revista Brújula, diarios murales, pantallas digitales, encuesta de Clima Laboral, reuniones con sindicatos, comités paritarios y comités de capacitación, Reporte de Sostenibilidad.</p> | <p>Sitio web, visitas comerciales y técnicas, Fono IANSA, páginas web y Facebook, Boletín trimestral Sweetnews, Fichas Técnicas Comerciales, Seminario Anual Azúcar en Cifras<sup>(47)</sup>, Reporte de Sostenibilidad.</p>                                                                                                                | <p>Atención en Oficinas Agrícolas, reuniones periódicas, visitas en terreno, capacitaciones, Revista Gestión &amp; Tecnología, sitio web Iansagro, Feria Remolachera, encuentros "Días de Campo", Reporte de Sostenibilidad.</p>                                                                                                                                                                                                                                                          | <p>Programa de Relaciones con la Comunidad, Programa de Visitas a las plantas, reuniones con organizaciones e instancias sociales locales, Reporte de Sostenibilidad, eventos (Ej. Premio Remolachero) e inauguraciones.</p> | <p>Memoria Anual, reuniones formales, sitio web, participación en iniciativas gubernamentales y organizaciones del sector de alimentos. Reporte de Sostenibilidad.</p>                                                                                                    |

(47) Realizado hasta 2015.



## PARTICIPACIÓN EN INSTANCIAS Y ORGANIZACIONES

IANSA participa en diversas instancias, organizaciones y proyectos conjuntos, a nivel internacional y nacional, para contribuir con el desarrollo del sector alimenticio y agroindustrial, con su cadena de valor en la agricultura, en favor de sus trabajadores y en las localidades en las que se encuentran sus operaciones.

### EN CHILE

#### Empresarial:

- Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA)
- ICARE
- Sociedad Nacional de Agricultura (SNA)
- Cámara de Comercio
- Asociación Nacional de Avisadores (ANDA)
- Alimentos y Bebidas de Chile (ABChile)
- Chilealimentos

#### Sostenibilidad:

- Acción Empresas
- ProHumana

#### Desarrollo agrícola:

- Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP)
- Corporación de Fomento de la Producción (CORFO)
- Fondo de Fomento al Desarrollo Científico y Tecnológico (FONDEF)
- Innova Biobío

### EN PERÚ

- Asociación de Gremios Productores Agrarios del Perú (AGAP)
- Junta de Usuarios de Aguas Subterráneas del Valle de Ica (JUASVI)
- Instituto Peruano del Espárrago y Hortalizas (IPEH)
- Cámara de Comercio de Ica (CCI)
- Asociación de Agricultores de Ica (AAI)
- Comité de Comercio Exterior (COMEX)

### A NIVEL GLOBAL

#### Empresarial:

- *World Sugar Research Organization (WSRO)*

#### Cultivo remolacha:

- Asociación de Investigación para la Mejora del Cultivo de la Remolacha Azucarera (AIMCRA-España)
- Instituto Internacional para la Investigación de la Remolacha (IIRB)

#### Laboral:

- CLUB IFREI (perteneciente al Centro Internacional de Trabajo y Familia del IESE *Business School*, España)



## DISTRIBUCIÓN DE VALOR ECONÓMICO GENERADO

La información sobre creación y distribución de valor económico son indicaciones básicas sobre la forma en que la Compañía ha creado riqueza para sus grupos de interés. Esta categoría plasma el flujo de capital entre los distintos grupos y los principales impactos económicos que la empresa tiene en la sociedad.

El Valor Económico Generado por IANSA, corresponde a la suma de los ingresos por ventas, ingresos financieros y otras ganancias, los que en 2016 alcanzaron un monto de US\$ 476 millones. El Valor Económico Distribuido considera el flujo por pagos hacia los distintos agentes económicos: los colaboradores a través de las remuneraciones y beneficios; el Estado a través de los impuestos; los accionistas a través de los dividendos; las instituciones financieras a través de los intereses y amortizaciones; a los que se suman el costo operacional directo, depreciación, y el *overhead*. Por su parte, el Valor Económico Retenido es la diferencia entre el Valor Generado y el Distribuido.



# Acerca de este reporte

Bienvenidos al Reporte de Sostenibilidad 2016 de Empresas IANSA S.A. en el que se informa sobre su estrategia, prioridades y desempeño en las materias de mayor relevancia para la sostenibilidad de sus operaciones. La Compañía publica su reporte cada dos años, siendo este su tercer ejercicio.

**Lineamiento:** este reporte se desarrolló en conformidad con los lineamientos de la Iniciativa Global de Reportes (GRI, en su sigla en inglés), en su versión G4 en la opción Esencial.

**Materialidad:** hace referencia a los temas considerados por los grupos de interés, internos y externos, como los de mayor relevancia para las operaciones de la Compañía, el sector o la industria y que, a su vez, tienen más impacto en el desarrollo del negocio. Estos temas han sido definidos siguiendo los lineamientos de GRI-G4.

**Período:** el reporte considera la gestión de IANSA durante 2015 y 2016, e incluye datos de años anteriores para dar una visión contextualizada de la tendencia de su gestión. Adicionalmente, se presenta la mirada de futuro, estrategia y desafíos en aquellos temas de mayor relevancia.

**Alcance:** el reporte cubre los negocios de Azúcar (*Retail* e Industrial), IANSA Endulzantes, Nutrición Animal, Alimento para Mascotas, Negocio Agrícola, Pasta de Tomates (Icatom), y Jugos Concentrados (Patagoniafresh).

**Proceso:** en la confección de este reporte participaron representantes de las distintas áreas de IANSA. El equipo fue coordinado por la Gerencia de Sostenibilidad y contó con la asesoría de expertos externos. Además, el equipo veló por el cumplimiento de los principios de la GRI y fue el encargado de recabar y validar la información reportada.

Este documento se complementa con la información de negocios y financiera, contenida en la

Memoria Anual 2016. 

Contacto

Para mayor información o sugerencias respecto de este documento, dirigirse a:

**JOSÉ MANUEL REBOLLEDO**  
Gerente de Sostenibilidad  
E-mail: JMREBOLC@iansa.cl



# Temas de mayor relevancia

Para determinar los temas de mayor relevancia que se reportan en el presente informe, IANSA realizó un proceso formal que involucró al Gerente General y a todas las gerencias de la Compañía.

Como primer paso se identificaron los asuntos relevantes surgidos desde las siguientes perspectivas:

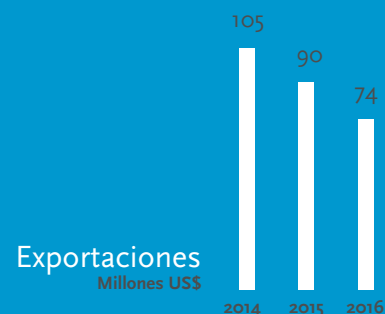
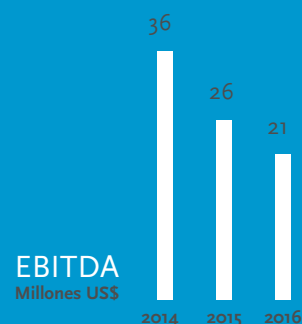
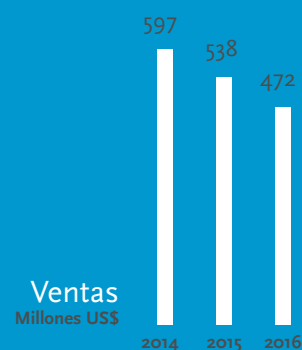
1. **La mirada interna:** entrevistas a la Alta Dirección de la Compañía y asuntos que surgen desde las prioridades de negocio, en particular el Plan 2022.
2. **La mirada externa:** temas surgidos en las entrevistas sostenidas con representantes de los grupos de interés en Linares, Los Ángeles y Chillán, en el marco del mapeo de grupos de interés realizado en 2016 y el primer semestre de 2017; asuntos relevantes en la norma 385 de Gobiernos Corporativos y DJSI Chile; y principales temas aparecidos en medios de comunicación sobre IANSA y el sector.

Los asuntos identificados fueron priorizados a partir de las entrevistas sostenidas con la Alta Dirección. Es así como los temas de mayor relevancia que se reportan son:



# Resumen de desempeño en sostenibilidad

## PRODUCTIVO Y FINANCIERO



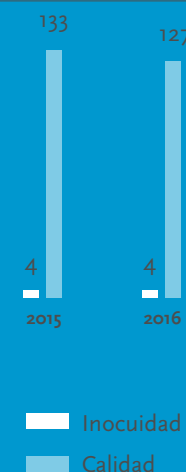
## BIENESTAR DE LOS CONSUMIDORES

**Evaluación riesgos en los productos**  
Porcentaje de los productos de consumo humano donde se evalúan los riesgos de contaminantes microbiológicos, químicos y materias extrañas

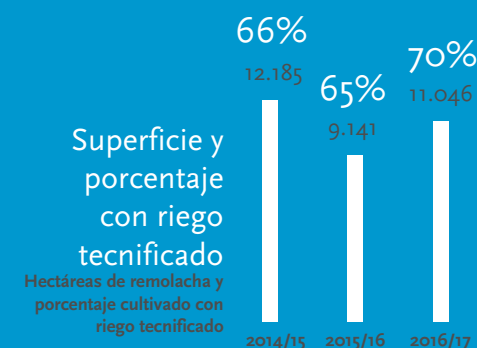
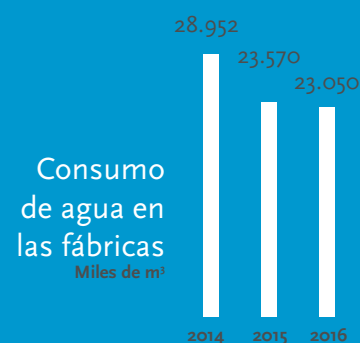


**Reclamos significativos por inocuidad y calidad**

Número de reclamos significativos por problemas de inocuidad y calidad en alimentos para consumo humano



## COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE





## ABASTECIMIENTO RESPONSABLE

### Sostenibilidad en proveedores

Porcentaje de los proveedores que se comprometen con las Políticas de Abastecimiento de IANSA



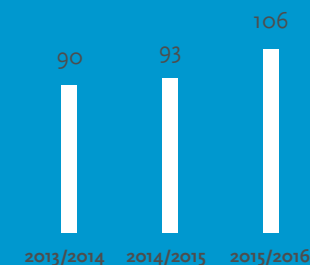
### Cumplimiento laboral

Porcentaje de las empresas contratistas donde se monitorea el cumplimiento laboral



### Productividad de la remolacha

Toneladas de remolacha producidas por hectárea de cultivo



## COMPROMISO CON LOS COLABORADORES

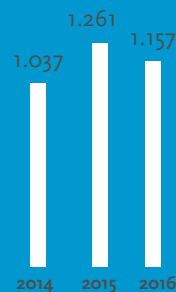
### Trabajadores

Número de trabajadores totales



### Capacitación

Número de trabajadores capacitados



### Fatalidades

Número de personas

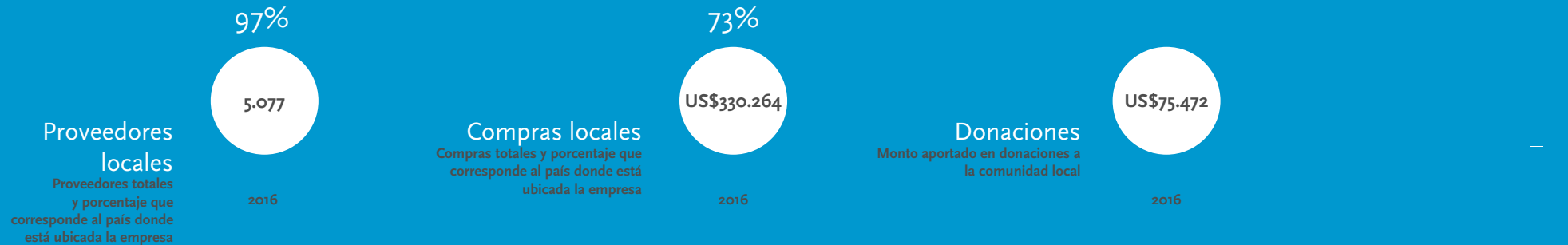


### Enfermedades Ocupacionales

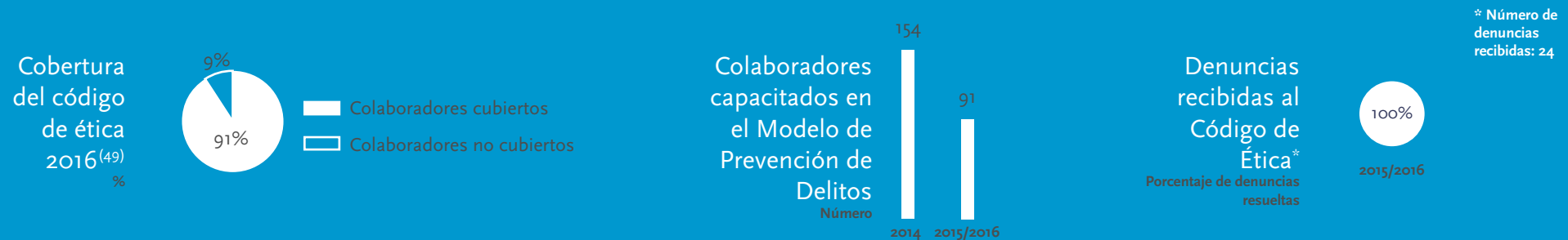
Número de personas



## APORTE A LAS COMUNIDADES VECINAS<sup>(48)</sup>



## GOBIERNO CORPORATIVO Y ÉTICA



(48) Los indicadores de comunidad se presentan solo para el año 2016 debido a un cambio en la base de cálculo respecto del reporte anterior.

(49) Los colaboradores de Empresas IANSA S.A. e ICATOM están cubiertos por un Código de Ética. Patagoniafresh está en proceso de actualización de su Código de Ética.



# Índice de contenido GRI-G4

## Opción Esencial

La siguiente tabla muestra los indicadores de la Iniciativa Global de Reportes (GRI) en su versión G4 - Opción Esencial- incluidos los indicadores del suplemento para el sector Procesamiento de Alimentos (FP).

### CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

| DMA e Indicadores                |                                                            | Vínculo<br>(Ubicación de la información)                                                                        | DMA e Indicadores                      |                                                    | Vínculo<br>(Ubicación de la información)                                                                                      |
|----------------------------------|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Estrategia y análisis</b>     |                                                            |                                                                                                                 |                                        |                                                    |                                                                                                                               |
| <b>G4-1</b>                      | Declaración del Presidente o Gerente General               | 4, 5                                                                                                            | <b>G4-14</b>                           | Principio de precaución                            | El Plan de Sostenibilidad de IANSA resguarda la aplicación de este principio.                                                 |
| <b>G4-2</b>                      | Principales impactos, riesgos y oportunidades              | 5, 12-14, 16, 21, 48, 49                                                                                        | <b>G4-15</b>                           | Adherencia a principios o iniciativas externas     | 73                                                                                                                            |
| <b>Perfil de la organización</b> |                                                            |                                                                                                                 | <b>G4-16</b>                           | Membresías a organizaciones o iniciativas externas | 73                                                                                                                            |
| <b>G4-3</b>                      | Nombre de la organización                                  | Portada.                                                                                                        | <b>Aspectos materiales y cobertura</b> |                                                    |                                                                                                                               |
| <b>G4-4</b>                      | Principales marcas, productos y servicios                  | 7, 8, 23                                                                                                        | <b>G4-17</b>                           | Entidades incluidas en estados financieros         | El presente reporte cubre Empresas IANSA S.A., Patagoniafresh e Icatom, al igual que la Memoria Financiera 2016.              |
| <b>G4-5</b>                      | Localización de la casa matriz                             | Santiago, Chile.                                                                                                | <b>G4-18</b>                           | Proceso para definir los contenidos del reporte    | 75                                                                                                                            |
| <b>G4-6</b>                      | Países en los que opera                                    | 9                                                                                                               | <b>G4-19</b>                           | Aspectos materiales                                | 76                                                                                                                            |
| <b>G4-7</b>                      | Naturaleza de la propiedad y forma jurídica                | IANSA es una Sociedad Anónima Abierta.                                                                          | <b>G4-20</b>                           | Cobertura de los aspectos materiales (interna)     | 84                                                                                                                            |
| <b>G4-8</b>                      | Mercados servidos                                          | 7, 8, 11                                                                                                        | <b>G4-21</b>                           | Cobertura de los aspectos materiales (externa)     | 84                                                                                                                            |
| <b>G4-9</b>                      | Dimensiones de la organización                             | 11, 13, 77, 78                                                                                                  | <b>G4-22</b>                           | Efecto de re-expresiones de memorias anteriores    | Las re-expresiones en los valores de los indicadores, por cambios de base de cálculo o alcance, se indican como notas al pie. |
| <b>G4-10</b>                     | Número de empleados                                        | 13, 54, 55, 78                                                                                                  | <b>G4-23</b>                           | Cambios significativos en el alcance o enfoque     | El presente reporte incluye Icatom.                                                                                           |
| <b>G4-11</b>                     | Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos | 57                                                                                                              |                                        |                                                    |                                                                                                                               |
| <b>G4-12</b>                     | Cadena de valor                                            | 15-19                                                                                                           |                                        |                                                    |                                                                                                                               |
| <b>G4-13</b>                     | Cambios significativos en el período                       | <a href="http://www.iansa.cl/memoria-2014/hitos-2014.html">http://www.iansa.cl/memoria-2014/hitos-2014.html</a> |                                        |                                                    |                                                                                                                               |



| DMA e Indicadores                                                                        | Vínculo<br>(Ubicación de la información)                                                                                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Grupos de interés</b>                                                                 |                                                                                                                              |
| <b>G4-24</b> Listado de grupos de interés                                                | <u>71</u>                                                                                                                    |
| <b>G4-25</b> Base para seleccionar a los grupos de interés                               | <u>71</u>                                                                                                                    |
| <b>G4-26</b> Enfoque utilizado para la inclusión de grupos de interés                    | <u>71, 72</u>                                                                                                                |
| <b>G4-27</b> Principales preocupaciones de los grupos de interés                         | <u>61</u>                                                                                                                    |
| <b>Parámetros del reporte</b>                                                            |                                                                                                                              |
| <b>G4-28</b> Período cubierto por el reporte                                             | 2015 - 2016                                                                                                                  |
| <b>G4-29</b> Fecha del reporte más reciente                                              | Reporte de Sostenibilidad 2014 (julio 2015).                                                                                 |
| <b>G4-30</b> Ciclo de presentación de reportes                                           | Cada dos años                                                                                                                |
| <b>G4-31</b> Punto de Contacto                                                           | <u>75</u>                                                                                                                    |
| <b>G4-32</b> Opción GRI, Índice GRI, Verificación                                        | <u>80</u>                                                                                                                    |
| <b>G4-33</b> Política de verificación                                                    | La empresa espera avanzar en el futuro hacia una verificación externa.                                                       |
| <b>Gobierno</b>                                                                          |                                                                                                                              |
| <b>G4-34</b> Estructura de Gobierno                                                      | <u>67</u>                                                                                                                    |
| <b>G4-35</b> Proceso para delegar los tópicos económicos, sociales y ambientales         | <u>21, 67</u>                                                                                                                |
| <b>G4-36</b> Responsabilidad ejecutiva de los tópicos económicos, sociales y ambientales | <u>21, 67</u>                                                                                                                |
| <b>G4-38</b> Composición del Directorio                                                  | <u>67</u><br><a href="http://www.iansa.cl/memoria-2016/directores.html">http://www.iansa.cl/memoria-2016/directores.html</a> |

| DMA e Indicadores                                                                  | Vínculo<br>(Ubicación de la información)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>G4-41</b> Procedimientos para evitar conflictos de interés                      | Tal cual establece la ley de sociedades anónimas (Ley 18.046) se ha definido una metodología de trabajo para abordar todas aquellas transacciones con entidades relacionadas que pudieran generar un conflicto de interés a nivel de directores y/o ejecutivos. Para el resto de los empleados opera lo establecido en el Código de Ética y la Política de Compras de la Compañía. |
| <b>G4-42</b> Rol del Directorio en la aprobación de misión, estrategias, políticas | <u>67</u>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>G4-45</b> Rol del Directorio en la gestión de riesgos y oportunidades           | <u>67, 70</u>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>G4-48</b> Comité que aprueba formalmente el Reporte                             | El Comité de Sostenibilidad es quien vela por la incorporación de todos los aspectos materiales en el reporte. El presente reporte fue aprobado por el Directorio de IANSA.                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Ética e integridad</b>                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>G4-56</b> Valores, principios, estándares y códigos                             | <u>7, 20-22, 68</u>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>G4-57</b> Mecanismos para asesoramiento en materia de ética                     | <u>68</u>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>G4-58</b> Mecanismos para reportar preocupaciones éticas                        | <u>68, 69</u>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

## La empresa y su estrategia

### ESTRATEGIA DE DESARROLLO

Enfoque de gestión 20

### PRIORIDADES EN SOSTENIBILIDAD

Enfoque de gestión 21



## CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

| DMA e Indicadores                                                                                                                              | Vínculo<br>(Ubicación de la información) |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|
| <b>Consumidores</b>                                                                                                                            |                                          |
| <b>PRODUCTOS PARA EL BIENESTAR DE LOS CONSUMIDORES</b>                                                                                         |                                          |
| <b>G4-DMA</b> Productos para el bienestar de los consumidores                                                                                  | <a href="#">23-24</a>                    |
| <b>G4-PR1</b> Productos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.                                  | <a href="#">25-29</a>                    |
| <b>FP4</b> Naturaleza y efectividad de programas que promuevan estilos de vida saludables                                                      | <a href="#">13, 25, 26</a>               |
| <b>CALIDAD E INOCUIDAD DE LOS ALIMENTOS</b>                                                                                                    | <a href="#">13</a>                       |
| <b>G4-DMA</b> Calidad e inocuidad de los alimentos                                                                                             | <a href="#">30-33</a>                    |
| <b>FP5</b> Porcentaje del volumen de productos producidos en sitios certificados acordes a estándares internacionales de seguridad alimentaria | <a href="#">30, 31</a>                   |
| <b>G4-PR2</b> Incidentes derivados del incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a la salud y la seguridad.        | <a href="#">33</a>                       |
| <b>Medio ambiente</b>                                                                                                                          |                                          |
| <b>USO RESPONSABLE DEL AGUA</b>                                                                                                                |                                          |
| <b>G4-DMA</b> Uso responsable del agua                                                                                                         | <a href="#">34</a>                       |
| <b>G4-EN8</b> Consumo de agua por tipo                                                                                                         | <a href="#">34</a>                       |
| <b>G4-EN10</b> Volumen de agua reciclada                                                                                                       | <a href="#">34</a>                       |
| <b>G4-EN33</b> Impactos ambientales negativos de proveedores y acciones de mitigación                                                          | <a href="#">35</a>                       |
| <b>G4-EC2</b> Consecuencias financieras debido al cambio climático                                                                             | <a href="#">35</a>                       |

| DMA e Indicadores                                                                                                                           | Vínculo<br>(Ubicación de la información) |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|
| <b>PREVENCIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES EN EL CULTIVO Y LAS FÁBRICAS: emisiones, olores, transporte, residuos, fertilizantes y pesticidas</b> |                                          |
| <b>G4-DMA</b> Emisiones                                                                                                                     | <a href="#">36-38</a>                    |
| <b>G4-EN21</b> Otras emisiones                                                                                                              | <a href="#">38</a>                       |
| <b>G4-EC2</b> Consecuencias financieras debido al cambio climático                                                                          | <a href="#">39</a>                       |
| <b>G4-SO2</b> Comunidades con impactos negativos                                                                                            | <a href="#">36, 42-43</a>                |
| <b>G4-DMA</b> Residuos y efluentes                                                                                                          | <a href="#">40-43</a>                    |
| <b>G4-EN22</b> Vertidos de aguas según calidad y destino                                                                                    | <a href="#">41-43</a>                    |
| <b>G4-EN23</b> Residuos por tipo                                                                                                            | <a href="#">40</a>                       |
| <b>G4-DMA</b> Impactos ambientales de Proveedores                                                                                           | <a href="#">41, 46-47</a>                |
| <b>G4-EN33</b> Impactos ambientales negativos de proveedores y acciones de mitigación                                                       | <a href="#">41, 46-47</a>                |
| <b>FP1</b> Porcentaje del volumen de compras que cumplen con las políticas de abastecimiento.                                               | <a href="#">47</a>                       |
| <b>ECOEficiencia en el uso de la energía</b>                                                                                                |                                          |
| <b>G4-DMA</b> Energía                                                                                                                       | <a href="#">44</a>                       |
| <b>G4-EN3</b> Energía consumida al interior de la organización                                                                              | <a href="#">45</a>                       |
| <b>G4-EN6</b> Reducción en el consumo de energía                                                                                            | <a href="#">45</a>                       |
| <b>Abastecimiento responsable</b>                                                                                                           |                                          |
| <b>APORTE AL DESARROLLO AGRÍCOLA</b>                                                                                                        |                                          |
| <b>G4-DMA</b> Aporte al desarrollo agrícola                                                                                                 | <a href="#">48-50</a>                    |
| <b>G4-EC8</b> Impactos indirectos significativos                                                                                            | <a href="#">49-50</a>                    |



| DMA e Indicadores                                                                                     | Vínculo<br>(Ubicación de la información) |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|
| <b>CUMPLIMIENTO DE ESTÁNDARES DE SOSTENIBILIDAD</b>                                                   |                                          |
| <b>G4-DMA</b> Cumplimiento de estándares de sostenibilidad                                            | <u>52</u>                                |
| <b>FP1</b> Porcentaje del volumen de compras que cumplen con las políticas de abastecimiento.         | <u>52</u>                                |
| <b>FP2</b> Porcentaje del volumen de compras que cumplen con estándares internacionales de producción | <u>52-53</u>                             |
| <b>Colaboradores</b>                                                                                  |                                          |
| <b>CALIDAD DE VIDA LABORAL</b>                                                                        |                                          |
| <b>G4-DMA</b> Empleo                                                                                  | <u>54-55</u>                             |
| <b>G4-LA12</b> Composición de la plantilla de empleados por género                                    | <u>55</u>                                |
| <b>G4-LA2</b> Beneficios                                                                              | <u>56</u>                                |
| <b>RELACIONES LABORALES</b>                                                                           |                                          |
| <b>G4-DMA</b> Relaciones laborales                                                                    | <u>57</u>                                |
| <b>FP3</b> Porcentaje de tiempo perdido producto de disputas                                          | <u>57</u>                                |
| <b>G4-HR4</b> Libertad de Asociación                                                                  | <u>57</u>                                |
| <b>CAPACITACIÓN Y DESARROLLO</b>                                                                      |                                          |
| <b>G4-DMA</b> Capacitación y desarrollo                                                               | <u>58</u>                                |
| <b>G4-LA9</b> Horas de capacitación por empleado                                                      | <u>58</u>                                |
| <b>G4-LA10</b> Programas de capacitación                                                              | <u>58</u>                                |
| <b>SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL</b>                                                                  |                                          |
| <b>G4-DMA</b> Salud y seguridad                                                                       | <u>59</u>                                |
| <b>G4-LA6</b> Accidentabilidad                                                                        | <u>59</u>                                |

| DMA e Indicadores                                                                            | Vínculo<br>(Ubicación de la información) |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|
| <b>Comunidades vecinas</b>                                                                   |                                          |
| <b>RELACIÓN CON LA COMUNIDAD LOCAL</b>                                                       |                                          |
| <b>G4-DMA</b> Relación con la comunidad local                                                | <u>60</u>                                |
| <b>G4-SO1</b> Comunidades con programas de desarrollo, relacionamiento y medición de impacto | <u>60-61</u>                             |
| <b>APORTE AL DESARROLLO LOCAL</b>                                                            |                                          |
| <b>G4-DMA</b> Aporte al desarrollo local                                                     | <u>62</u>                                |
| <b>G4-EC8</b> Impactos indirectos significativos                                             | <u>63</u>                                |
| <b>G4-EC9</b> Abastecimiento local                                                           | <u>63</u>                                |
| <b>G4-SO1</b> Comunidades con programas de desarrollo, relacionamiento y medición de impacto | <u>63-66</u>                             |
| <b>Gobierno y ética</b>                                                                      |                                          |
| <b>GOBIERNO CORPORATIVO</b>                                                                  |                                          |
| Enfoque de gestión                                                                           | <u>67</u>                                |
| <b>ÉTICA Y CUMPLIMIENTO</b>                                                                  |                                          |
| Enfoque de gestión                                                                           | <u>68, 69</u>                            |
| <b>G4-SO4</b> Comunicación y entrenamiento anticorrupción                                    | <u>69</u>                                |
| <b>G4-SO8</b> Multas y sanciones por incumplimiento de leyes y regulaciones                  | US\$ 28.727                              |
| <b>GESTIÓN DE RIESGOS</b>                                                                    |                                          |
| Enfoque de gestión                                                                           | <u>70</u>                                |
| <b>RELACIÓN CON GRUPOS DE INTERÉS</b>                                                        |                                          |
| Enfoque de gestión                                                                           | <u>71</u>                                |
| <b>G4-EC1</b> Distribución del valor económico generado                                      | <u>74</u>                                |



## G4-20, G4-21: COBERTURA DE CADA ASPECTO MATERIAL DENTRO Y FUERA DE LA ORGANIZACIÓN.

| ÁMBITO                             | ASUNTO RELEVANTE                                                | COBERTURA<br>¿DÓNDE SE PRODUCE EL IMPACTO? |                                  |
|------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|----------------------------------|
|                                    |                                                                 | Dentro de Iansa                            | Fuera de Iansa                   |
| LA EMPRESA Y<br>SU ESTRATEGIA      | Estrategia de desarrollo                                        | •                                          |                                  |
|                                    | Prioridades en sostenibilidad                                   | •                                          |                                  |
| CONSUMIDORES                       | Productos para el bienestar de los consumidores                 | •                                          |                                  |
|                                    | Calidad e inocuidad de los alimentos                            | •                                          |                                  |
| MEDIO AMBIENTE                     | Uso responsable del agua                                        | •                                          | * (agricultores)                 |
|                                    | Prevención de impactos ambientales en el cultivo y las fábricas | •                                          | * (agricultores, transportistas) |
|                                    | Ecoeficiencia en el uso de la energía                           | •                                          |                                  |
| ABASTECIMIENTO<br>RESPONSABLE      | Aporte al desarrollo agrícola                                   | •                                          |                                  |
|                                    | Cumplimiento de estándares de sostenibilidad                    | •                                          | * (proveedores)                  |
| COLABORADORES                      | Calidad de vida laboral                                         | •                                          |                                  |
|                                    | Relaciones laborales                                            | •                                          |                                  |
|                                    | Capacitación y desarrollo                                       | •                                          |                                  |
|                                    | Seguridad y salud ocupacional                                   | •                                          | * (contratistas)                 |
| COMUNIDADES<br>VECINAS             | Relación con la comunidad local                                 | •                                          |                                  |
|                                    | Aporte al desarrollo local                                      | •                                          |                                  |
| GOBIERNO<br>CORPORATIVO Y<br>ÉTICA | Gobierno corporativo                                            | •                                          |                                  |
|                                    | Ética y cumplimiento                                            | •                                          |                                  |
|                                    | Gestión de riesgos                                              | •                                          |                                  |
|                                    | Relación con grupos de interés                                  | •                                          |                                  |

# REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2016

