

REPORTE SOSTENIBILIDAD 2020

ALIMENTAMOS AL MUNDO CON LO MEJOR DE NUESTRA TIERRA

CARTA DE PRESENTACIÓN

Estimados accionistas y comunidad:

El compromiso de Empresas Iansa con nuestras personas, comunidades y socios estratégicos es a largo plazo. Tenemos una ruta definida de cómo queremos seguir creciendo junto a ellos, e ir midiendo y gestionado el impacto de nuestras actividades, para generar un círculo virtuoso entre la empresa, los actores involucrados y el medio ambiente. Es por ello que nuestra estrategia de sostenibilidad tiene al centro a los colaboradores y se materializa a través de cuatro pilares: cuidado del medio ambiente, educación nutricional y salud, innovación en toda la cadena de valor, y el desarrollo agrícola.

Dado que nuestro propósito es alimentar al mundo con lo mejor de nuestra tierra, y somos líderes en la elaboración de productos agrícolas y de diversos productos e ingredientes para consumo humano y animal, entendemos que debemos cuidarla y protegerla. Queremos transformarnos en una compañía líder de alimentos de origen natural, teniendo hoy una importante presencia en el mercado nacional e internacional, a través de sus divisiones de negocio industrial, retail y agrícola.

Es así como el **cuidado y manejo sustentable del agua y energía, el control de las emisiones de GEI y la gestión de residuos** son claves en nuestra operación y procesos. Nos sumamos de forma voluntaria a diversos Acuerdos de Producción Limpia (APL), para informar y educar al consumidor sobre la reciclabilidad y reutilización de los envases, además de reducir la mayor cantidad de residuos y valorizar el plástico, aumentando el compromiso y la promoción de este tipo de economías.

Contribuimos al desarrollo de una agricultura sustentable haciendo un uso eficiente de agua, utilizando riego tecnificado en el 71% de los campos remolacheros con la meta de aumentar esa cifra. Medimos la **huella hídrica** y utilizamos sistemas de recirculación de agua, reutilizando el 50%. También estamos midiendo la **huella de carbono** en nuestras plantas, firmando un acuerdo para la provisión de Energías Renovables no Convencionales, e incentivando a nuestros transportistas asociados a que se unan al programa Giro Limpio, que mejora la eficiencia del sector del transporte de carga mediante la reducción del consumo de combustible.

Velamos por nuestra **cadena de valor y especialmente por nuestros agricultores** a través de la entrega de conocimiento e insumos que potencien un desarrollo agrícola sostenible, por medio de alianzas estratégicas para ayudarlos a postular a subsidios que fortalezcan sus capacidades para aumentar los rendimientos, superficie y tecnificación de sus cultivos. Asimismo, trabajamos con las comunidades vecinas a las plantas, desarrollando un modelo de relacionamiento que nos permita promover el desarrollo sostenible, generar un diálogo cercano, oportunidades y programas de impacto social y medioambiental que agreguen valor en nuestros territorios.

No podemos dejar de lado la **innovación**, la cual cumple un rol clave en la organización como motor de crecimiento y sustentabilidad de nuestro portafolio de negocios, clasificando las innovaciones en tres grupos: Tecnologías y procesos, Productos e I+D+i y Modelos de negocios. Buscamos asegurar entornos productivos y eficientes para

todas las áreas y divisiones de la compañía, donde la innovación es el eje central, lo que nos permite además dar una respuesta frente a la necesidad permanente de seguir creciendo, transformando y haciendo más eficiente la producción.

Queremos que nos vean como una **empresa pionera en informar y educar acerca del valor nutritivo de los alimentos**, a través de la entrega de información transparente y valiosa para los consumidores, tanto respecto a los ingredientes de nuestros productos como a buenos hábitos de alimentación en general. Buscamos promover un consumo informado y responsable de alimentos y un estilo vida saludable para generar un cambio real, generando un impacto positivo y eficaz. Es así como también, lideramos, apoyamos e impulsamos de manera constante, iniciativas que nos permitan contribuir en la calidad de vida de las personas a través de una comunicación permanente en nuestros canales.

Estoy convencido de que el futuro y crecimiento de las empresas en nuestro país y el mundo tendrá directa relación con la capacidad que tengamos para incorporar en las estrategias de negocio un desarrollo sostenible, explorar nuevas formas de ejecutar los proyectos y la disposición para innovar en sus procesos productivos, productos y servicios de valor agregado. En el caso de nuestra empresa, la estrategia definida nos ha permitido articular iniciativas y acciones concretas para promover un mayor equilibrio social, medioambiental y económico, generando cambios a largo plazo. Sin duda aún queda por hacer, pero estamos convencidos que si trabajamos todos juntos llegaremos a la meta propuesta.

Pablo Montesinos Pizarro
Gerente General Empresas Iansa

CAPÍTULO I
SOMOS
EMPRESAS IANSA

CAPÍTULO II
ESTRATEGIA
CORPORATIVA Y
MODELO DE NEGOCIO

CAPÍTULO III
DIMENSIÓN
ECONÓMICA

CAPÍTULO IV
DIMENSIÓN
SOCIAL

CAPÍTULO V
DIMENSIÓN
AMBIENTAL

TITULO	4	ESTRATEGIA CORPORATIVA Y MODELO DE NEGOCIO	20	DIMENSIÓN ECONÓMICA	39	DIMENSIÓN SOCIAL	56	DIMENSIÓN AMBIENTAL	77
PROPÓSITO, MISIÓN, VISIÓN Y VALORES	5	Concentración de Operación Azucarera en Chillán	23	Aprovisionamiento responsable y desarrollo de proveedores	41	Gestión de personas	58	GESTIÓN EFICIENTE DE RECURSOS Y DESARROLLO AMBIENTAL EN LA CADENA DE ABASTECIMIENTO	79
ÁREAS DE NEGOCIO Y CADENA DE VALOR	6	PLAN DE SUSTENTABILIDAD Y CONTRIBUCIÓN A LA AGENDA 2030 DE DESARROLLO SOSTENIBLE	24	Agrobook	43	Salud y Seguridad Laboral	59		
Proveedores	9			Código de Agricultura Sustentable Terrandes - Unilever	44	Capacitación y desarrollo de capital humano	60		
INNOVACIÓN EN TODO LO QUE HACEMOS	10	MATERIALIDAD	26	DESARROLLO AGRÍCOLA Y APOYO A LA AGRICULTURA FAMILIAR	45	Clima y cultura laboral	61	ECO-EFICIENCIA OPERACIONAL EN EMPRESAS IANSA	80
HISTORIA DE LA COMPAÑIA	12	CONTEXTO LEGAL Y REGULATORIO	29	Programas de Desarrollo de Proveedores – CORFO	47	Caracterización del equipo Empresas Iansa	62	GESTIÓN DE LA ENERGÍA Y COMBUSTIBLES	81
Breve historia de la compañía	12	Ley de Etiquetado de Alimentos	30	DESEMPEÑO ECONÓMICO	48	Atracción y retención de talento	64	HUELLA DE CARBONO	82
Hitos 2020	13	Reciclaje de envases	31	Cuidado de los clientes	50	Evaluación de desempeño	65	CUIDADO DEL AGUA	83
GOBIERNO CORPORATIVO	15	Patagoniafresh a la vanguardia	32	Campañas de consumo responsable 2020	51	Medición de clima laboral	66	Gestión del agua	84
Estructura societaria y de propiedad	15	Riesgos y oportunidades	33	Alianza Empresas Iansa – Universidad del Desarrollo	54	Funcionamiento en pandemia	67	Vertidos de agua en plantas	85
Directorio 2020	16	Emergencia por COVID-19	35	Cannes: medidas para fortalecer la seguridad de nuestro productos y compensación a nuestros clientes	55	Bienestar	68	GESTIÓN DE RESIDUOS OPORTUNIDADES DE REVALORIZACIÓN	86
Otros directores 2020	17	ÉTICA Y CUMPLIMIENTO	36			Programa Iansalud	71	Gestión de residuos orgánicos	87
Nuestros ejecutivos	18					Relaciones laborales	72	APL Patagoniafresh	88
GRUPOS DE INTERÉS, MEMBRESÍAS Y ASOCIACIONES	19					Relacionamiento comunitario e Inversión Social	73	APL Cero K	89
						Promoción del deporte y la vida saludable	74	INNOVACIÓN AMBIENTAL DE PRODUCTO	90
						Apoyos durante la pandemia	75	Empaques reciclables	91

ÍNDICE



SOMOS EMPRESAS IANSA

P

ROPÓSITO, MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

Somos una compañía de alimentos de origen natural, con importante presencia en el mercado nacional e internacional, a través de nuestras áreas de negocio industrial, retail y agrícola. Somos también líderes mundiales en la producción de remolacha y altamente eficientes en la producción de tomates, achicoria, cereales, y semilleros, entre otros cultivos, además de la comercialización de insumos agrícolas. Elaboramos diversos productos para consumo humano y animal, tales como, legumbres, jugos concentrados de frutas, pasta y pulpa de tomates y otros vegetales, azúcar en diferentes versiones, endulzantes no calóricos, legumbres, miel, manjar y cereales dilatados, alimentos para bovinos y equinos, en base a los coproductos de la remolacha, tales como la coqueta y melaza e insumos agrícolas.

En nuestra cadena de valor garantizamos una producción sostenible con los más altos estándares de calidad y trazabilidad, para llegar a nuestros clientes y consumidores con alimentos naturales, soluciones nutricionales y una gestión agrícola de primer nivel.

MISIÓN

Somos una empresa comprometida con la agricultura como fuente principal de los alimentos que fabricamos con las más modernas tecnologías de producción, innovando, asegurando su más alta calidad, y buscando agregar valor a nuestros clientes y consumidores.

Queremos ser siempre un socio estratégico para nuestros productores, proveedores y clientes, generar un buen ambiente laboral para nuestros colaboradores y ser un aporte en nuestra comunidad.

VISIÓN

Alimentamos a Chile y el mundo con lo mejor de nuestra tierra.

VALORES



Foco en el cliente

Ponemos al cliente en el centro de todo lo que hacemos.



Integridad

Somos personas confiables y genuinas en nuestro actuar.



Meritocracia

Promovemos el desarrollo de talento y la igualdad de oportunidades para todos.



Excelencia

Buscamos ser los mejores en todo lo que hacemos.



Respeto

Valoramos a las personas, su diversidad y el entorno.



Espíritu Emprendedor

Sentimos como propios los desafíos y objetivos de la empresa y actuamos como si fuera nuestra.

Á

REAS DE NEGOCIO Y CADENA DE VALOR

Con más de 67 años en Chile, en Empresas Iansa somos una compañía de alimentos de origen natural, con importante presencia en el mercado nacional e internacional, a través de nuestras áreas de negocio industrial, retail y agrícola. Estamos presentes en el 98% de los hogares de Chile con nuestras marcas, y además, proveemos ingredientes industriales a nivel nacional e internacional.

Las necesidades alimenticias de la población han ido variando con el paso de los años y, con ellas, la adaptación y diversificación de nuestros productos ha requerido un esfuerzo constante no solo en materia de innovación, sino también de trabajo y colaboración entre los equipos, con nuestros proveedores y agricultores, y también con los clientes, comunidades y los representantes de la sociedad. Hoy, la sustentabilidad es parte importante de nuestro trabajo diario en cada una de las áreas que contribuyen al cumplimiento de nuestro propósito y visión.



ÁREAS DE NEGOCIO Y CADENA DE VALOR



La División Industrial se encarga principalmente de la venta de azúcar a clientes industriales: bebidas, lácteos, galletas y un sinnúmero de productos de otras marcas llevan nuestra azúcar como parte de sus ingredientes.

Esta división también comercializa coproductos del azúcar, como la melaza y la coqueta que se emplean en la producción de levadura o de alimento para animales.

A través de Patagoniafresh, también producimos y comercializamos jugos concentrados y pulpas de fruta, pasta de tomate - la que se produce y comercializa también a través de ICATOM en Perú-.

También producimos y comercializamos fibras de manzana y otros ingredientes.



El área de Producción Agrícola gestiona los campos desde donde sale la remolacha, principal materia prima para la elaboración de azúcar. Además, es la encargada de la producción de otros cultivos, tales como tomate y frutilla, en campos propios y campos de agricultores externos, que son uno de nuestros principales socios del negocio. Para ello, contratamos anualmente las siembras de remolacha para asegurar la producción anual.

A través de área de Nutrición Animal e Insumos, somos el principal proveedor nacional de alimentos para bovinos y equinos, e importamos y comercializamos insumos agrícolas.



La División Retail envasa, distribuye y comercializa el azúcar Iansa a nivel nacional. Además, produce, comercializa y distribuye endulzantes no calóricos Iansa Cero K. Estamos presentes en el mercado de alimentos para mascotas donde producimos, comercializamos distintos productos a supermercados y distribuidores. También producimos, comercializamos y distribuimos jugos Tamaya. Desde 2020 envasamos, comercializamos y distribuimos legumbres en formato seco y listas para consumir a través de la Marca Iansagro.

Mediante la marca Iansa Life, también comercializamos y distribuimos productos wellness.

Nuestras operaciones están en Perú y mayoritariamente en la zona centro-sur de Chile.

ÁREAS DE NEGOCIO Y CADENA DE VALOR

PERÚ

Ica: planta ICATOM.

REGIÓN DE ANTOFAGASTA (II)

Antofagasta: bodega ingredientes y bodega de alimentos.

REGIÓN METROPOLITANA (RM)

Quilicura: Central de envasado y distribución.

Las Condes: Oficina central.

Paine: Planta de alimento para mascotas.

REGIÓN DEL LIBERTADOR BERNARDO O'HIGGINS (VI)

San Fernando: Planta de jugos.

REGIÓN DEL MAULE (VII)

Curicó: Bodega de almacenamiento de los coproductos y materias primas.

Molina: Planta de jugos - Planta de pasta de tomate y pulpa.

Linares: Oficina agrícola.

Parral: Oficina agrícola.

REGIÓN DEL ÑUBLE (XVI)

Chillán: Planta azucarera- planta no calóricos- oficina agrícola.

REGIÓN DEL BIOBÍO (VIII)

Concepción (Cosmito): Planta de fertilizantes.

Los Ángeles: Envasado y bodega*.

REGIÓN DE LA ARAUCANÍA (IX)

Quepe: Planta de nutrición animal y planta de sales minerales.

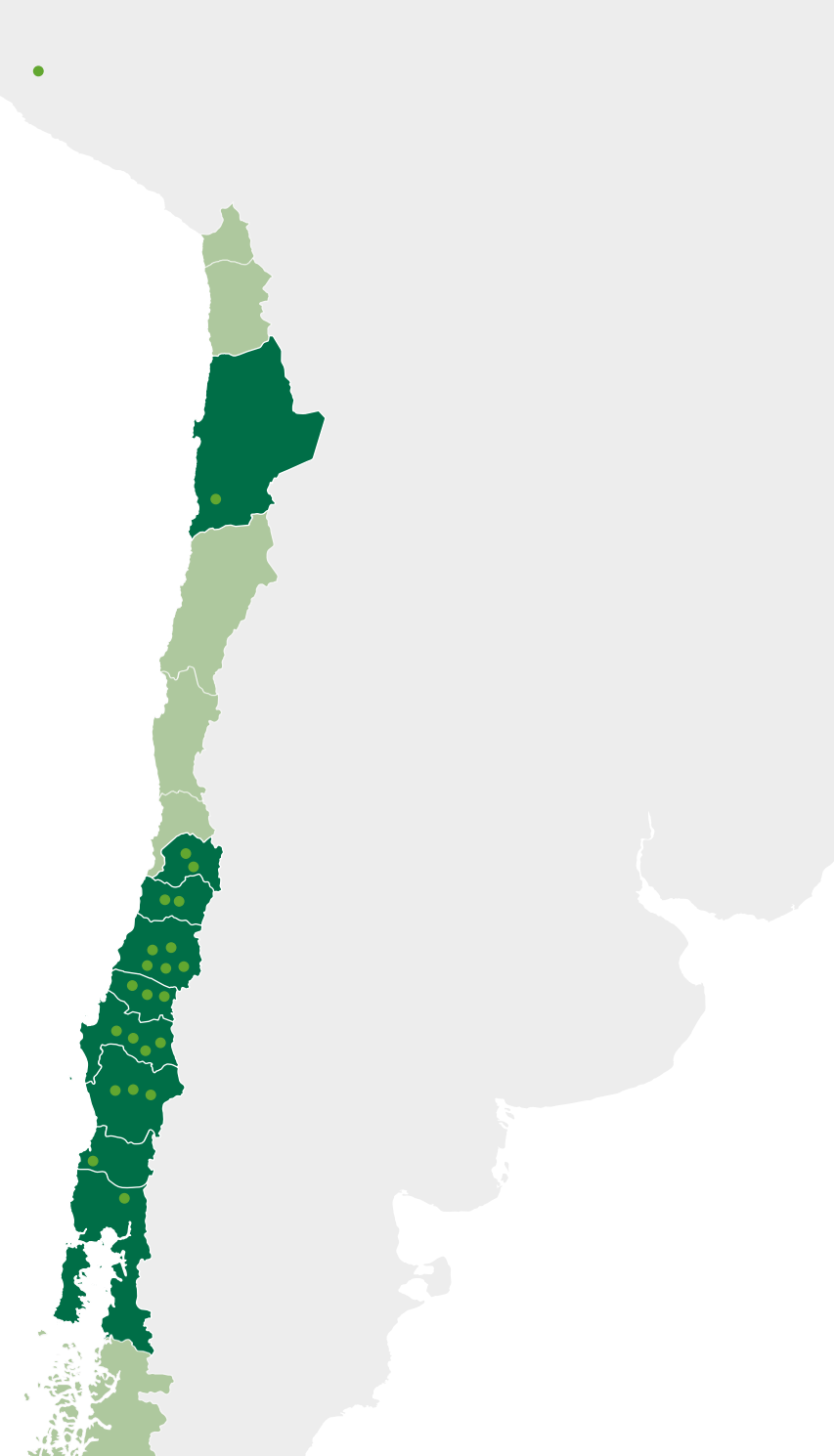
REGIÓN DE LOS RÍOS (XIV)

Rapaco: Bodega de nutrición animal.

REGIÓN DE LOS LAGOS (X)

Osorno: Oficina comercial nutrición animal.

** Como parte de nuestro plan estratégico de largo plazo, en septiembre de 2020 anunciamos la concentración de nuestras operaciones productivas de azúcar de forma exclusiva en la planta de Chillán. Más información en el capítulo 2 de este reporte, en Estrategia Corporativa y Modelo de Negocio.*



ÁREAS DE NEGOCIO Y CADENA DE VALOR

PROVEEDORES: PRINCIPALES ALIADOS DEL NEGOCIO

En Empresas Lansa trabajamos con diferentes socios estratégicos, los cuales son un eslabón fundamental de nuestra cadena de valor. Dependemos de ellos para asegurar que nuestros productos, en los diversos segmentos, cuenten con materias primas de calidad. La eficiencia en sus campos y faenas repercute también en nuestros procesos productivos y resultados.

Durante el año 2020, Empresas Lansa se relacionó con un total de 2.365 empresas proveedoras, de las cuales, el 97% correspondían a proveedores nacionales. Un 89% del total del gasto en abastecimiento -que durante el año alcanzó los 143.000 millones de pesos- fue destinado a proveedores locales.

PROVEEDORES DE AZÚCAR

Durante 2020, en Agrícola Terrandes, es decir, en nuestros campos propios, produjimos un 4% del total de remolacha nacional que utilizamos para la producción de azúcar y los coproductos. El 96% restante, equivalente a 1.134.308 toneladas, lo compramos a proveedores nacionales de remolacha en la zona central de Chile, que son de los socios más importantes que tenemos para la provisión de materias primas de calidad. Por lo mismo, mantenemos con ellos programas de financiamiento y créditos, además de realizar compras anticipadas de las cosechas para la temporada siguiente y diversos programas de transferencia tecnológica y desarrollo de los campos. Por su parte, se produjeron aproximadamente 270.000 toneladas de azúcar de remolacha durante 2020, materia prima que se extrajo de los campos remolacheros de la zona centro sur de Chile.

Junto a la producción nacional de azúcar a partir de la remolacha, también importamos azúcar cruda y refinada, para cumplir con la demanda local y con los contratos con nuestros clientes industriales. El 2020 importamos 181.000 toneladas de azúcar, principalmente desde Brasil (un 47% del total), como también de Argentina, Guatemala, Colombia, y otros países.

OTROS PROVEEDORES

Para todos nuestros negocios, también contamos con proveedores de diversos productos agrícolas, socios que cada vez se vuelven más estratégicos a medida que como compañía diversificamos nuestro portafolio y ofrecemos más variedad a los clientes y consumidores. El trabajo cercano a ellos es importante para cumplir con nuestro propósito de alimentar al mundo con lo mejor de nuestra tierra. Durante 2020, compramos casi 312.000 toneladas de productos agrícolas frescos, más de 88.600 toneladas de cereales y otros componentes agrícolas¹.

¹ Afrechillo, maíz, triticale, avena en cáscara, harinilla, torta de raps, afrecho de raps, carbonato de calcio, trigo, cernido de avena, harina de soya, harinilla de arroz, triticale B/P, cáscara de avena y afrechillo en pellet.

PRODUCTOS AGRÍCOLAS FRESCOS 2020

- Manzanas
- Tomate
- Maquilla Uva Rosada
- Maquilla Manzana
- Durazno
- Pera
- Maquilla Uva Tintorera
- Berries
- Tomate Orgánico
- Prune
- Zanahoria
- Butternut
- Ciruela
- Tamaya
- Betarraga





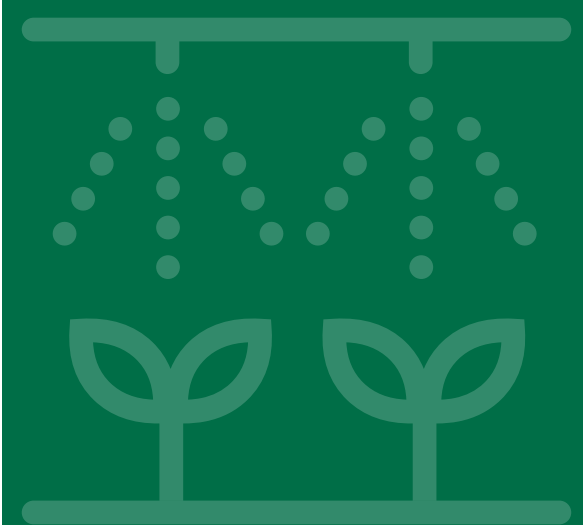
INNOVACIÓN EN TODO LO QUE HACEMOS

Nuestra aspiración es extender el tradicional portafolio de Empresas Iansa para ofrecer el más amplio abanico de insumos, ingredientes y alimentos que hagan posible evolucionar de acuerdo a las nuevas tendencias y necesidades de nuestros clientes y consumidores. Además, queremos hacer nuestros procesos agrícolas, industriales y comerciales cada vez más eficientes y utilizar tecnologías, procesos e ingredientes que nos permitan alcanzar la mayor calidad posible. Asimismo, en esta labor, trabajamos con aliados importantes en cada ámbito de gestión, organismos que son referentes de la industria alimenticia y tecnológica a nivel nacional.

Cada una de las áreas de la compañía tiene la innovación como parte importante de su gestión y desempeño, transformándose en una constante del trabajo corporativo a nivel transversal. Al ser parte del modelo de sostenibilidad, todo este trabajo se revisa en los *business review* y comités de sostenibilidad mensuales, buscando darle mayor visibilidad a las iniciativas y los resultados obtenidos en los diferentes equipos.



Debido a la variabilidad espacial que tienen los predios, es necesario contar con herramientas que entreguen información para poder detectar a tiempo las anomalías que se presenten durante el periodo productivo y poder tomar a tiempo las medidas correctivas. Con este objetivo, la totalidad de la superficie de remolacha sembrada en nuestro país es monitoreada mediante imágenes satelitales con la tecnología NDVI (Normalized Difference Vegetation Index o Índice de Vegetación de Diferencia Normalizada). Esta se determina mediante sensores multiespectrales provenientes principalmente de la banda roja e infrarroja obtenidas del satélite Sentinel 2 y a través de la plataforma One Soil. Con esto se logra priorizar las urgencias en los cultivos y se puede dirigir más eficientemente las visitas, enfocándose en los sectores en los que puede haber algún problema de falta de agua, malezas, ataque de plagas o enfermedades.



El 71% de la superficie total de siembra de remolacha está bajo riesgo tecnificado. Este permite un aumento significativo en la eficiencia del uso del agua, definida como la cantidad de agua necesaria para obtener una producción de cultivo. Este también permite disminuir la contaminación de aguas subterráneas y la huella hídrica del cultivo.

INNOVACIÓN EN TODO LO QUE HACEMOS

La transferencia tecnológica a los proveedores de remolacha y de otros cultivos es importante. En este ámbito, trabajamos con instituciones como CORFO e INDAP para impulsar prácticas eficientes y sostenibles de producción en toda nuestra cadena de abastecimiento. Asimismo, actualmente trabajamos con la Fundación para la Innovación Agraria (FIA) para diversificar la cadena agroalimentaria de la compañía, en línea con los objetivos estratégicos y de diversificación del negocio. El establecimiento de alianzas con instituciones externas como éstas nos permite contar con apoyo de recursos para realizar las investigaciones y prototipos necesarios para escalar nuevos productos que tengan un impacto relevante en el sector.

En 2020 continuamos innovando en nuestros procesos, ingredientes y productos para ser más eficientes y cubrir las necesidades alimenticias de más personas:

Se reemplazaron cuatro calderas en la planta de Patagoniafresh en Molina por una caldera de capacidad equivalente, con menores costos de mantención y el reemplazo de combustible de petróleo a gas natural, reduciendo con ello el costo y las emisiones de CO2.



En el área industrial, se trabaja en la instalación del Betalyzer, innovación que permitirá por primera vez hacer análisis cualitativos de toda la remolacha que será entregada por los agricultores en 2021, partiendo en la próxima campaña de abril.



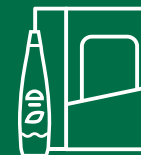
Se incorporó la línea de Fertilizantes de Especialidad, que incluye correctores de carencias, bioestimulantes y productos especiales a base quitosano y silicio, potenciando su presencia en cultivos anuales, de frutales y hortalizas.



En ingredientes, lanzamos la pulpa húmeda de manzana para aplicaciones en mermeladas y salsa BBQ que cumple las especificaciones para vegetarianos y veganos.



Durante el año se realizó el lanzamiento de nuevas variedades de azúcar como extrafina y rubia light. En el segmento de endulzantes se lanzó la alulosa con sucralosa granular (polvo) y la alulosa con sucralosa líquida.



lansa logró por primera vez obtener la certificación Kosher para el azúcar, la cual permitirá atender nuevos segmentos de mercado para la compañía.



En ICATOM, en Perú, el 2020 superó los rendimientos de tomate por hectárea, alcanzando 152 toneladas. Esto se debe a mayores rendimientos gracias a abono orgánico y a la introducción de mayor tecnología en los campos -como una remontadora de tomates y una guiadora de plantas- para incrementar su eficiencia. Por su parte, la planta de proceso también alcanzó un récord de producción, funcionando al límite de su capacidad, por lo que en 2021 se espera hacer más inversiones en la misma.



En nutrición animal, se lanzó al mercado el complemento SL SWEET, rico en vitaminas, energía y minerales que optimizan el rendimiento de las vacas lecheras. Además, lanzamos la línea MINERAL MIX que es una completa combinación de minerales, vitaminas y aditivos para complementar todos los requerimientos del ganado. Estos productos se elaboran en una moderna planta ubicada en Quepe, la que cuenta con un laboratorio especializado, sistemas de última generación, y certificación ISO 22.000.



En Patagoniafresh se logró una importante diversificación del portafolio, pasando de 12 a 29 productos: pulpa de zanahoria, de betarraga y de zapallo butternut, además de una línea orgánica y de comida para bebés. Agrícola Terrandes está desarrollando nuevos cultivos para abastecer esta producción.



Durante 2020, se incorporó la novedosa metodología agile para crear una app de contacto directo con los clientes de nutrición animal e insumos agrícolas que permitirá comercializar productos de manera más eficiente, implementando una célula de trabajo que ponga a los clientes en el centro. En 2021 estará disponible esta aplicación a través de Apple Store y Google Play.



HISTORIA DE LA COMPAÑÍA

BREVE HISTORIA DE LA COMPAÑÍA

1958 - 1974

Se abren otras plantas azucareras en la zona centro sur de Chile.

1990

Empresas Iansa inicia su participación en el negocio de jugos concentrados y de insumos agrícolas.

1994

La compañía comienza su participación en el mercado de alimento para mascotas.

2008

Iansa lanza Cero K. Se crea Agrícola Terrandes.

2014

Comienza a operar la fábrica de Cero K en Chillán. Se inicia el plan de crecimiento de alimento para mascotas.

2018

Lanzamiento de Iansa Life y Felinnes. Iansa adquiere Jugos Tamaya.

2020

Iansa inicia la comercialización de legumbres. Nueva planta de sales minerales y premezclas en Quepe.



1953

Fundación de Iansa. Se abre primera Planta Azucarera.



1989

Comienza la fabricación de Cosetán en Rapaco.



1991

Iansa inicia su participación en el negocio de pasta de tomate.



1995

La compañía funda ICATOM en el Valle de Ica, Perú, dedicada principalmente a la producción de pasta de tomate.



2010

Iansa adquiere ED&F MAN Chile.



2015

Iansa crea insumos agrícolas. ED&F MAN toma el control del 92% de Iansa.



2019

Reconocimiento de Chile 3D a Iansa como la marca más valorada.



HISTORIA DE LA COMPAÑÍA

HITOS 2020

Durante 2020, a pesar de ser un año complejo a nivel nacional producto de la pandemia, seguimos trabajando para innovar, mejorar nuestros procesos y asegurar la disponibilidad de todos nuestros productos a nivel nacional. Como hitos del año destacan:



RECONOCIMIENTO DE CERO K COMO MARCA INCLUSIVA

El trabajo de marca, innovación y comunicación de Iansa Cero K se vio reflejado en el reconocimiento que obtuvo la marca dentro del estudio Chile 3D. Iansa Cero K fue destacada como "Marca Inclusiva". El Estudio Chile 3D, de GfK Chile, es uno de los estudios más importantes a nivel nacional sobre marcas y estilos de vida de los chilenos, por lo que este es un reconocimiento muy importante para Iansa Cero K y que buscamos plasmar en nuestros productos, comunicación, innovaciones, etc.



LANZAMIENTO NUEVA CATEGORÍA: LEGUMBRES IANSA AGRO

Lanzamos al mercado nuevas variedades de legumbres tradicionales secas para cocinar -garbanzos, lentejas, porotos y arvejas, entre otros- y cuatro variedades de legumbres listas para servir en envases Tetrapak. Nuestra propuesta es ofrecer productos de calidad, que mantengan la relación con el origen y agricultura de la marca Iansa, pero que a la vez sea una marca que comulgue con las tendencias del consumidor actual, que busca naturalidad y respeto por el medioambiente. Las legumbres secas lograron una participación de mercado de 9,3% a seis meses de su lanzamiento, mientras que las legumbres listas lograron un 11,6% de participación de mercado a cuatro meses de su lanzamiento.



NUEVA SOCIEDAD

Durante el año también se creó la sociedad Agrocomercial Iansa S.A., que opera en el área de comercialización y distribución de productos e insumos agrícolas, ganadería forestales, acuícolas e industriales, alimentos para el consumo humano o animal.

HISTORIA DE LA COMPAÑÍA

HITOS 2020



NUEVO CANNES E INNOVACIONES EN FELINNES

En mayo de 2020 detectamos a través de nuestros procesos internos que algunos lotes de nuestro alimento seco extruido sufrieron desviaciones, viéndose relacionados con problemas de salud en un número definido de mascotas. Tras un largo proceso de investigación, de aplicación de medidas correctivas y de trabajo con los consumidores que se vieron afectados, Cannes, marca de alimento para perros, fue relanzada a fines del 2020 con una nueva imagen y una certificación única en la industria, atendiendo mayores controles de calidad y nuevas recetas. El trabajo fue realizado en conjunto con el DICTUC, laboratorio de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Por su parte, Felinnes, marca de alimento para gatos, también fue relanzada el 2020 con una fórmula mejorada que incluye más proteínas y mejores palatantes (saborizantes), también con la certificación del DICTUC y el surtido completo de alimentos secos, húmedos y snacks.



ACUERDOS DE PRODUCCIÓN LIMPIA (APL)

Durante el año se certificó a los endulzantes líquidos Iansa Cero K en el marco del Acuerdo de Producción Limpia (APL), liderado por Acción Empresas. Este acuerdo demuestra el compromiso voluntario de la compañía por el cuidado del medio ambiente. En esta misma línea, se cambió el blister plástico correspondiente al envase exterior de las tabletas de endulzantes por un estuche de cartulina.

Asimismo, la filial Patagoniafresh (plantas de jugos y pasta de Molina, además de la planta de San Fernando) firmaron su adhesión a la IV versión del APL de Chilealimentos sobre industria de alimentos procesados.

Actualmente participamos en APL de SOFOFA para el ecoetiquetado de envases y embalajes, comenzando azúcar Iansa y legumbres Iansa Agro y endulzantes.

G

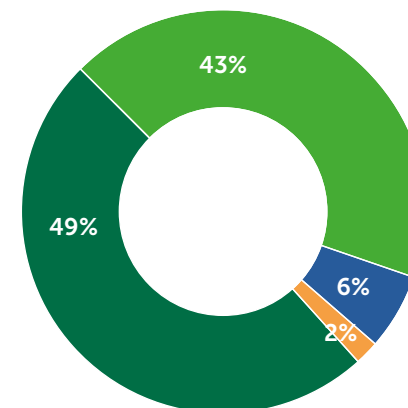
GOBIERNO CORPORATIVO

ESTRUCTURA SOCIETARIA Y DE PROPIEDAD

Empresas Iansa S.A. es una Sociedad Anónima Abierta. Al 31 de diciembre de 2020, la sociedad matriz de Empresas Iansa S.A. es la sociedad Inglesa ED&F Man Holding Limited, con una participación total de 92%. Esta participación en forma directa e indirecta está realizada a través de la sociedad ED&F Man Chile Holding SpA, con un 49,21% y de la Sociedad de Inversiones Campos Chilenos S.A. en un 42,74%. El 6% restante de la propiedad está distribuido en Corredores de Bolsa y el 2% corresponde a Otros.

El Directorio constituye el máximo órgano de gobierno de nuestra empresa, encargado de guiar y supervisar los planes estratégicos. Según indica la ley y los estatutos de la sociedad, corresponde la administración ordinaria y extraordinaria de la sociedad. Actualmente lo integran seis integrantes. Los directores son elegidos por la Junta Ordinaria de Accionistas, están tres años en sus cargos y pueden ser reelegidos indefinidamente. Este órgano no cuenta con miembros suplentes. Por su parte, el Presidente del Directorio no ejerce un cargo ejecutivo en la compañía. El Directorio en ejercicio durante 2020 fue elegido en la Junta Ordinaria de Accionistas, celebrada el 27 de abril de 2020.

PROPIEDAD Y CONTROL



- E. D. & F. Man Holdings SpA.
- Sociedad de Inversiones Campos Chilenos S.A.

G

GOBIERNO CORPORATIVO

DIRECTORIO 2020



GONZALO SANHUEZA
PRESIDENTE*
Ingeniero Comercial
Director desde el 28/01/2016
hasta el 23/12/2020



JADE MOORE
VICEPRESIDENTA
Contadora
Directora desde 28/10/2020



**ANDREAS MATTHIAS
HERBER**
DIRECTOR
Licenciado en Administración
de Empresas y Dirección
Internacional
Director desde 12/04/2018



PAUL MCNOUGHHER
DIRECTOR
Licenciado en Contabilidad
Director desde 24/05/2019



**ARTHUR WHITFIELD
HUGULEY**
DIRECTOR
Licenciado en Economía
Director desde 12/04/2018



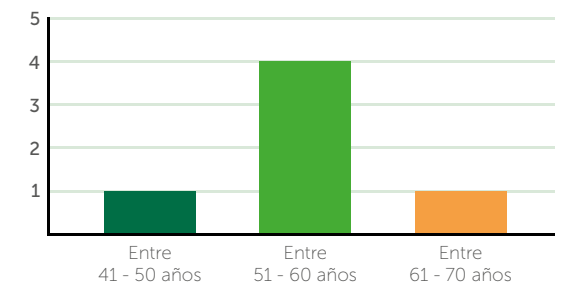
**MARÍA GRACIA CARIOLA
CUBILLOS**
DIRECTORA
Abogada
Directora desde 26/08/2020

* Quien ocupó la presidencia de la Compañía hasta el 23 de febrero de 2021 fue Lukas Paravicini

GÉNERO



EDAD



Cinco directores tienen menos de 3 años en sus cargos como tal. Un director tiene entre 3 y 6 años en su cargo como tal.

NACIONALIDADES





JOAQUÍN NOGUERA
PRESIDENTE
Director de Empresas
Director desde el 28/04/2005
hasta el 24/06/2020



MICHAEL GERARD
DIRECTOR
Contador Público y
Licenciado en Comercio
Director desde el 12/04/2018
hasta el 05/10/2020



LUKAS PARAVICINI
PRESIDENTE
Ingeniero
Presidente desde 24/06/2020 al
23/02/2021



LAURIE FOULDS
DIRECTOR
Licenciado en Ciencias
Contables
Director desde el 26/09/2019
hasta el 23/07/2020

COMITÉ DE TRANSACCIONES RELACIONADAS

Hasta 2018 operó el Comité de Auditoría. Luego de la Junta Extraordinaria de Accionistas celebrada el 12 de abril de ese año se acordó modificar el comité, flexibilizando la composición del mismo, reorganizando las facultades y funciones que son entregadas a este órgano y cambiando su nombre a Comité de Transacciones Relacionadas.

En la sesión ordinaria de Directorio de 2019 se designó como integrantes del Comité de Transacciones Relacionadas a Arthur Huguley, Gonzalo Sanhueza y Joaquín Noguera, siendo ratificados para un nuevo periodo en la sesión extraordinaria realizada el 27 de abril de 2020.

En junio de 2020, Joaquín Noguera presentó su renuncia al Directorio, siendo designado Paul McNougher como nuevo miembro del Comité de Transacciones Relacionadas, quien en agosto fue reemplazado por María Gracia Cariola Cubillos.

G

BIERNO CORPORATIVO

NUESTROS EJECUTIVOS

El Directorio delega la administración y conducción del negocio día a día en la plana ejecutiva de la empresa, la cual es liderada por el Gerente General.



PABLO MONTESINOS
GERENTE GENERAL
Ingeniero Civil Industrial
En el cargo desde 11/2018



CRISTIÁN ROSENFELD
GERENTE NEGOCIO
NUTRICIÓN ANIMAL E
INSUMOS AGRÍCOLAS
Economista Agrario
En el cargo desde 07/2019



MELVIN WENGER*
GERENTE ADMINISTRACIÓN
Y FINANZAS
Ingeniero Comercial
En el cargo desde 03/2018



RAMÓN CARDEMIL
GERENTE PRODUCCIÓN
AGRÍCOLA
Ingeniero Agrónomo
En el cargo desde 01/2015



RAIMUNDO DÍAZ
GERENTE DIVISIÓN
INDUSTRIAL
Ingeniero Agrónomo
En el cargo desde 12/2016



PAUL DE LA TAILLE
FISCAL Y GERENTE DE
PERSONAS
Abogado
Fiscal desde 01/2008 y
Gerente de Rersonas
desde 02/2013



**PEDRO PABLO
MERCANDINO**
GERENTE DIVISIÓN RETAIL
Ingeniero Comercial
En el cargo desde 12/2016



PABLO SANHUEZA
GERENTE CALIDAD Y
EXCELENCIA OPERACIONAL
Ingeniero en Alimentos
En el cargo desde 07/2020



FERNANDO MARTÍNEZ
GERENTE GENERAL ICATOM
Ingeniero Agrónomo
En el cargo desde 10/2007



ANTONIO PEREIRA
GERENTE TÉCNICO
Ingeniero Mecánico
En el cargo desde 01/2018



VIVIAN BUDINICH
GERENTA DE MARKETING
CORPORATIVO Y
SOSTENIBILIDAD
Ingeniero Comercial
En el cargo desde 07/2019

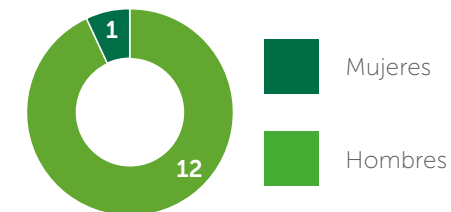


SEBASTIÁN DE LA VEGA
GERENTE DE SUPPLY CHAIN
Ingeniero Civil Industrial
En el cargo desde 09/2020

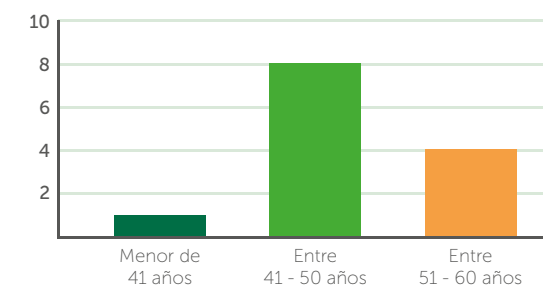


LUIS CASTRO
GERENTE DE AUDITORÍA
INTERNA
Contador Auditor
En el cargo desde 09/2008

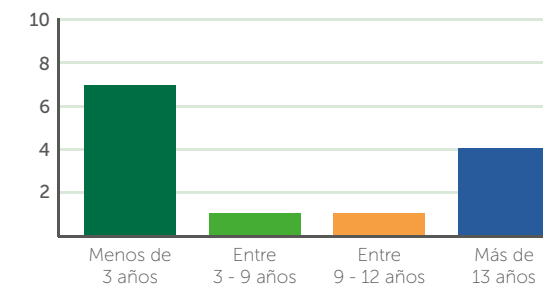
GÉNERO



EDAD



ANTIGÜEDAD



NACIONALIDADES



* Desde marzo de 2021, Pablo Hirmas se encuentra en este cargo.

G

RUPOS DE INTERÉS, MEMBRESÍAS Y ASOCIACIONES

En Empresas Lansa nos relacionamos con diferentes actores para el crecimiento y desarrollo de nuestro negocio y para cumplir con la visión que nos hemos propuesto de alimentar al mundo con lo mejor de nuestra tierra. Las relaciones con los diferentes grupos de interés que hemos identificado se fundan principalmente en el cumplimiento de los objetivos que nos hemos trazado en nuestro Plan Estratégico de Sostenibilidad y se estructuran y gestionan a partir de los diferentes ámbitos de trabajo y divisiones de la compañía, nuestros procesos productivos y la comercialización de los productos.

Accionistas e
Inversionistas

Proveedores

Colaboradores

Clientes

Consumidores

Comunidades

Gremios y
Alianzas

Autoridades y
Reguladores

Medios de
Comunicación

Sociedad
Civil

SOFOFA

Chilealimentos

ACCION
EMPRESAS
Por un Desarrollo Sostenible

abChile
Alimentos y Bebidas de Chile A.G.

mujer sustentable

Diario
Sustentable
Hay historias que merecen crecer.

CORFO

INDAP
Instituto de Desarrollo Agropecuario y Rural

AGIP

En Empresas Lansa trabajamos en conjunto con otras entidades y somos miembros de distintas asociaciones y alianzas a nivel nacional y regional. Esto nos permite interactuar constantemente con otros actores que se desenvuelven y desarrollan en ámbitos similares a nuestro quehacer, aportando nuestra visión y conociendo las últimas tendencias, riesgos y oportunidades del entorno en el cual nos desempeñamos. Así, somos miembros de SOFOFA, Chilealimentos, Acción Empresas, AB Chile y Mujer Sustentable, Diario Sustentable, AGIP y trabajamos en asociación con organismos públicos como INDAP y CORFO.



ESTRATEGIA

CORPORATIVA Y MODELO DE NEGOCIO

E

STRATEGIA CORPORATIVA Y MODELO DE NEGOCIO

Como compañía tenemos una estrategia de cara al año 2023 que guía nuestro quehacer para lograr ser una compañía de alimentos de origen natural, líder y sostenible. Para eso tenemos seis Pilares Estratégicos sobre los que construimos nuestro desarrollo de largo plazo.

1 INNOVACIÓN COMO MOTOR DE CRECIMIENTO Y SUSTENTABILIDAD DE PORTAFOLIO DE NEGOCIOS



Asegurar entornos productivos y eficientes es fundamental para continuar creciendo y mantener la diversificación y la sustentabilidad del portafolio de productos. Todas las áreas y divisiones de la compañía tienen a la innovación como un motor central de sus negocios y buscan las respuestas frente a la necesidad permanente de seguir creciendo, transformar y hacer más eficiente la producción y llegar a las soluciones adecuadas para conseguir nuestros objetivos.

2 CONOCIMIENTO PROFUNDO DEL CLIENTE Y SUS NECESIDADES



La búsqueda de productos que permitan una alimentación saludable, más balanceada, pero que a la vez simplifique los tiempos de preparación y dedicación, ha favorecido el posicionamiento de nuevas líneas, como la de legumbres secas y listas lansa Agro. También de productos como el azúcar extrafina, y la búsqueda constante de los mejores ingredientes para clientes industriales y de nutrición animal, entre otros.

ESTRATEGIA CORPORATIVA Y MODELO DE NEGOCIO

3 PORTAFOLIO DE MARCAS DE CALIDAD, CERCANAS E INNOVADORAS HACIA EL CONSUMIDOR



En la búsqueda de llegar a todos nuestros clientes con alternativas eficaces, buscamos constantemente nuevos formatos y canales de distribución en diferentes mercados. Jugos Tamaya tiene una nueva botella de vidrio cónica de 200 ml y una mini lata de aluminio de 200 ml. Se sumaron al portafolio productos como el Azúcar Extrafina, Rubia Light y Alulosa, en nuevos envases reciclables, respondiendo a las necesidades de los consumidores que hoy también buscan productos con menos impactos negativos sobre el medio ambiente.

4 CAPACIDAD PRODUCTIVA AGRÍCOLA COMO PALANCA DE NEGOCIOS INDUSTRIALES



Alimentamos al mundo con lo mejor de nuestra tierra, lo que nos brinda infinitas posibilidades. Asimismo, somos una empresa líder en el desarrollo de soluciones para el agro, lo que nos permite abrir posibilidades en diversos negocios, llegando así a distintos tipos de clientes, desde la agricultura a la ganadería, gracias a líneas de productos de nutrición animal y fertilizantes, entre otros.

5 FOCO Y MAXIMIZACIÓN DE VALOR EN LOS TRES SEGMENTOS ESTRATÉGICOS: INDUSTRIAL, RETAIL Y AGRÍCOLA



El Master Plan Logístico incluye la reorganización de las actividades productivas y logísticas para desarrollar procesos más eficientes, reduciendo el número de centros productivos y, por otro lado, incorporar mejores prácticas que permitan centralizar operaciones, mejorar el almacenamiento, y lograr una mayor focalización de los esfuerzos, maximizando el valor en los distintos segmentos en los que nos desempeñamos.

E STRATEGIA CORPORATIVA Y MODELO DE NEGOCIO

CONCENTRACIÓN DE OPERACIÓN AZUCARERA EN CHILLÁN

Uno de los hitos del año 2020 fue la concentración de las operaciones azucareras en planta Chillán, convirtiéndose en el centro neurálgico de la producción de azúcar, coproductos (melaza y coqueta), endulzantes, envasado, y distribución de la zona sur de Empresas Iansa.

Esto implicó la decisión de dejar de producir remolacha en Los Ángeles a partir de la temporada 2021. El cierre de esta planta fue un proceso largamente analizado y estudiado, ya que entendíamos que también significaba un cambio importante en la vida de los 121 colaboradores que trabajaban en esa localidad, así como de los proveedores locales y la comunidad.

Para esto, desarrollamos un plan de reubicación de aquellos colaboradores que quisieran trasladarse a otras ciudades donde operamos (en total, 29 personas fueron reubicadas a otras plantas), así como un paquete de beneficios para aquellos que no pudieron ser reubicados, que incluyó el pago de sueldos adicionales, bonos de escolaridad, seguro complementario de salud y de vida, entre otros, junto con un completo plan de outplacement con Lab Lab, filial de Seminario, para apoyar su reinserción laboral.

También se generó un plan para acompañar a los colaboradores que se trasladaron de Los Ángeles a Chillán y que les permitiera adaptarse al nuevo equipo y ciudad. Por otro lado, se mantuvieron los contratos con los agricultores que proveían de remolacha al centro de Los Ángeles, haciéndonos cargo del costo del transporte a la nueva planta para la temporada 2020/2021.



P

PLAN DE SUSTENTABILIDAD Y CONTRIBUCIÓN A LA AGENDA 2030 DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Como Empresas lanza nos relacionamos con numerosos grupos de interés según los ámbitos de gestión, procesos productivos y de comercialización. Accionistas e inversionistas, proveedores, colaboradores, clientes y consumidores, comunidades, gremios y alianzas, autoridades y reguladores, medios de comunicación y sociedad civil, entre otros. En cada uno de estos ámbitos y en la relación con cada uno de estos grupos, se abren oportunidades de la creación de valor sostenible y el desarrollo de nuestra operación.

En 2019, definimos un Plan Estratégico de Sostenibilidad de cuatro ejes o pilares centrales que tienen relación con nuestros públicos específicos y cuyo punto de partida es nuestra visión, que sitúa a las personas y sus valores como elementos centrales para alcanzar los objetivos propuestos.



PLAN DE SUSTENTABILIDAD Y CONTRIBUCIÓN A LA AGENDA 2030 DE DESARROLLO SOSTENIBLE

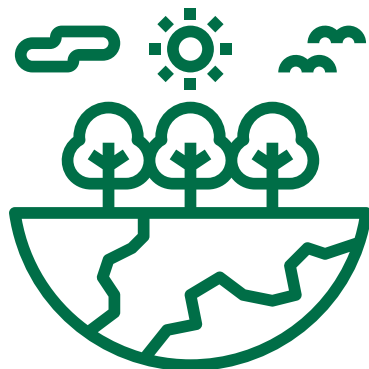


DESARROLLO AGRÍCOLA

Los agricultores son nuestros socios estratégicos de negocios, y nos vinculamos estrechamente con ellos para maximizar la calidad, rendimiento y sostenibilidad de sus cultivos, agregando valor compartido en nuestra cadena de abastecimiento. Además, trabajamos con las comunidades cercanas a nuestras plantas, proveyendo herramientas para su desarrollo social y económico ligado a la agricultura.

Pilares de trabajo:

- Gestión de la cadena de abastecimiento
- Desarrollo Agrícola y comunidades locales



CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE

Nuestra vinculación con la tierra nos empuja a alcanzar la mayor eficiencia en nuestras operaciones, de manera de generar ahorros de costos y al mismo tiempo reducir nuestro impacto al medioambiente, contribuyendo a un futuro mejor para todos.

Pilares de trabajo:

- Gestión de energía y combustibles
- Gestión del agua
- Gestión de residuos



INNOVACIÓN EN LA CADENA DE VALOR

Extender el tradicional portafolio de Empresas Iansa para ofrecer el más amplio abanico de insumos, ingredientes y alimentos que hagan posible ir evolucionando de acuerdo a las nuevas tendencias y necesidades de nuestros clientes y consumidores.

Pilares de trabajo:

- Innovación en productos
- Innovación en procesos y alianzas



EDUCACIÓN NUTRICIONAL Y SALUD

Ser reconocida como una empresa líder y pionera en informar y educar acerca del valor nutritivo de los alimentos, a través de la entrega de información transparente y valiosa para los consumidores, tanto respecto a los ingredientes de nuestros productos como a buenos hábitos de alimentación en general.

Pilares de trabajo:

- Transparencia en nuestros productos e ingredientes
- Educación nutricional y salud



MATERIALIDAD

La materialidad es un principio utilizado para definir si un tema o ámbito de gestión es lo suficientemente importante como para requerir de la atención de una empresa. Para este ejercicio, nos apoyó una consultora externa de manera de generar un estudio de materialidad independiente que recopile las miradas y percepciones de todos los grupos de interés, logrando una perspectiva múltiple en los temas de sostenibilidad.

Para determinar si un tema es considerado material, se realizó un "Análisis de Materialidad" en el que se consultó a grupos de interés internos y externos. En el primer grupo se encuentra la Alta Dirección, quienes identificaron los temas y luego se encuestó a colaboradores para conocer sus percepciones y opiniones sobre los temas levantados. En el segundo grupo, se realizó una encuesta a clientes, proveedores

y comunidades, entre otros, para conocer los temas más relevantes para ellos.

Así, contamos con la participación de 170 colaboradores, 492 proveedores (locales e internacionales), 77 clientes (locales e internacionales), siete representantes de las comunidades, cuatro autoridades, dos medios de comunicación y un gremio.

Posteriormente, se consolidó la información y se analizaron los resultados, para luego generar un listado de temas materiales que fueron priorizados, generando así la matriz de Materialidad.

Los 24 temas materiales seleccionados, divididos en las dimensiones económica, ambiental y social, son los siguientes.

MATERIALIDAD



DIMENSIÓN ECONÓMICA

- Prácticas de ventas, marketing y etiquetado
- Gobierno Corporativo
- Ética y Anticorrupción
- Gestión de la Cadena de Abastecimiento
- Gestión de la Innovación
- Contexto Legal y Regulatorio
- Calidad y Seguridad de los Productos
- Materias Primas
- Tendencias en Salud y Nutrición



DIMENSIÓN AMBIENTAL

- Gestión del Agua y Aguas Residuales
- Embalajes y Materiales
- Efectos del cambio climático
- Reducción de las emisiones de CO2
- Calidad del aire y olores
- Eficiencia Energética
- Transporte
- Gestión y aprovechamiento de los residuos y los desechos



DIMENSIÓN SOCIAL

- Derechos Humanos en la cadena de valor
- Salud y Seguridad Laboral
- Desarrollo de Capital Humano
- Desarrollo rural y disminución de la pobreza
- Clima y Cultura Laboral
- Educación y promoción de la vida sana en la población
- Cambios Operacionales

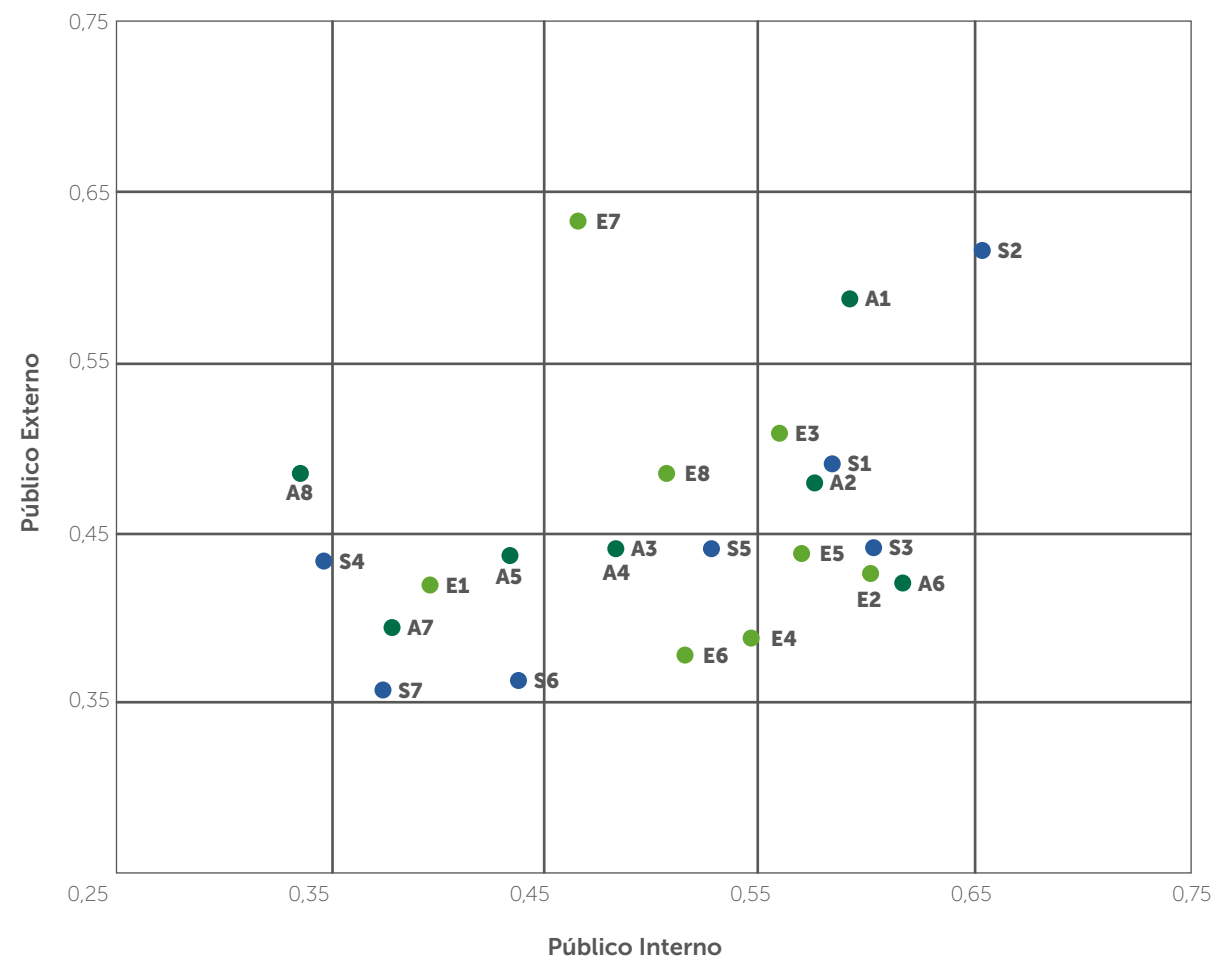
MATERIALIDAD

La matriz de Materialidad resultante de este proceso permite calibrar los temas materiales según las asignaciones otorgadas por los múltiples grupos de interés a través de nuestros públicos internos y externos. Ésta muestra que hay un alto grado de coincidencia entre las visiones.

Por otra parte, la matriz permite identificar aquellos temas con mayor y menor relevancia para ambos públicos. Es así como ámbitos como Cambios Operacionales cobran menos importancia, mientras que ítems como Salud y Seguridad Ocupacional exhiben una mayor preocupación tanto para los públicos internos como externos.

De esta manera, los 10 temas materiales más relevantes son:

- Salud y Seguridad Laboral
- Gestión del Agua y Aguas Residuales
- Ética y Anticorrupción
- Derechos Humanos en la cadena de valor
- Empaques y Materiales
- Calidad y Seguridad de los Productos
- Desarrollo de Capital Humano
- Eficiencia Energética
- Gobierno Corporativo
- Gestión de la Innovación



- A1.** Gestión del agua y aguas residuales
- A2.** Empaques y materiales
- A3.** Efectos del cambio climático
- A4.** Reducción de las emisiones de CO2
- A5.** Calidad del aire y olores
- A6.** Eficiencia energética
- A7.** Transporte
- A8.** Gestión y aprovechamiento de los residuos y los desechos

- E1.** Prácticas de ventas, marketing y etiquetado
- E2.** Gobierno corporativo
- E3.** Ética y anticorrupción
- E4.** Gestión de la cadena de abastecimiento
- E5.** Gestión de la innovación
- E6.** Contexto legal y regulatorio
- E7.** Calidad y seguridad de los productos
- E8.** Materias primas
- E9.** Tendencias en salud y nutrición

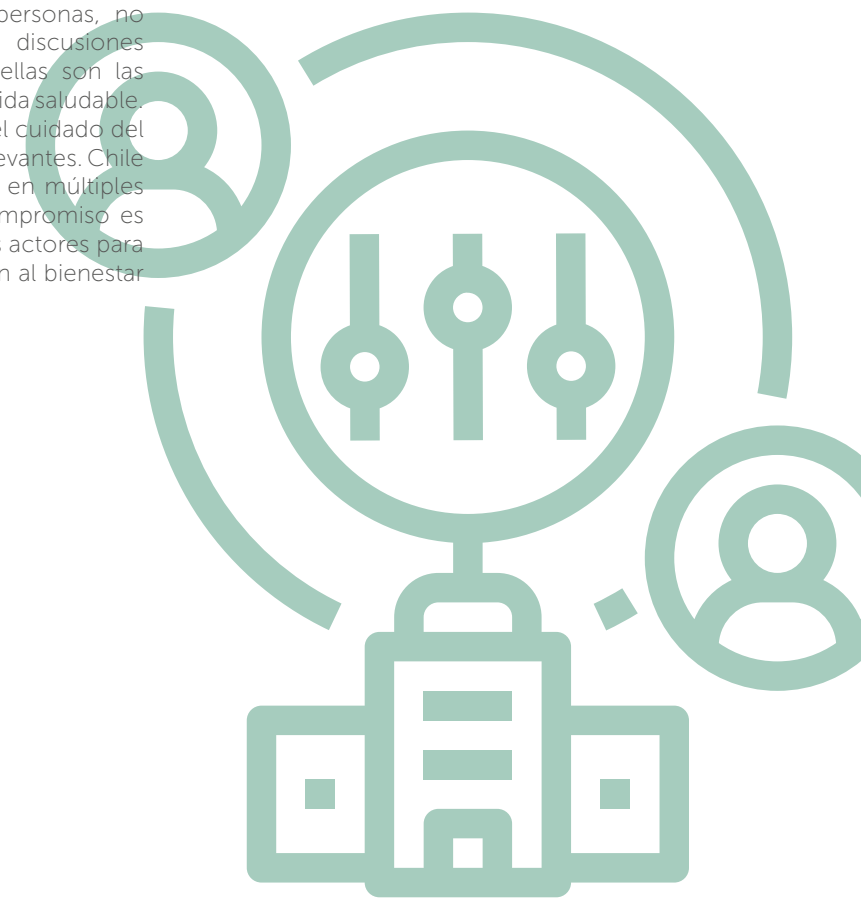
- S1.** Derechos humanos en la cadena de valor
- S2.** Salud y seguridad Laboral
- S3.** Desarrollo de capital humano
- S4.** Desarrollo rural y disminución de la pobreza
- S5.** Clima y cultura laboral
- S6.** Educación y promoción de la vida sana en la población
- S7.** Cambios operacionales



C

ONTEXTO LEGAL Y REGULATORIO

Como empresa de alimentos de origen natural, cuyo consumidor directo son millones de personas, no estamos exenta de regulaciones y de discusiones legislativas de distinta índole. Una de ellas son las relativas a la salud y a la promoción de la vida saludable. Otras, aquellas que tienen relación con el cuidado del medio ambiente, por nombrar las más relevantes. Chile tiene importantes desafíos para avanzar en múltiples ámbitos y como compañía, nuestro compromiso es trabajar coordinadamente con diferentes actores para ofrecer múltiples alternativas que aporten al bienestar de todos y todas.



C ONTEXTO LEGAL Y REGULATORIO

LEY DE ETIQUETADO DE ALIMENTOS

Desde 2016 comenzó a regir en Chile la Ley de Etiquetado de Alimentos (20.606), que obliga a las empresas a incorporar el sello de "alto en" para identificar aquellos productos con exceso de calorías, sodio, grasas saturadas o azúcar, informando además sobre la porción recomendada por cada producto.

Como empresa recomendamos el consumo responsable del azúcar y dentro de una dieta equilibrada, de acuerdo con las necesidades de cada persona. Ponemos a disposición de los consumidores distintas alternativas para endulzar: azúcar y azúcar light a través de la marca Iansa, miel a través de la marca Iansa Life y productos no calóricos a través de la marca Iansa Cero K. Nuestro portafolio, además, se distingue por presentar productos naturales que aportan también nutrientes para una alimentación balanceada, asunto que es importante para la diversificación del mismo y para las necesidades alimenticias de la población.

Asimismo, entendemos que los problemas de la obesidad y el sobrepeso deben abordarse desde una mirada multifactorial, a través de políticas públicas que involucren a todos los actores y desde diversas aristas. Es por esto que trabajamos junto a las comunidades de las que somos parte, aportando con educación y promoción de la vida saludable y buscamos ser parte de campañas y alianzas estratégicas con actores claves de la industria.



C ONTEXTO LEGAL Y REGULATORIO

RECICLAJE DE ENVASES

Chile ha avanzado en la adopción de normativas de protección al medio ambiente. Una de las iniciativas más importantes es la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor, que establece las prioridades en cuanto a la gestión de residuos, donde los empaques son uno de los elementos prioritarios a considerar. A fines de 2020 nos incorporamos de manera voluntaria al Acuerdo de Producción Limpia (APL), iniciativa liderada por SOFOFA y el Ministerio del Medio Ambiente. De esta manera, y en línea con nuestra Estrategia de Sostenibilidad, nos preocupamos del impacto de nuestro envases y operación en el medioambiente.

Actualmente estamos analizando la incorporación de nuevos materiales para nuestros envases, idealmente de un solo componente, pero que resguarden el producto, manteniendo sus características organolépticas, de calidad, inocuidad, de contención y transporte, de manera que asegurar la calidad en toda la cadena, desde su producción hasta llegar a las manos del consumidor final.



C ONTEXTO LEGAL Y REGULATORIO

PATAGONIAFRESH A LA VANGUARDIA

Desde 2006, Patagoniafresh opera bajo el marco del Acuerdo de Producción Limpia. A la fecha cuenta con la certificación de APL I, II, III, lo que se traduce en:

- Es la primera empresa a nivel nacional en obtener certificación ISO 50.001 como agroindustria (2013)
- Cumplimiento total con "Supplier Guiding principles and human rights policy assessments" (2015)
- Reducción de la Huella de Carbono en un 28% (2018)
- Reconocimiento "Silver" por Ecovadis en Sostenibilidad (2019)
- Implementación ISO 14.000 (2020)



C

ONTEXTO LEGAL Y REGULATORIO

RIESGOS Y OPORTUNIDADES



BIENESTAR Y VIDA
SALUDABLE EN EL
DEBATE PÚBLICO



AUMENTO DE LA
OBESIDAD ADULTA E
INFANTIL



9 DE CADA 10
CONSUMIDORES BUSCAN
PRODUCTOS MÁS
SALUDABLES¹



EL 65% DE LOS PADRES Y
MADRES ASEGURA HABER
MODIFICADO SU
CONSUMO POR LA LEY
DE ETIQUETADO²



EL 80% DE LOS PADRES
Y MADRES DICE HABER
RESTRINGIDO EL
AZÚCAR³

Las cifras de obesidad y sobrepeso infantil y adulto han impulsado un interés por abordar este problema desde las políticas públicas, de manera integral y a través de diversos actores. Esto se ha traducido en que los últimos cinco años, parte de la población ha comenzado a cambiar sus hábitos alimenticios, lo que implica una reducción en el consumo de alimentos altos en azúcar, en grasas saturadas, calorías y sodio, promovido por la Ley de Etiquetado de los Alimentos. Esto también ha significado un aumento en la valoración de alimentos sin sellos, o reducidos en ciertos ingredientes y compuestos.

Por otro lado, el consumidor ha incluido un nuevo enfoque al momento de decidir qué productos comprar y tiene relación tanto con el proceso de producción como con los envases y empaques, de manera que tengan un menor impacto negativo en el medioambiente, en respuesta también a la emergencia climática que enfrentamos de manera global.

Nuestra actividad se desarrolla en el sector agroindustrial, por lo que la producción podría verse afectada por factores climáticos (inundaciones, heladas, sequías) y/o riesgos fitosanitarios (plagas y/o enfermedades). En el primer caso, los problemas derivados del cambio climático podrían aumentar con los años, sobre todo considerando que la remolacha se produce en distintas regiones del país, zonas que podrían verse afectadas de distintas maneras en el futuro.

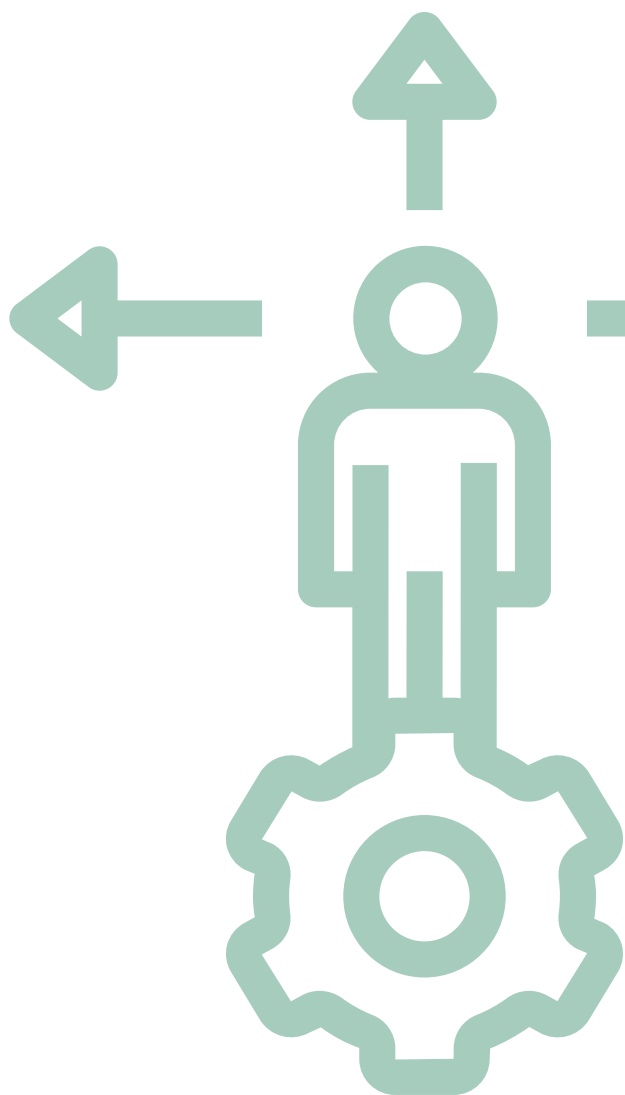
¹ Según el Observatorio Shopper Experience (OSE), preparado por in-Store Media.

^{2 y 3} Estudio Chile3D de GfK de 2019.

C

ONTEXTO LEGAL Y REGULATORIO

RIESGOS Y OPORTUNIDADES



Sin embargo, estos riesgos también pueden generar oportunidades para explorar nuevos negocios y productos en nuestras tres divisiones: Retail, Industrial y Agro, así como la posibilidad de generar planes que nos permitan hacer nuestros procesos más eficientes e innovadores de cara a al futuro.

RIESGO	OPORTUNIDAD
Sustitución	Contamos en nuestro portafolio con alternativas atractivas de "edulcorantes no calóricos" que tienen buena recepción en el mercado, que nos han permitido desarrollar nuevas líneas de productos como la Alulosa, que se suma a los productos Iansa Cero K Stevia, Sucralosa y Agave con Sucralosa.
Agrícola	Durante el último año hemos incorporado procedimientos altamente tecnológicos a nuestros procesos, como es el caso de la tecnología Conviso Smart, que permite aplicar menos agroquímicos y se produce menor huella de agua, carbono y menor compactación del suelo. Por otra parte, buscamos desarrollar prácticas agrícolas sostenibles, aplicando la metodología Crop Check que permite identificar los puntos críticos en los que se debe hacer gestión para mejorar índices de sostenibilidad como huella de agua y carbono. Asimismo, estamos trabajando para hacer más accesible la adopción de energía fotovoltaica en el riego.

C ONTEXTO LEGAL Y REGULATORIO

EMERGENCIA POR COVID-19

Asimismo, la emergencia sanitaria producida por el COVID-19 fue un factor que marcó el 2020 y que establece un precedente para abordar posibles nuevas emergencias en un futuro cercano.

La pandemia por COVID-19 hizo necesaria la implementación de diversas medidas con el objetivo de proteger a nuestros colaboradores, sin impactar en la producción. Para esto, elaboramos un Protocolo de Manejo COVID-19 en base a las recomendaciones de la OMS y las autoridades sanitarias, además de las mejores prácticas de la industria, el cual es actualizado periódicamente y comunicado a todos los colaboradores.

En la práctica, esto se tradujo en teletrabajo para todo el personal administrativo, mientras que los colaboradores que operan en las plantas recibieron equipamiento de protección personal y trabajaron en sistema de turnos, lo que permitió que todas las unidades de negocio de la compañía pudieran operar normalmente y así seguir abasteciendo a la sociedad con insumos y productos esenciales en los mercados donde operamos.

Las exportaciones, especialmente de las filiales Patagoniafresh S.A. e ICATOM sufrieron retrasos debido al cierre de las fronteras y/o puertos de destino. Sin embargo, esta situación no produjo pérdidas de pro-

ductos por expiración en fechas de vencimiento, o pérdidas de clientes o ventas.

Producto de la pandemia, distintos proyectos sufrieron retrasos, como son las obras civiles relacionadas con el horno de cal y la planta de sales minerales, así como las importaciones de maquinarias para el proyecto de bolsas de papel, latas jugos Tamaya y la planta de sales minerales. Estos atrasos afectaron marginalmente los resultados.

Es importante considerar los aprendizajes durante el año 2020, debido a que la operación durante 2021 seguirá siendo impactada por la crisis producida por el COVID-19. Asimismo, todo lo vivido nos prepara para enfrentar cualquier otra nueva emergencia en el futuro, cumpliendo con nuestro rol principal como empresa clave dentro de la cadena de abastecimiento.





É

ÉTICA Y CUMPLIMIENTO

Esperamos que nuestros valores declarados guíen nuestro quehacer y las relaciones que mantenemos con nuestros colaboradores, proveedores, clientes y todos los grupos de interés tanto internos como externos. Establecemos la importancia de los valores de Foco en el cliente, Integridad, Meritocracia, Excelencia, Espíritu emprendedor y Respeto a través de una serie de herramientas que buscan asegurar su cumplimiento.

Para esto contamos con el Portal de Integridad (<https://iansa.eticaenlinea.cl/>), una plataforma que alberga toda la información relativa al Modelo de

Prevención de la Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas (Ley 20.393), al Sistema de Gestión Ética (SGEI) y el Código de Ética. A través de este portal pueden acudir tanto los colaboradores como personas externas a la compañía para realizar consultas o denuncias vinculadas a la ética. El servidor que alberga las denuncias es externo, gestionado por una tercera parte externa, y que entrega una clave única para hacer seguimiento a la consulta o denuncia sin tener que ingresar el nombre o correo electrónico. El compromiso es entregar una primera respuesta en tres días hábiles.



SISTEMA DE GESTIÓN ÉTICA (SGEI)

El Sistema GEI es un mecanismo que promueve canales de comunicación y de información confiables para asegurar que el personal presente sus inquietudes y casos de ética en un ambiente imparcial, previniendo posibles acciones que debiliten la imagen de nuestra compañía y dañen nuestro trabajo diario. Este sistema sirve para promover actitudes éticas que contribuyan a asegurar el cumplimiento de nuestros valores y del buen clima laboral, y favorezcan la reputación e imagen de la empresa.

Este sistema nos permite contar con directrices de acción apropiadas, así como desarrollar la sostenibilidad y confianza en la organización y todos los grupos de interés, prevenir fraudes corporativos o dilemas éticos que puedan interferir con el normal funcionamiento de la compañía, así como responder y solucionar preguntas sobre ética, detectando posibles áreas de riesgo e investigando los casos informados.



CANAL DE DENUNCIAS

De las denuncias recibidas a través de este canal, aquellas que se relacionan con consultas y/o reclamos de clientes o consumidores son derivadas al área de marketing y sustentabilidad. Todos los demás casos son debidamente investigados por el área de Auditoría Interna, con apoyo de otras áreas según el tema que involucre cada denuncia.

Durante el 2020 se recibieron 3 consultas y 16 denuncias a través del portal, el 57,9% del total no fueron denuncias anónimas, el resto sí.

De los casos recibidos, un 47,4% fueron consultas o reclamos de los consumidores, un 15,8% fueron denuncias relacionadas con incumplimientos al Código de Ética y otro 15,8% a fraudes; mientras que denuncias por apropiación indebida, corrupción entre particulares, discriminación o acoso laboral o sexual, y uso incorrecto de activos, bienes y/o servicios de la empresa, correspondieron cada una a un 5,3% del total de denuncias. Todas fueron debidamente investigadas a través de los canales y responsables pertinentes.



CÓDIGO DE ÉTICA

El Código de Ética es un manual que guía y regula nuestra conducta, enmarcándola en la ética y transparencia. Entrega herramientas para enfrentarse a dilemas éticos o situaciones que vayan en contra de los valores y normativas de la empresa y/o de la legislación vigente. Este documento informa a los trabajadores sobre los valores y principios, la conducta apropiada y esperada con entidades externas como accionistas, proveedores, clientes y autoridades.

Como parte de nuestro compromiso, velamos porque cada colaborador y grupo de interés conozca este código. En esta línea, capacitamos a todos los trabajadores, siendo parte integral del contrato de trabajo.

El Código de Ética está disponible en <https://iansa.eticaenlinea.cl/>



MODELO DE PREVENCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD PENAL DE LAS PERSONAS JURÍDICAS (LEY 20.393 Y SISTEMA DE GESTIÓN ÉTICA (SGEI)

En Empresas Iansa hemos adoptado una política de tolerancia cero hacia el delito y la corrupción, la que está plasmada en el Modelo de Prevención de la Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas - Ley 20.393 y Sistema de Gestión Ética (SGEI) -, que busca prevenir y combatir los delitos de lavado de activos, financiamiento del terrorismo y cohecho. Asimismo, busca prevenir la corrupción a través de la promoción de la transparencia, la probidad y la ética.

Esta política se extiende a todas las operaciones y transacciones de nuestras empresas. En este Modelo nos comprometemos a:

- Traspasar a la acción la política de tolerancia cero.
- Difundir y potenciar los valores y principios de la compañía entre todos sus trabajadores.
- Cumplir estrictamente las leyes vigentes en todas sus actividades y operaciones.
- Revisar periódicamente las operaciones de la compañía para ser actualizadas conforme a su funcionamiento y a las modificaciones legales, del mercado y/o de la industria.
- Incentivar y capacitar a los trabajadores a participar del Modelo, previniendo y denunciando la comisión de los delitos de cohecho, financiamiento del terrorismo y lavado de activos y/u otras conductas ligadas a la corrupción.
- Establecer canales de comunicación adecuados para realizar consultas y denuncias vinculadas al delito y/o la corrupción.
- Dar a conocer e invitar a colaborar a sus grupos de interés u otras entidades externas a la política de tolerancia cero frente al delito y la corrupción.

Este Modelo se encuentra certificado desde marzo de 2016 por la empresa Prelafit Compliance.



DIMENSIÓN ECONÓMICA

CREANDO VALOR DESDE LA TIERRA AL
BIENESTAR DE CADA CONSUMIDOR



D

IMENSIÓN ECONÓMICA:

CREANDO VALOR DESDE LA TIERRA AL BIENESTAR DE CADA CONSUMIDOR

Entendemos que para el correcto desarrollo de nuestras operaciones debemos considerar una serie de factores que tienen relación con el impacto que generamos en el medio ambiente y nuestros grupos de interés, desde el aprovisionamiento de materias primas, hasta los procesos de venta y el cuidado de nuestros clientes, más allá del consumo de los productos de Empresas Iansa. Es por eso que invertimos y trabajamos junto a nuestros proveedores, fomentando alianzas público-privadas para asegurar el desarrollo agrícola y el apoyo a la agricultura familiar, el correcto uso y tratamiento de la tierra, el cuidado del agua, entre otros factores medioambientales.

Si bien 2020 fue un año complejo, obtuvimos buenos resultados gracias a la innovación y a la implementación de nuevos canales de venta, entre ellos el comercio electrónico, que nos permitió llegar directa-

mente a los clientes, satisfaciendo sus necesidades en un año en el que el contacto más cercano se volvió indispensable. También nos esforzamos por adaptar nuestro relacionamiento continuo con los clientes industriales, donde mucha de la comunicación tradicional se daba en forma presencial, para no dejar de atender sus necesidades y requerimientos.

Asimismo, realizamos diversas campañas comunicacionales de cara a nuestros distintos públicos, de manera de mostrar y compartir lo que hacemos más allá de la venta de productos, buscando impactar de manera positiva en la vida de nuestros colaboradores, comunidades y clientes, comunicando con transparencia y poniendo a disposición de quien así lo requiera todas las herramientas necesarias para resolver sus inquietudes.

DIMENSIÓN ECONÓMICA

APROVISIONAMIENTO RESPONSABLE Y DESARROLLO DE PROVEEDORES

La calidad de nuestros productos depende en gran medida de la materia primera que escogemos para ellos. Por eso, la elección de los proveedores, la relación que mantenemos, las oportunidades de crecimiento y los diversos apoyos que podamos brindarles es fundamental.

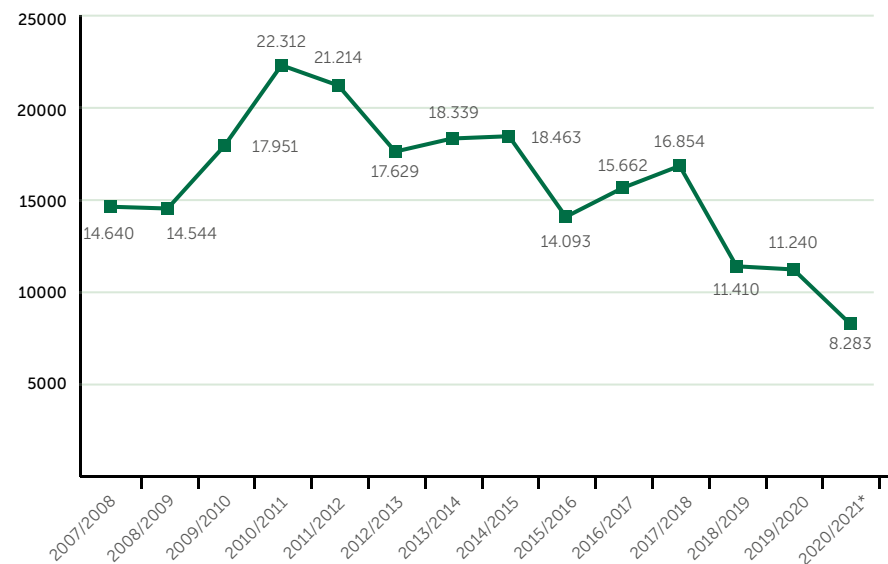
Las principales materias primas que utilizamos para la fabricación de azúcar refinada son remolacha y azúcar cruda. En el caso de la remolacha, el abastecimiento a las plantas se determina por la disponibilidad de suelo para siembra y por el rendimiento agrícola. El azúcar cruda, por su parte, es un commodity que se transa en el mercado internacional.

Con respecto a la relación con los productores de remolacha, mantenemos una serie de programas e iniciativas para apoyar a los agricultores remolacheros, principalmente a través de alternativas de financiamiento y seguros agrícolas. Al ser la remolacha un cultivo anual, la planificación de cada temporada y la certeza en cuanto a precios y rendimientos es fundamental para la creación de valor conjunto entre la compañía y sus proveedores, considerados socios estratégicos. Asimismo, para aquellos agricultores de menor tamaño y de otros cultivos, también impulsamos iniciativas de desarrollo, trabajando con otras entidades donde destacan INDAP y CORFO. Aquí destacan los Programas de Alianzas Productivas y de

Desarrollo de Proveedores. Asimismo, los agricultores reciben apoyo, por ejemplo, para la adopción de Energías Renovables No Convencionales (ERNC) dentro de la producción, con el fin de energizar bombas de riego, reduciendo los costos y buscando menos impactos negativos en el medio ambiente.

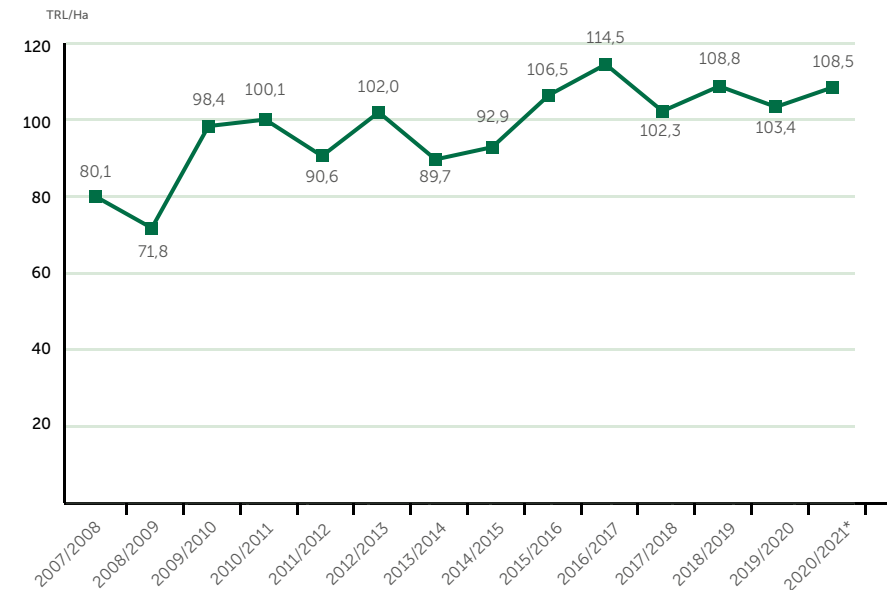
Las hectáreas sembradas de remolacha han variado durante los últimos años, desde 2008 a 2020, cifras impactadas principalmente por el cierre de la planta de Linares (2018-2019) y, por ende, de cultivos de remolacha en esa región. Mientras, la última temporada fue particularmente compleja por la sequía más importante de los últimos 60 años.

HECTÁREAS DE REMOLACHA



* En cosecha actualmente, rendimiento estimado.

RENDIMIENTO TEMPORADA



DIMENSIÓN ECONÓMICA

APROVISIONAMIENTO RESPONSABLE Y DESARROLLO DE PROVEEDORES

Con respecto a los rendimientos agrícolas, han tenido un importante incremento a pesar de la disminución de las hectáreas disponibles. Esto permite mantener el suministro de remolacha para las plantas frente a la disminución de superficie sembrada, así como moderar el precio a pagar al agricultor por su producción. Nuestro compromiso con los proveedores se plasma tanto en las iniciativas destinadas al apoyo y capacitación, como también en una póliza de seguros frente a riesgos climáticos y a enfermedades asociadas a efectos climáticos, permitiéndoles cubrir una parte importante de los costos directos asociados al cultivo. Los términos y condiciones se licitan anualmente en las mejores condiciones de las aseguradoras locales.



Durante el año 2020, de un total de 474 contratos con proveedores de remolacha -donde un agricultor puede tener más de un contrato- 250 contratos tomaron el seguro de tipo de cambio que ofrece Empresas Iansa a este tipo de proveedores. Las condiciones del seguro no experimentaron ningún cambio durante la pandemia, manteniendo las condiciones pactadas desde un comienzo con quienes lo tomaron.

El Agrobok lansa es una solución tecnológica destinada a recoger información relevante en los predios. Esta herramienta funciona a través de visitas técnicas que incorporan notas específicas y registro fotográfico. Además, se lleva un registro de siembras con los detalles de variedad y máquina sembradora y se entregan recomendaciones generales o específicas de agro insumos por contrato.

Todos estos datos están en línea en una plataforma web (Siagri) que facilita la gestión, reporte y visualización. Uno de los beneficios de esta plataforma es que se instala en una tablet o teléfono móvil, permite el registro georreferenciado y la recolección de datos de manera offline, cargándose en el sistema una vez que hay señal disponible. Esto es de gran relevancia, considerando las condiciones de conectividad en el campo.



DIMENSIÓN ECONÓMICA

CÓDIGO DE AGRICULTURA SUSTENTABLE TERRANDES - UNILEVER

Desde 2013, Terrandes, la filial de campos propios de Empresas Iansa, participa de la iniciativa de Unilever "Código de Agricultura Sustentable". Esta iniciativa es una de las más importantes del programa de abastecimiento sustentable de Unilever, y busca comprar materias primas agrícolas de campos que apliquen prácticas sostenibles, es decir, que los cultivos permitan conservar el suelo, que disminuyan y minimicen el uso de agua y fertilizantes, protejan la biodiversidad y mejoren la vida de los agricultores. Esta iniciativa se enmarca en los esfuerzos de Unilever por no tener emisiones de carbono en sus operaciones, reducir a la mitad la huella de GEI de sus productos en toda la cadena (a 2030) y generar cero emisiones netas en todos sus productos para 2039.

Este código fue aplicado en el proceso de producción de remolacha y los de rotación de cultivos.





D

ESARROLLO AGRÍCOLA Y APOYO A LA AGRICULTURA FAMILIAR

Contribuir a la generación de relaciones comerciales transparentes y sostenibles es una de nuestras preocupaciones. Para esto, establecer alianzas que abran nuevas oportunidades a quienes son parte de la cadena de valor de nuestro negocio, sin importar su tamaño, es una de nuestras prioridades. Una de las iniciativas que beneficia a las personas de la Agricultura Familiar es el programa de Alianzas Productivas (AAPP) de INDAP, que busca articular iniciativas de encadenamiento productivo entre un poder comprador y sus proveedores de productos y servicios, así como también potenciar el trabajo con los agricultores para la transferencia tecnológica y desarrollar el profesionalismo del manejo productivo del campo.

Este es un trabajo colaborativo entre Empresas Iansa, INDAP y los agricultores, y consiste en una asesoría financiada por la entidad estatal (de un 40% a un 70%), el poder comprador y el productor.

Durante 2020 trabajamos con alrededor de 140 agricultores de remolacha en tres programas de AAPP: dos en Maule y una en Ñuble.

Resultados:

- ✓ Aumento en el rendimiento y superficie contratada promedio (con respecto al año de inicio de los proyectos)
- ✓ Nuestros agricultores tuvieron una postulación preferente a los concursos PRI (Proyectos de Riego Intrapredial) y PDI (Proyectos de Inversiones)



DESARROLLO AGRÍCOLA Y APOYO A LA AGRICULTURA FAMILIAR

Por otro lado, en el marco de la producción de porotos para Iansa Agro, presentamos dos proyectos de Alianzas Productivas en Ñuble y Maule, cada una con 40 agricultores.

Por otro lado, las reuniones en terreno fueron reemplazadas por cápsulas audiovisuales informativas y de capacitación. Estas cápsulas están incorporadas en dispositivos móviles adquiridos especialmente para este fin y tratan temas de I + D + i agroindustrial.

PROGRAMAS	ACTIVIDAD
AAPP Ñuble - Maule 2	Fertilización de suelos para cultivo de remolacha y Programa SIRSD (Sistema de Incentivos para la Sustentabilidad Agroambiental de los Suelos Agropecuarios).
AAPP Ñuble - Maule 2	Manejo de plagas y enfermedades.
AAPP Maule 1	Mapeo de NDVI (índice de vegetación de diferencia normalizada por su sigla en inglés) de remolacha y otros cultivos.
AAPP Maule 1	Actividad complementaria de fidelización de usuarios (riego de nascencia).



\$183.200.000 CLP
de inversión por parte de la
compañía para la ejecución
de los programas de Alianzas
Productivas-INDAP durante 2020



212 agricultores beneficiados, con
cultivos de remolacha y porotos
114 en la Región del Maule
98 en la Región de Ñuble

DESARROLLO AGRÍCOLA Y APOYO A LA AGRICULTURA FAMILIAR

PROGRAMAS DE DESARROLLO DE PROVEEDORES – CORFO



Los Programas de Desarrollo de Proveedores (PDP) consisten en un aporte no reembolsable de CORFO que cubre parte del costo de acciones como consultorías, transferencia tecnológica y entrenamiento comprendidas en el plan de desarrollo de empresas proveedoras de compañías demandantes de mayor tamaño.

Las actividades de PDP se dividen en dos etapas:

- 1 Etapa de Diagnóstico, en la que se determinan las áreas de negocio a desarrollar entre empresa y proveedor, y se diseña una propuesta de desarrollo en conjunto.
- 2 Etapa de Desarrollo, consiste en entregar apoyo experto para hacer más eficiente la producción y gestión, así como adaptarse a los estándares de los mercados de destino y construir una cadena productiva mejor integrada.

A estos programas pueden acceder empresas demandantes, productivas o de servicios, con ventas anuales netas superiores a 100.000 UF, en conjunto con sus empresas proveedoras, cuyas ventas anuales netas individuales no excedan las 100.000 UF.

PROGRAMAS	ACTIVIDAD
PDP Huella de Agua	Programación de Riego y Monitoreo de Humedad de Suelo
	Gestión de Energía en Riego
PDP Huella de Carbono	Manejo de Fertilidad Racional según potencial de cultivo y análisis nutricional
	Gestión de Consumo de Energía Intrapredial



D

ESEMPEÑO ECONÓMICO

El año 2020 fue un año positivo en términos generales con respecto a los resultados. Empresas como Patagoniafresh obtuvieron buenos resultados que le permitieron avanzar en el plan estratégico. El exitoso lanzamiento de legumbres Iansa Agro también fue uno de los hitos del año con respecto al desempeño económico.

En el caso de los coproductos, también tuvieron un buen desempeño, gracias al incremento en los precios.

Sin embargo, el negocio del azúcar a nivel global se vio impactado por la pandemia, lo que se tradujo en mayores importaciones a mayores precios, además de un aumento del precio del dólar que llegó a los \$790. No obstante, gracias a nuestro fomento de la economía local, logramos aumentar la participación de mercado en azúcar, con un market share volumen de 48,6 en diciembre de 2020, cifra que es la mejor en tres años.

Con respecto a la participación de mercado, con el endulzante Iansa Cero K logramos 29 puntos promedio, siendo la mejor participación histórica. Otro hito fue el relanzamiento de la línea granulados, con buenos resultados.

La pandemia obligó a los comercios a sumarse rápidamente a la venta online, debido a las restricciones producto de la emergencia sanitaria. El objetivo inicial era de 2% de participación en el mercado a través de internet y se obtuvo un 5%, lo que sentará las bases para desarrollar nuestro e-commerce los próximos años. Esto nos convirtió en la primera empresa de alimentos con tienda directa en el mercado libre, donde el cliente no debe pasar por un distribuidor y puede hacer una compra directa.

DESEMPEÑO ECONÓMICO

Resultados	Agroindustrial			Alimentos			Ingredientes Alimenticios			Otros y transacciones relacionadas			Total Consolidado		
(Millones de USD)	dic - 20	dic - 19	Dif.	dic - 20	dic - 19	Dif.	dic - 20	dic - 19	Dif.	dic - 20	dic - 19	Dif.	dic - 20	dic - 19	Dif.
Ingresos Ordinarios	189,2	204,5	(15,3)	122,8	139,0	(16,2)	242,3	215,2	27,1	(153,3)	(161,7)	8,4	401,0	397,1	3,9
Consumo de materias primas y materiales secundarios	(169,8)	(189,8)	20,8	(90,6)	(94,2)	3,6	(208,2)	(189,3)	(18,9)	153,0	156,7	(3,7)	(314,8)	(316,6)	1,8
Margen contribución	20,2	14,7	5,5	32,2	44,8	(12,6)	34,1	25,9	8,2	(0,3)	(5,0)	4,7	86,2	80,5	5,7
Razón Contribución	11%	7%	3%	26%	32%	-6%	14%	12%	2%	0%	3%	-3%	21,5%	20%	1%
Depreciación y amortización	(2,0)	(1,8)	(0,2)	(1,5)	(1,1)	(0,4)	(1,7)	(1,6)	(0,0)	(3,1)	(2,9)	(0,2)	(8,3)	(7,4)	(0,9)
Gastos operacionales	(24,5)	(24,7)	0,2	(26,9)	(27,7)	0,8	(22,3)	(21,0)	(1,3)	(10,3)	(5,4)	(4,9)	(84,0)	(78,8)	(5,2)
Ganancias de la operación	(6,3)	(11,8)	5,5	3,8	16,1	(12,3)	10,1	3,3	6,8	(13,7)	(13,3)	(0,4)	(6,1)	(5,7)	(0,4)
Costos/Ingresos ¹ Financieros	(2,1)	(2,6)	0,4	(1,3)	(1,3)	0,1	(4,0)	(3,5)	(0,4)	1,6	2,0	(0,5)	(5,8)	(5,4)	(0,4)
Otros no operacional	(2,2)	(2,2)	-	(0,4)	(0,3)	(0,1)	(0,4)	-	(0,4)	(6,3)	6,4	(12,7)	(9,3)	3,9	(13,2)
Ganacias no operacional	(4,3)	(4,8)	0,5	(1,7)	(1,7)	0,0	(4,4)	(3,5)	(0,9)	(4,7)	8,4	(13,2)	(15,1)	(1,5)	(13,6)
Ganancias (pérdida) antes de impuestos	(10,6)	(16,6)	6,0	2,1	14,4	(12,3)	5,7	(0,3)	6,0	(18,4)	(4,8)	(13,6)	(21,2)	(7,2)	(14,0)
Impuestos ²	2,9	4,5	(1,6)	(0,6)	(3,9)	3,3	(0,6)	0,2	(0,8)	4,3	1,2	3,0	6,0	2,0	4,0
Ganancia (pérdida) Total	(7,7)	(12,1)	4,4	1,5	10,5	(9,0)	5,1	(0,1)	5,2	(14,1)	(3,6)	(10,6)	(15,2)	(5,2)	(10,0)
EBITDA	5,3	0,5	4,8	6,2	18,4	(12,3)	17,1	9,3	7,8	(10,6)	(10,3)	(0,3)	18,0	17,9	0,1

¹ Ingresos financieros relacionados.

² Distribuido en los segmentos nacionales de acuerdo a la tasa nominal vigente.

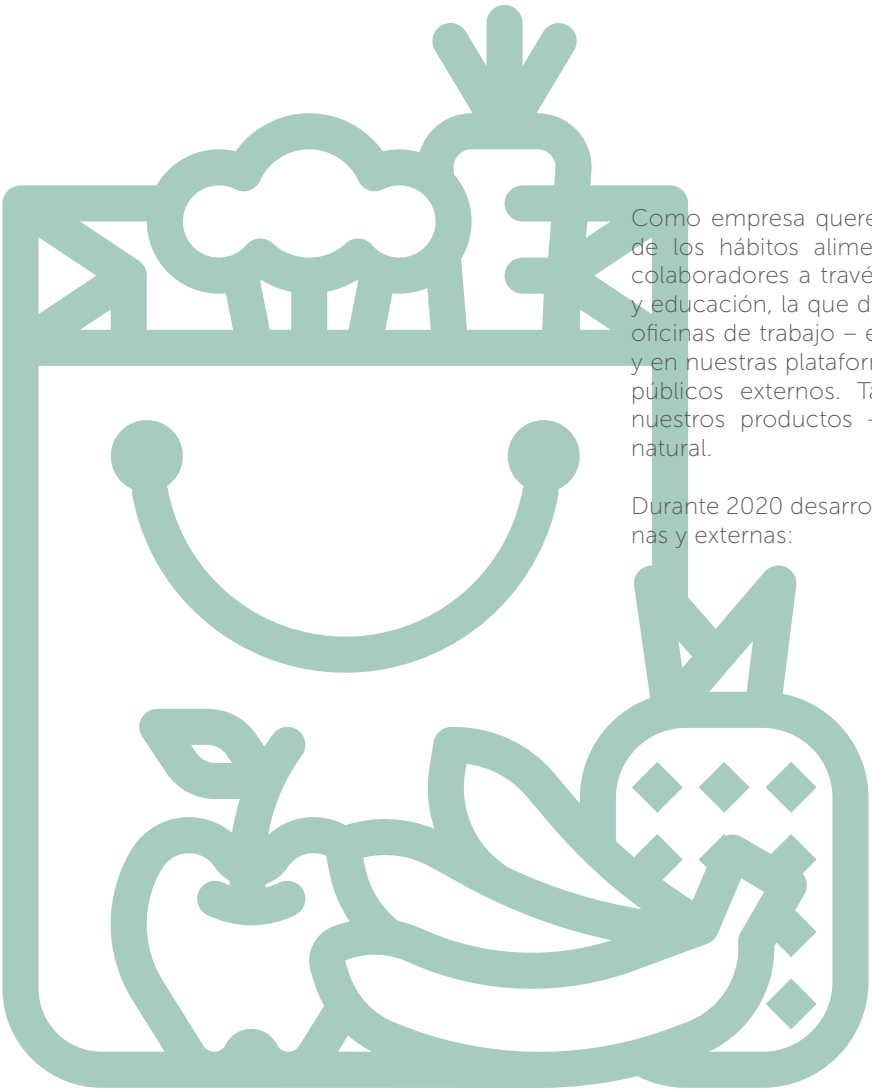
D ESEMPEÑO ECONÓMICO

CUIDADO DE LOS CLIENTES

Nuestra aspiración es ser reconocidos como una empresa líder y pionera en informar y educar acerca del valor nutritivo de los alimentos. Esto a través de la entrega de información transparente y valiosa para los consumidores, que identifique los ingredientes de nuestros productos y también promueva hábitos de alimentación adecuados a las necesidades de cada persona.

Buscamos promover un consumo responsable de azúcar y una vida saludable en nuestros grupos de interés e impulsamos iniciativas que nos permitan contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas. Para esto mantenemos una comunicación constante y atractiva en nuestros canales internos y externos, los que incluyen, entre otros, nuestro sitio web y redes sociales. Asimismo, apoyamos a atletas y deportistas nacionales y fomentamos el desarrollo de actividades y eventos deportivos.



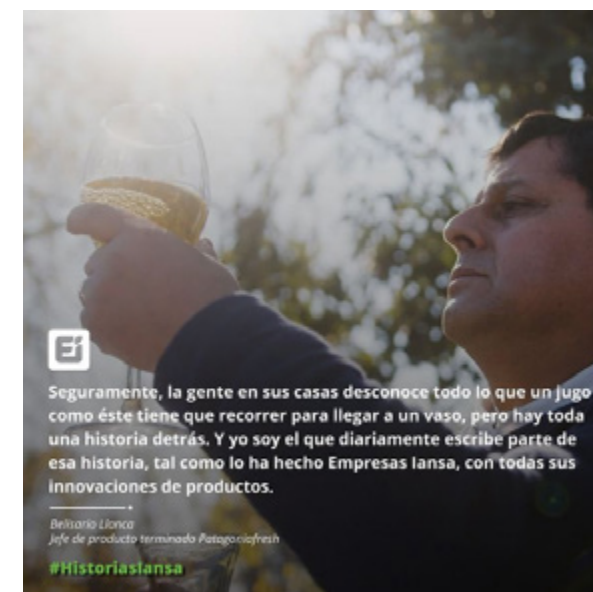


Como empresa queremos ser un agente de cambio de los hábitos alimenticios de nuestros clientes y colaboradores a través de la entrega de información y educación, la que difundimos en nuestras plantas y oficinas de trabajo – en el caso del público interno –, y en nuestras plataformas digitales de cara a nuestros públicos externos. También queremos conectar a nuestros productos -los alimentos- con su origen natural.

Durante 2020 desarrollamos diversas campañas internas y externas:

HISTORIAS IANSA

Esta campaña corporativa se desarrolló durante agosto de 2020 con el objetivo de destacar el desarrollo de nuestros colaboradores en diferentes ambientes, siempre comprometidos y parte de la familia de Empresas Iansa. Al mismo tiempo, reflejó el desarrollo que durante 77 años hemos tenido como empresa de alimentos ligada al agro, la que ha diversificado a través de sus 3 divisiones, retail, industrial y agro, su portafolio de productos y servicios.



CAMPAÑA AZÚCAR CONSCIENTE

En línea con buscar entregar información clara y transparente, creamos una sección especial en nuestro sitio web llamada Azúcar Consciente (<https://empresasiansa.cl/azucar-consciente/>), con contenido sobre consumo responsable de azúcar y otros alimentos, entregar tips de alimentación, entre otros.



CAMPAÑA IANSALUD

Conocer a nuestros colaboradores es fundamental para entregarles mejores herramientas. Por esta razón realizamos, en conjunto con la Universidad del Desarrollo, una encuesta de salud para conocer los estilos de vida de los colaboradores, la que reveló que son similares al resto de la población chilena según lo informado en la última Encuesta Nacional de Salud realizada en 2016-2017. De esta forma fue posible conocer el impacto de las condiciones de trabajo en la salud de las personas.

Encuentre más información sobre este programa, en el capítulo social de este reporte.



CAMPAÑA ZERO WASTE

Esta es una campaña creada para explicar la importancia de reciclar papel y plástico, cuyo piloto se realizó en Quilicura, y que busca generar conciencia de la economía circular y la importancia de reciclar.

Entre otras iniciativas, se agregó un punto limpio de reciclaje de desechos plásticos, cartones, sumando en total 3 puntos limpios en la instalación. El objetivo de este plan es llegar a un 100% de revalorización de residuos.

CAMPAÑA SOBRE REPORTE DE SOSTENIBILIDAD EN UNA MIRADA

Creada para dar a conocer nuestros esfuerzos y trabajo en el área de la sostenibilidad hacia todos nuestros stakeholders.



RESULTADOS Y ACTIVIDAD EN REDES SOCIALES:

Las campañas alcanzaron a más de dos millones de personas durante 2020.

ALCANCE	2.392.696
IMPRESIONES	2.529.967
CLICKS ENLACE	4.817
THRUPLAYS	460.079
INTERACCIONES TOTALES	775.727

D ESEMPEÑO ECONÓMICO

ALIANZA EMPRESAS IANSA – UNIVERSIDAD DEL DESARROLLO

Durante 2020 firmamos un importante convenio colaborativo con la Escuela de Nutrición de la Universidad del Desarrollo a fin de mejorar la calidad de vida nuestros colaboradores y de las comunidades cercanas a nuestras plantas.

El primer paso es el lanzamiento de Iansalud, un programa interno con el apoyo de un equipo multidisciplinario de nutricionistas, kinesiólogos, psicólogos y un equipo de wellness integrado por ejecutivos y colaboradores de Empresas Iansa.

Posteriormente, la campaña se implementará en colegios y comunidades cercanas a nuestras plantas, a fin de ampliar su impacto social.

Asimismo, en nuestro sitio web se encuentra la sección Iansalud (<https://empresasiansa.cl/iansalud/>) que entrega información sobre las características de una alimentación saludable, recomendaciones para el desayuno, entre otras.



D ESEMPEÑO ECONÓMICO

CANNES: MEDIDAS PARA FORTALECER LA SEGURIDAD DE NUESTRO PRODUCTOS Y COMPENSACIÓN A NUESTROS CLIENTES



En mayo de 2020 detectamos a través de nuestros medios internos que algunos lotes del alimento seco extruido Cannes y Charly - del periodo del 1 de septiembre de 2019 al 31 de mayo de 2020 -, sufrieron desviaciones en el antioxidante, viéndose relacionados con problemas de salud de un número limitado de mascotas. Entregamos todos los antecedentes al Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC), en el marco de un Procedimiento Voluntario Colectivo (APV), que busca determinar compensaciones y profundizar la investigación en curso. Asimismo, informamos al Servicio Agrícola Ganadero (SAG), entidad que abrió un proceso administrativo de fiscalización.

Además, retiramos inmediatamente todos los productos, se hizo la devolución del dinero en los casos correspondientes, y se respondió cada reclamo de las mascotas afectadas. Además, se realizó el reemplazo del producto, resolviendo prácticamente la totalidad de las solicitudes (99,5%). La coordinación y comunicación transparente con los diversos actores involucrados durante todo el proceso fue una prioridad importante del trabajo, poniendo al cliente al centro.

A partir de este episodio, el SERNAC abrió una consulta pública para recabar antecedentes sobre los casos de personas cuyas mascotas presentaron problemas de salud tras consumir el alimento.

Entre mayo y diciembre de 2020, el SERNAC recibió más de 400 reclamos. Posteriormente, entre el 15 y 19 de diciembre, se realizó una consulta pública para conocer la opinión de los consumidores sobre el plan de compensaciones, poniendo a disposición de los clientes un espacio para conocer sus sugerencias.

Asimismo, nos comprometimos a tomar las medidas para evitar que este tipo de situaciones se repita, reforzando la estructura general de área de calidad, así como la instalación de una mesa de revisión de requerimientos normativos con el Servicio Agrícola Ganadero (SAG) y presentar al SERNAC un plan de cumplimiento en materia de consumo, entre otras.

Este capítulo permitió revisar nuestros procesos y estándares de calidad e inocuidad alimentaria, certificando a la planta de Paine en la FSSC 22.000, única en la industria.

El pago del Procedimiento Voluntario Colectivo se realizará el 2021, de acuerdo a los pasos establecidos por el SERNAC, de manera de compensar a cada consumidor con los pagos correspondientes.



DIMENSIÓN SOCIAL



D

IMENSIÓN SOCIAL

Como empresa con operaciones en distintas regiones de Chile, es fundamental conocer y hacernos parte del entorno. Buscamos aportar a la comunidad donde desplegamos nuestras operaciones, tanto a nivel interno – con nuestros trabajadores y sus familias –, como con las vecinas y vecinos de nuestras plantas y centros.

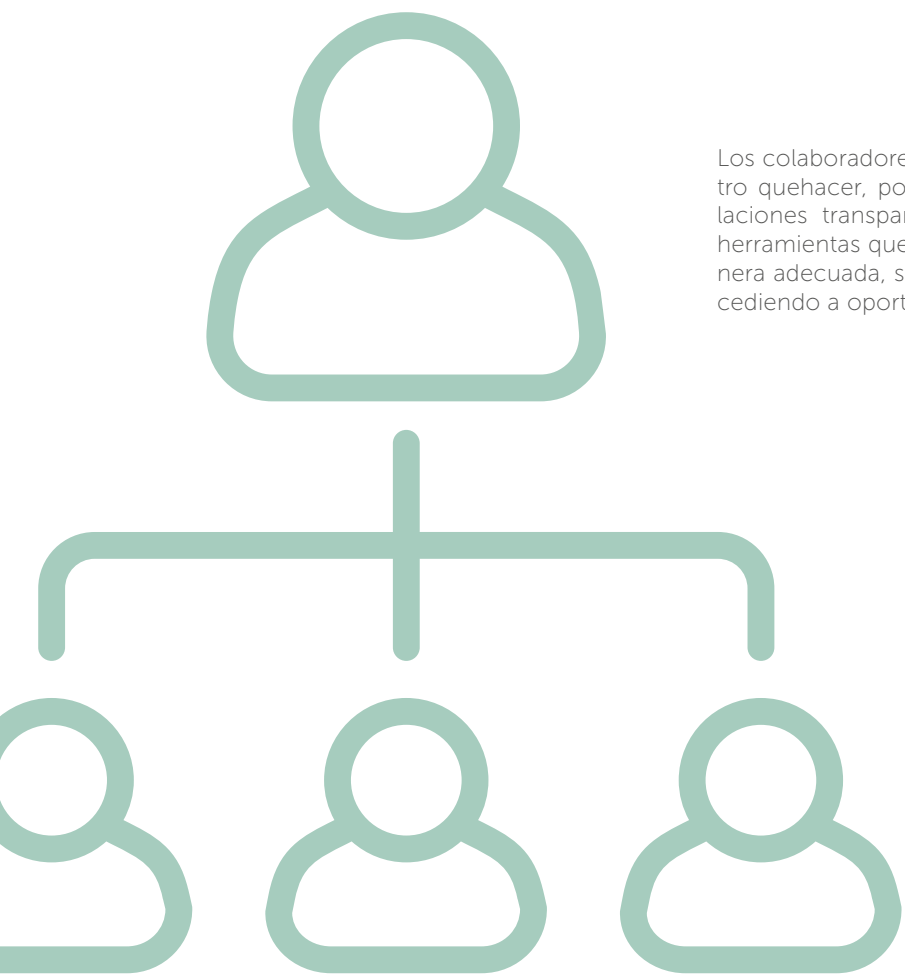
A nivel de colaboradores, trabajamos para mantener relaciones transparentes con los distintos sindicatos, algunos de los cuales tuvieron sus correspondientes negociaciones colectivas durante este año. Asimismo,

la naturaleza de nuestras operaciones nos obliga a mantener a nuestros equipos capacitados y en pleno conocimiento de las normativas que aseguren su bienestar y buen desempeño laboral. Es así como hemos desarrollado diversos programas de salud y entregamos beneficios que van en esta dirección.

Con respecto a nuestra relación con las comunidades, este año apoyamos distintas iniciativas, en asociación con diversas organizaciones, para ayudar a personas de las regiones donde operamos y que se vieron afectadas por la pandemia.

DIMENSIÓN SOCIAL

GESTIÓN DE PERSONAS



Los colaboradores son un pilar fundamental de nuestro quehacer, por lo tanto, buscamos establecer relaciones transparentes, así como brindar todas las herramientas que les permitan desempeñarse de manera adecuada, segura, recibiendo capacitación y accediendo a oportunidades de crecimiento.



DIMENSIÓN SOCIAL

SALUD Y SEGURIDAD LABORAL

En Empresas Iansa contamos con un sistema de Gestión Preventivo en Salud y Seguridad Ocupacional basado en la norma ISO 45.001, definiendo estándares de control operacional para minimizar los riesgos identificados en cada lugar de trabajo. En este sentido, se han identificado labores con mayor potencial de riesgo, como es el caso de las tareas de trabajos en altura, espacios confinados, trabajos con fuego, manejo de químicos, operadores de calderas y trabajos eléctricos.

Actualmente trabajan con nosotros más de 110 empresas contratistas. Éstas representan a más de 1.800 personas que prestan diversos servicios día a día en nuestras operaciones, desde casinos hasta transportes, las que nos permiten llevar adelante al negocio. Todas las empresas contratistas deben dar cumplimiento a nuestro reglamento.

Contamos con un área de Seguridad y Salud Ocupacional en la planta Chillán, Quepe y Cero K certificadas en OHSAS 18.001. En estos centros operativos realizan auditorías anuales para verificar el cumplimiento del sistema de gestión. Cada planta cuenta con sus planes de capacitación en estas materias que se adecúan a los riesgos identificados en sus faenas, así como un listado de procedimientos.

El año 2020, la accidentabilidad de Empresas Iansa cerró con un 1%, superando levemente la meta planteada para el período que era llegar a un 1,2%. La empresa recibió un reconocimiento de la ACHS por este desempeño.



DIMENSIÓN SOCIAL

CAPACITACIÓN Y DESARROLLO DE CAPITAL HUMANO



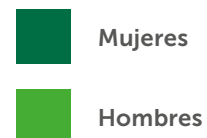
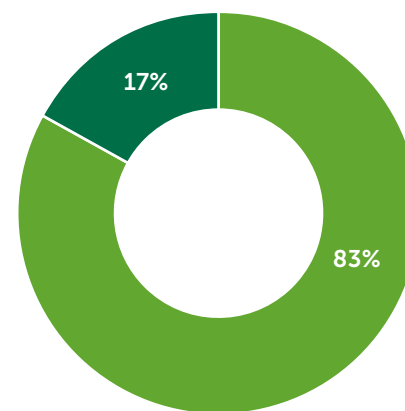
La naturaleza de nuestras labores hace indispensable la constante capacitación de los trabajadores. Durante 2020, a través de SENCE, invertimos CLP\$128.548.000 en formación según los requerimientos de las diversas actividades desarrolladas al interior de la compañía.

Durante este periodo, el enfoque de la capacitación estuvo centrado principalmente en el apoyo a los procesos de Excelencia Operacional que se estaban desarrollando en las distintas instalaciones. Para esto, se trabajó en conjunto con una OTEC especializada en capacitación a distancia (e-learning) en el asentamiento del concepto LEAN. Así, desarrollamos cursos para personal de los distintos negocios con un total de 259 participantes.

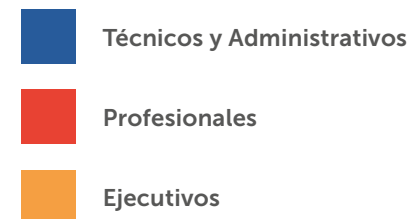
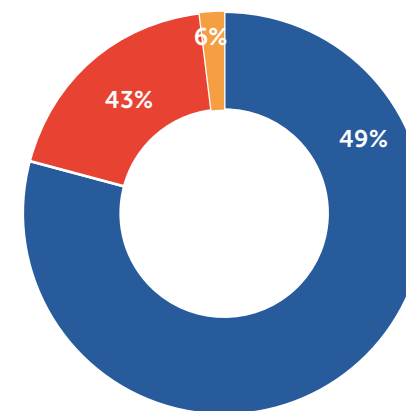
Junto con esto, se ejecutó con el apoyo de INACAP un programa de capacitación compuesto por siete cursos específicos en el área de Mantenimiento, donde participaron en promedio 32 trabajadores por curso, en particular, del área de Envasado Chillán. En temas referidos a Calidad, se ejecutaron dos cursos al personal de nuestra planta de Paine, con un promedio de 21 participantes por curso, y se abordaron temas como "Sensibilización FSSC 22000" y "Food Fraud - Food Defense".

En total, 415 trabajadores accedieron a capacitaciones, mayoritariamente técnicos y administrativos. Se contabilizaron un total de 39.543 horas de capacitación, lo que significa un promedio de 20 horas por cada trabajador, con un costo promedio de \$366.683.

TOTAL HORAS DE CAPACITACIÓN POR GÉNERO



TOTAL HORAS DE CAPACITACIÓN POR ESTAMENTO



DIMENSIÓN SOCIAL

CLIMA Y CULTURA LABORAL

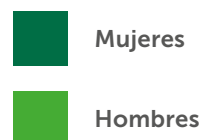
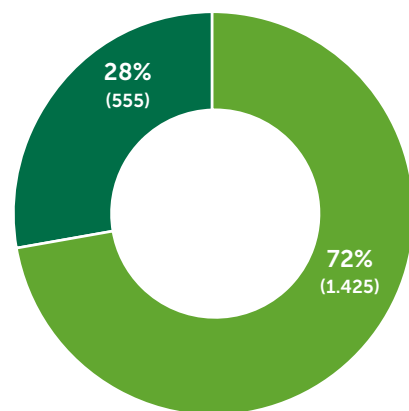
Actualmente, contamos con 1.980 trabajadores contratados a tiempo completo, incluyendo a gerentes y ejecutivos, profesionales, administrativos y técnicos. Asimismo, tenemos dos tipos de modalidad de contrato, según las funciones desarrolladas en la compañía: por una parte, están los trabajadores con contrato indefinido y, por otro lado, están los trabajadores temporales, quienes prestan apoyo en las funciones operativas de las plantas durante el procesamiento de fruta, vegetales o remolacha, mantención de equipos, funciones logísticas y funciones agrícolas. En 2020, se contabilizaron un total de 1.622 trabajadores contratistas (1.399 hombres y 223 mujeres). Estos trabajadores son contratistas permanentes, es decir, trabajan durante todo el año en la compañía e incluye al personal del casino (en las localidades en que este servicio se entrega), guardias de seguridad, personal de aseo, mantención de jardines, transporte de personal y de productos y operadores de producción.



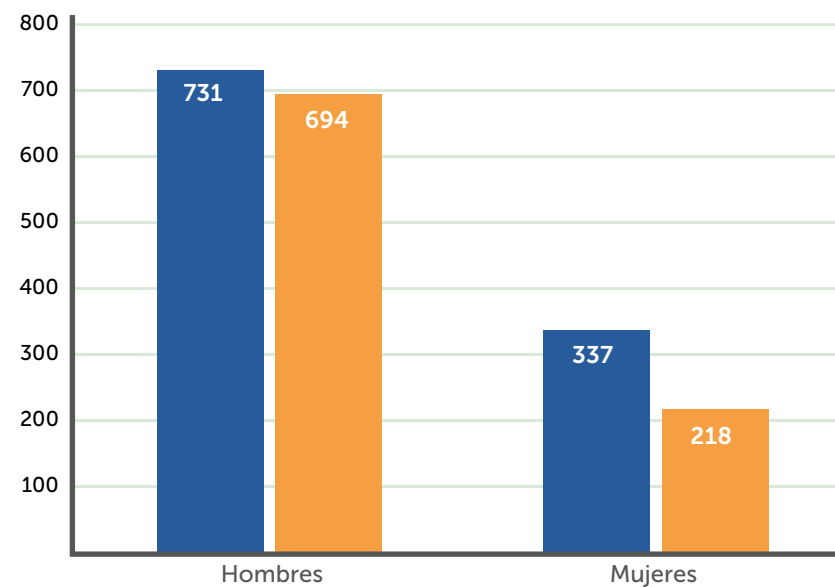
DIMENSIÓN SOCIAL

CARACTERIZACIÓN DEL EQUIPO EMPRESAS IANSA

DOTACIÓN A TIEMPO COMPLETO POR GÉNERO



DOTACIÓN POR TIPO DE CONTRATO

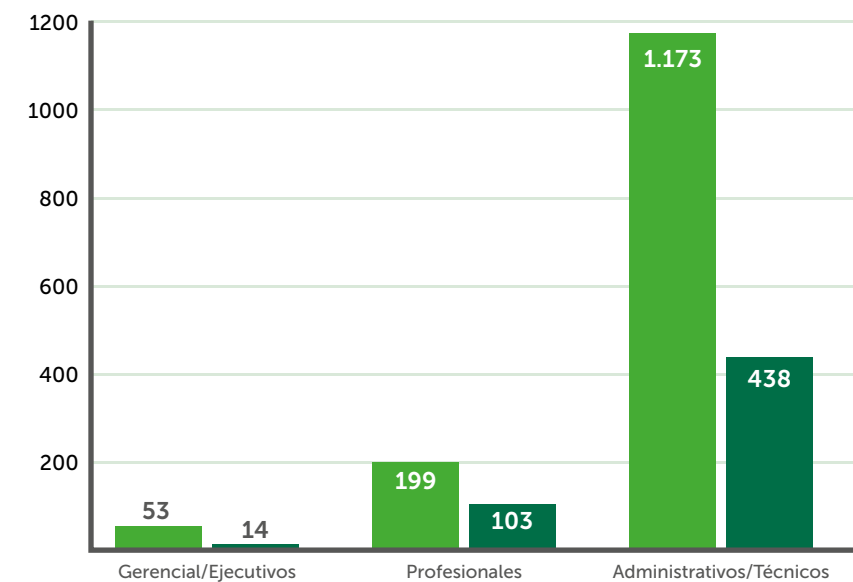


*Gráficos incluyen dotación de Empresas Iansa e ICATOM.

¹ Cifras de contratistas no incluyen a trabajadores de ICATOM en Perú, solo para operaciones en Chile.

² No hay trabajadores en jornada parcial. Incluye a trabajadores de ICATOM.

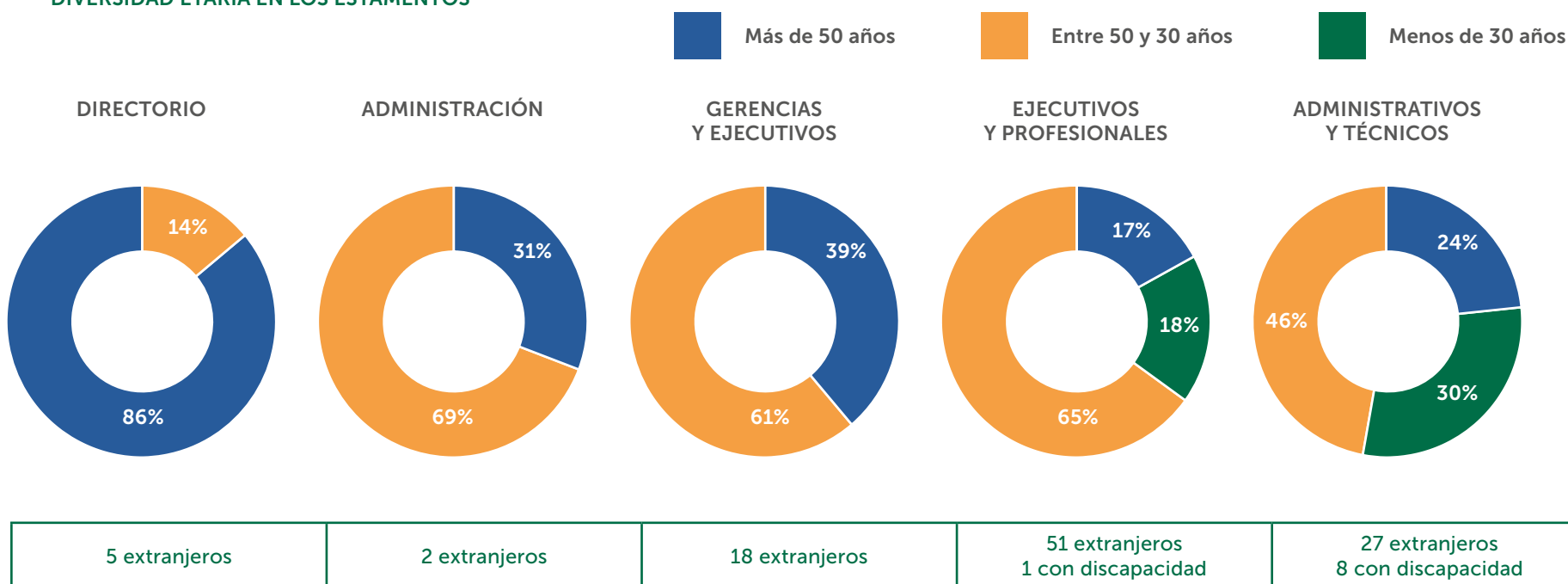
DOTACIÓN SEGÚN ESTAMENTOS³



*Gráficos incluyen dotación de Empresas Iansa e ICATOM.

³ Categoría gerencial incluye al Gerente General y ejecutivos de nivel 1 y 2. Categoría administrativos y técnicos incluye a trabajadores de rol general y temporales.

DIVERSIDAD ETARIA EN LOS ESTAMENTOS⁴



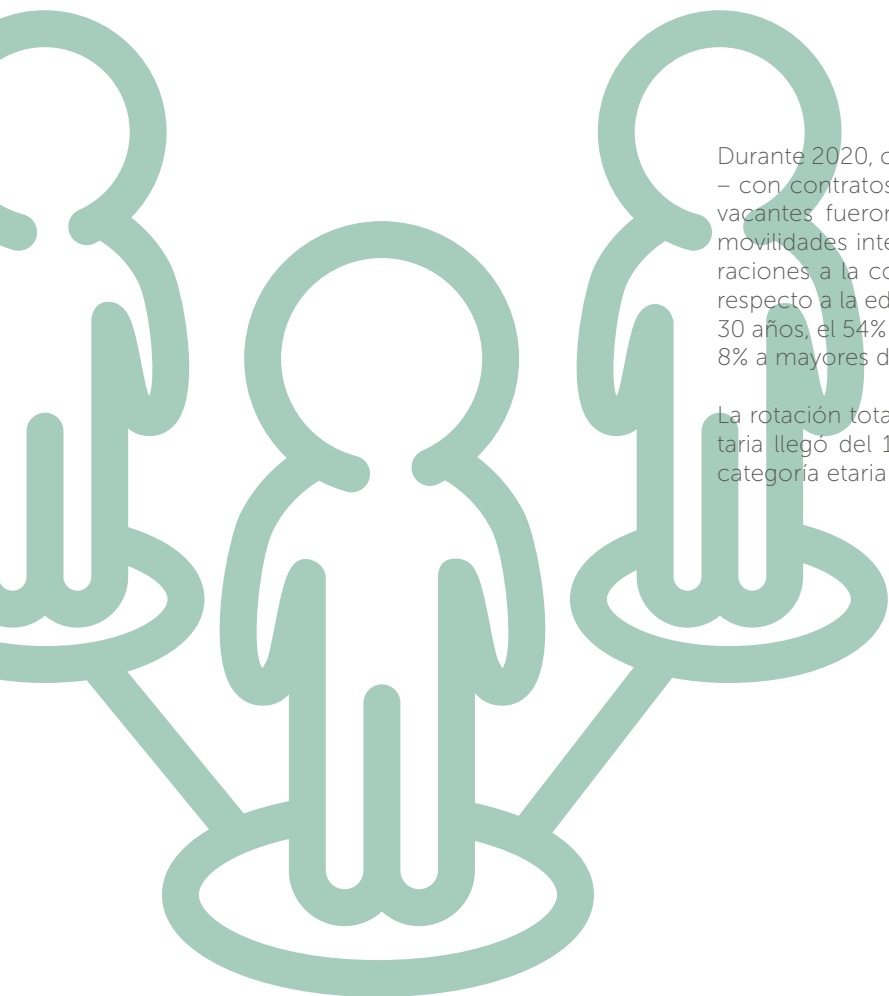
Con respecto a la brecha salarial, en el segmento de ejecutivos, la diferencia salarial de mujeres en relación a los hombres es del 67%, mientras que para los trabajadores en las restantes funciones llega al 117%. En el caso de ICATOM, la diferencia salarial de mujeres en relación a los hombres en los ejecutivos es del 35%, mientras que en los trabajadores alcanza al 81%.

³Incluye Empresas Iansa e ICATOM

⁴Edades se obtienen a partir de promedios de trabajadores durante el año, temporales y permanentes.

DIMENSIÓN SOCIAL

ATRACCIÓN Y RETENCIÓN DE TALENTO



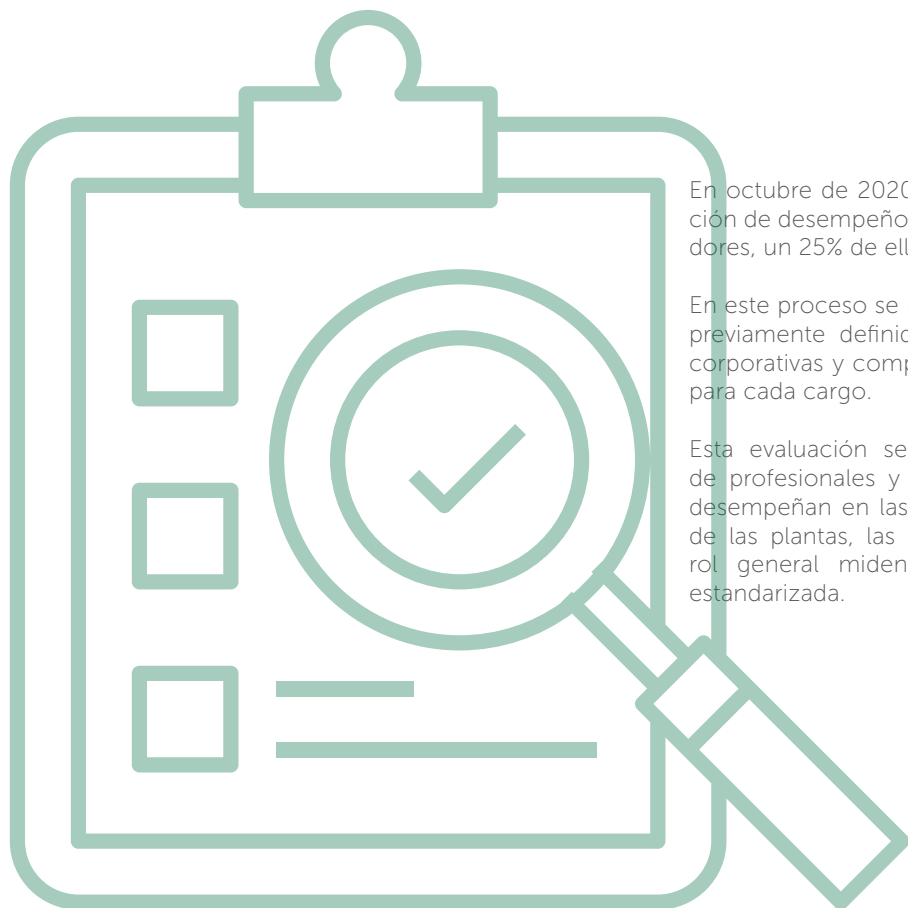
Durante 2020, contratamos a 143 nuevos trabajadores – con contratos permanentes –, mientras que cuatro vacantes fueron completadas mediante ascensos o movilizaciones internas. El 27,9% de las nuevas incorporaciones a la compañía corresponde a mujeres. Con respecto a la edad, el 38% corresponde a menores de 30 años, el 54% a personas entre los 30 y 50 años, y el 8% a mayores de 50 años.

La rotación total fue de 18,5%, mientras que la voluntaria llegó del 10,9%. La mayor rotación se da en la categoría etaria de menores de 30 años.



DIMENSIÓN SOCIAL

EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

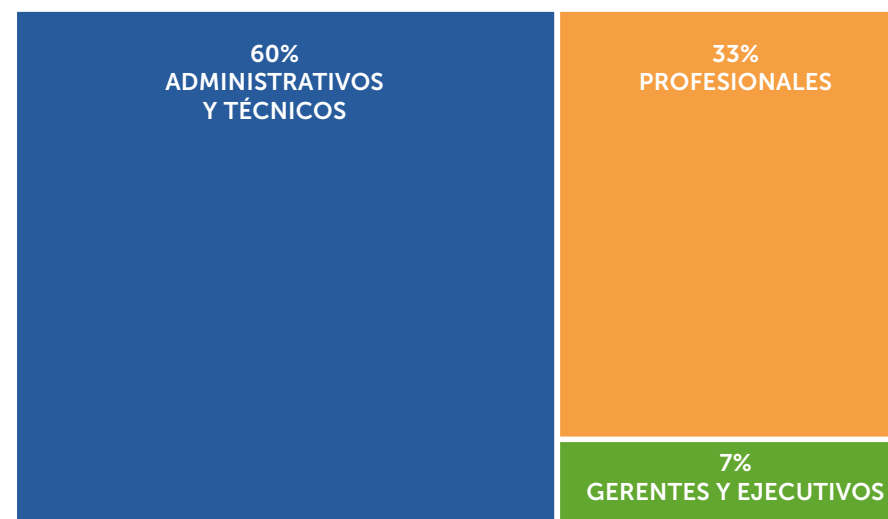


En octubre de 2020 se realizó el proceso de evaluación de desempeño, del cual participaron 744 trabajadores, un 25% de ellos fueron mujeres.

En este proceso se miden el cumplimiento de los KPI previamente definidos, así como de competencias corporativas y competencias específicas establecidas para cada cargo.

Esta evaluación se realiza sólo para el segmento de profesionales y personas de rol general que se desempeñan en las oficinas de Santiago. En el caso de las plantas, las evaluaciones de desempeño del rol general miden competencias en forma más estandarizada.

EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO POR TIPO DE CARGO



DIMENSIÓN SOCIAL

MEDICIÓN DE CLIMA LABORAL



En 2019 implementamos la primera medición de la Encuesta Great Place to Work. En esta instancia, logramos un 94,43% de respuesta. Esta medición se basó en dos dimensiones: la visión del área (opinión del área y jefatura directa), en la que se obtuvo un 68% y la visión corporativa (opinión de toda la compañía), en la que se obtuvo un 58%.

Durante 2020 no se realizó una nueva medición y corresponde realizarla nuevamente en 2021.



DIMENSIÓN SOCIAL

FUNCIONAMIENTO EN PANDEMIA

El año 2020 fue particularmente desafiante debido a la pandemia por COVID-19. Las exigencias sanitarias, así como las medidas para resguardar la salud de nuestros trabajadores y sus familias se tradujeron en estrictos protocolos que nos permitieron dar continuidad de las operaciones, siempre cuidando el bienestar de las personas.

Tenemos una gran responsabilidad con los chilenos y jugamos un papel clave en la cadena de abastecimiento de alimentos, por lo que implementamos una serie de medidas corporativas y operacionales para resguardar la seguridad de nuestros colaboradores, contratistas, clientes y proveedores. Todas estas medidas han sido compartidas de manera constante con nuestras personas, incluyendo a representantes de organizaciones sindicales y comités paritarios.

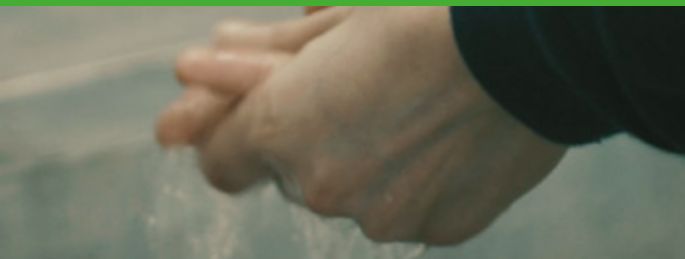
Entre las medidas corporativas, detallamos:

- La creación de un Comité de Emergencia que se reúne diariamente.
- La definición de una Política Corporativa ampliamente difundida.
- Hemos establecido un protocolo para casos sospechosos y eventuales contagiados de manera de aislar anticipadamente en cuarentena o tratamiento, protegiendo la salud de nuestros empleados y contratistas.
- Establecimos teletrabajo para todos los cargos cuya naturaleza lo permite, en todas nuestras instalaciones de Chile y Perú, para seguir ofreciendo el mejor servicio y calidad que caracteriza a Empresas Iansa.
- Hemos adelantado parte de las remuneraciones a nuestros trabajadores, de manera tal que puedan contar con sus recursos anticipadamente. Asimismo, extendimos el plazo de pago a colaboradores que cuentan con préstamos en la empresa.
- Hemos tenido especial cuidado con personas mayores de 70 años y la flexibilidad para que puedan realizar teletrabajo desde sus hogares.



DIMENSIÓN SOCIAL

FUNCIONAMIENTO EN PANDEMIA



Del mismo modo, hemos establecido un set de medidas que denominamos "Las 20+ Medidas para COVID- 19 Plantas Iansa" que aplica tanto para personal interno como contratistas, estas son:

1. Teletrabajo para personas administrativo y de apoyo.
2. Esquema de turnos para reducir densidad de personas y distanciamiento de entradas y salidas.
3. Charlas al personal de labores y normas de cuidado.
4. Ampliación de los buses de transporte para lograr una persona por fila de asientos e implementación de horarios diferidos para disminuir la cantidad de personas que utilizan un mismo bus.
5. Sanitización antes y después de los medios de transporte del personal.
6. Toma de temperatura en la entrada del personal
7. Eliminación de puntos de contacto común en control digital de horarios, firma de comedores, y documentos.
8. Reducción a la mitad de la capacidad de personas en zonas comunes como casinos, salas de control, y técnicas. Sacamos sillas para lograrlo, y definimos capacidades máximas (mitad de la anterior) en los diferentes recintos.
9. Organización de duchas y vestuario para aumentar distanciamiento social.
10. Protocolos sociales con supervisión directa para lograr distanciamiento: saludo sin mano, distanciamiento mínimo 1 metro y otros.
11. Marcado de pisos en zonas de filas para asegurar distanciamiento entre personas.
12. Instalación de barreras físicas e intercomunicadores en locales de atención al público.
13. Eliminación de reuniones con personal externo y/o terceros.
14. Sanitización diaria y entre turnos de instalaciones industriales y oficinas.
15. Aumento de frecuencia de labores de limpieza de 2 a 4 veces al día de las instalaciones, poniendo foco en zonas de contacto como pasamanos y manillas.
16. Uso obligatorio de guantes para todo personal de planta.
17. Refuerzo de puntos para el lavado de manos.
18. Alcohol gel distribuido en varios lugares de circulación de la planta.

19. Uso de mascarillas en labores de proximidad.
20. Trazabilidad de los contactos de nuestros colaboradores.
21. Protocolo de aislamiento preventivo para personas que manifiesten malestar y/o que hayan tenido contacto con contagiado.
22. Canal de información diaria digital y murales para lograr consciencia de auto cuidado, y asegurar cumplimiento de normas y protocolos.

Cabe destacar que planta Chillán cuenta con el sello COVID-19, otorgado por la ACHS a todas las empresas que han implementado con rigurosidad las medidas de cuidado para evitar riesgos de contagio.

De los trabajadores permanentes, el 30% continuó en modalidad de teletrabajo durante el año, número que se mantuvo fluctuante entre el 15% y 30%, dependiendo de la realidad de la comuna y de la situación particular del trabajador.

Asimismo, se aplicaron test rápidos y se solicitó PCR a los trabajadores recién incorporados.

DIMENSIÓN SOCIAL

BIENESTAR



Contamos con una serie de beneficios y otras prestaciones dirigidas a mejorar la calidad de vida de nuestros trabajadores, como es el caso de los seguros de vida y salud, apoyos a aquellos colaboradores que están iniciando la etapa de jubilación, entre otros.



SEGURO DE VIDA

La empresa pone a disposición de los trabajadores permanentes un seguro de vida e invalidez 2/3, por un capital asegurado de 24 rentas, con un mínimo de UF 500. Para los trabajadores por faena el capital es de UF 300.



SEGURO DE SALUD

La empresa pone a disposición de los trabajadores permanentes y su grupo familiar, un seguro complementario de salud (médico y dental) de UF 650 al año por beneficiario. Adicionalmente existe la posibilidad del reembolso de medicamentos de manera directa en las tres cadenas de farmacias más importantes.



SEGURO CATASTRÓFICO OPCIONAL

Permite al trabajador contar con un seguro catastrófico por un capital de UF 10.000 al año por beneficiario. Este es un seguro para gastos de alto impacto económico, y no se encuentra en el mercado de manera individual. Si bien es de costo del trabajador, tiene un valor más bajo que otros de su tipo, al ser un beneficio al que puede acceder toda la compañía.



APOYO A LA JUBILACIÓN

El sistema llamado "Beneficiate" está destinado a los trabajadores en edad de acceder a la jubilación, que incluye indemnización por años de servicio, más dos sueldos base adicionales, reconocimientos y la mantención del seguro de salud por seis meses posterior a la entrada en régimen de la jubilación.



APOYO A LOS TRABAJADORES PADRES O MADRES

Se paga el bono correspondiente establecido por ley con respecto al servicio de sala cuna y jardín infantil. Asimismo, del total de colaboradoras que hicieron uso de su permiso parental (pre y post natal), correspondiente a 14 personas, cuatro regresaron a sus puestos de trabajo tras el permiso, dos renunciaron a sus labores y ocho, al 31 de diciembre de 2020, aún seguían con su permiso en curso.

Este año firmamos un importante convenio colaborativo con la Escuela de Nutrición de la Universidad del Desarrollo, el que nos permitirá mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores y comunidad. Este programa tiene los siguientes lineamientos estratégicos:

- Promover una alimentación saludable
- Fomentar la actividad física
- Mejorar la calidad del sueño
- Prevención y autocuidado

Comenzamos con una intervención para nuestros colaboradores junto a un equipo multidisciplinario de nutricionistas, kinesiólogos y psicólogos, así como un equipo de wellness integrado por nuestros ejecutivos y colaboradores.

Durante 2020, implementamos talleres online de mindfulness, alimentación saludable, higiene de sueño, así como consultas nutricionales. Las temáticas de los talleres se establecieron luego de una encuesta a todos los trabajadores. Asimismo, realizamos la "Semana de la salud" en la que se desarrollaron operativos oftalmológicos en todas las plantas, y al que se sumó un operativo dental en Chillán. También se hizo entrega semanalmente de fruta y se enviaron informativos mensuales sobre alimentación y hábitos de vida saludables.

El 2021, nuestros esfuerzos irán a expandir este programa hacia nuestras comunidades más cercanas.

Programa IANSALUD

SISTEMA INMUNE Y ALIMENTACIÓN

The infographic is titled "SISTEMA INMUNE Y ALIMENTACIÓN" and features three columns of food recommendations, each with a small icon and a list of strategies. The background is decorated with various fresh vegetables like tomatoes, onions, and leafy greens.

- CONSUME 3 LÁCTEOS AL DÍA O BEBIDAS VEGETALES** (Icon: Milk carton)
 - ESTRATEGIAS:
 - Consumir una 1 porción de lácteos bajos en grasas a la hora del desayuno y once, más uno cuando quieras.
 - Colación saludable: consumir 1 taza de leche o yogurt.
 - Recuerda que los lácteos pueden ser un aderezo (untables), postre (helado saludable) o un ingrediente clave en preparaciones calientes (chocolate caliente con avena)
- ELEGIR EL CONSUMO DE FRUTOS SECOS, SEMILLAS Y ACEITE DE OLIVA** (Icon: Nuts)
 - ESTRATEGIAS:
 - Consumir semillas (chía, linaza, cáñamo, amapola, maravilla) molidas o remojadas en agua por 30 minutos como colación o acompañamiento (arroz, ensalada, yogurt)
 - Preferir 1 puñado de frutos secos en su estado natural
 - Preferir aliñar la ensalada con una cucharadita de aceite de oliva
- CONSUMO MODERADO DE OTROS ALIMENTOS DE ORIGEN ANIMAL** (Icon: Fish)
 - ESTRATEGIAS:
 - Reducir el consumo de carnes rojas a 1 vez por semana.
 - Reemplazar el consumo de carnes rojas por carnes blancas (pollo, pavo, pescado), huevos o legumbres
 - Consumir 2 veces a la semana pescados al horno o a la plancha.

 Más información en <https://empresasiansa.cl/azucar-consciente/> 

DIMENSIÓN SOCIAL

RELACIONES LABORALES

Actualmente existen un total de ocho sindicatos al interior de la compañía, los que agrupan al 55,07% del total de la dotación. Este mismo porcentaje de trabajadores está cubierto por los convenios colectivos en curso.

En diciembre de 2020, se renovó el contrato colectivo (2021-2023) para la Federación de Sindicatos de Empresas lansa y lansagro. En el caso de los contratos colectivos suscritos por Patagoniafresh y LDA, ambos tienen vigencia hasta fines del año 2021, por lo que no hubo renovaciones ni nuevos acuerdos durante 2020. Durante 2020, Empresas lansa decidió concentrar sus operaciones de azúcar en la planta Chillán. La decisión fue comunicada oportunamente a los trabajadores y se establecieron medidas para apoyar tanto a quienes dejaron la compañía tras su cierre definitivo, como para acompañar a aquellas personas que se trasladaron a otras faenas de la empresa en otras ciudades. Toda la información sobre esto, puede consultarla en el capítulo "Contexto general y estrategia de negocio" de este reporte.



DIMENSIÓN SOCIAL

RELACIONAMIENTO COMUNITARIO E INVERSIÓN SOCIAL

Contamos con operaciones en distintos lugares de Chile y trabajamos en conjunto con agricultores y diversos públicos de interés en los territorios donde nos desplegamos. Nuestro compromiso es mantener una buena relación con el entorno, así como con las personas y comunidades. La integración de nuestros territorios a nuestras operaciones y la creación de empleo local es importante en este ámbito. En Chillán, de un total de 460 colaboradores a diciembre de 2020, casi un 86,5% de la dotación provenía de comunas clave con las cuales la empresa mantiene un relacionamiento estratégico.



Chillán, San Carlos, San Nicolás, Villa ILLINOIS, Sector Cocharcas, Sector Nueva Esperanza.

DIMENSIÓN SOCIAL

PROMOCIÓN DEL DEPORTE Y LA VIDA SALUDABLE

Tenemos un compromiso con la vida saludable, lo que se traduce en el fomento del deporte local mediante auspicios a diversas iniciativas que mantienen este foco de trabajo. Durante 2020, apoyamos las corridas familiares virtuales: Corre Color Chillán, Corrida Virtual Solidaria Ñuble y Corrida Nocturna Chillán.

Además, somos auspiciadores oficiales del equipo de fútbol Ñublense y apoyamos a los deportistas jóvenes de Ñuble, Mateo Mendoza, Jean Parra y Sara Vera.



DIMENSIÓN SOCIAL

APOYOS DURANTE LA PANDEMIA

El año 2020 fue especialmente complejo para los emprendedores locales, quienes vieron impactados sus ingresos y negocios producto de la crisis sanitaria y económica derivada de la pandemia por COVID-19. Es por esto que generamos diversas iniciativas, las que se detallan a continuación.

LO DULCE DE APOYAR



Beneficiarios: Emprendedores del negocio de la repostería.

Donación/Apoyo: Programa Social que permitió entregar semanalmente insumos lansa y un bono para potenciar el negocio durante un año. En total, se logró el apoyo de 21 emprendedores.

ASOCIACIÓN CON EL PROGRAMA "AQUÍ SOMOS TODOS", DE CANAL 13



Beneficiarios: Emprendedores y asociación "AVANZANDO JUNTAS", de madres de niños con cáncer.

Donación/Apoyo: Espacio para que los emprendedores difundieran sus historias. Desarrollamos cinco activaciones que se tradujeron en apoyo directo. 300 botellas de stevia con sucralosa.

ASOCIACIÓN CON LA FEDERACIÓN NACIONAL DE REMOLACHEROS (FENARE)



Beneficiarios: 25 mil familias vulnerables de las regiones del Ñuble, Metropolitana, La Araucanía, Biobío y Maule.

Donación/Apoyo: 50 toneladas de azúcar.

ASOCIACIÓN CON DESAFÍO LEVANTEMOS CHILE



Beneficiarios: Personas en condición de vulnerabilidad de zonas rurales de La Araucanía.

Donación/Apoyo: 500 kilos de azúcar.

ASOCIACIÓN CON FUNDACIÓN CASA BÁSICA



Beneficiarios: Red de Colegios Sociedad de Instrucción Primaria (SIP) de La Pintana.

Donación/Apoyo: 100 cajas con donación de azúcar.

ASOCIACIÓN CON COORDINADORA SINDICAL DEL SECTOR PRIVADO



Beneficiarios: Personas afectadas por la Ley de Protección al Empleo.

Donación/Apoyo: 500 kilos de azúcar.

DONACIÓN PROPIA



Beneficiarios: Vecinos del Centro de Distribución de Quilicura.

Donación/Apoyo: 100 kilos de azúcar y productos lansa Life.

DIMENSIÓN SOCIAL

APOYOS DURANTE LA PANDEMIA

CON APOYO DE JUGADORES DE ÑUBLENSE



Beneficiarios: Hogar de menores Nuestra Señora de Fátima.

Donación/Apoyo: Cajas de alimentos de productos Iansa.

CON APOYO DE JUGADORES DE ÑUBLENSE



Beneficiarios: Hogar de ancianos San Ignacio.

Donación/Apoyo: Productos Iansa y Iansa Life.

CAMPAÑA SIEMPRE CON CHILE DE CPC



Beneficiarios: Vecinos de San Carlos.

Donación/Apoyo: Entrega de 152 cajas básicas de alimentos.

DONACIÓN PROPIA



Beneficiarios: Familias en condición de vulnerabilidad de Colina.

Donación/Apoyo: 500 pallets y 30 mil sacos vacíos de azúcar.

DONACIÓN PROPIA



Beneficiarios: Olla común de emprendedores de Chillán.

Donación/Apoyo: Donación de alimentos.

DONACIÓN PROPIA



Beneficiarios: Cooperativa apícola de Potrero Grande.

Donación/Apoyo: 400 kilos de azúcar.

DONACIÓN PROPIA



Beneficiarios: Voluntarios de los comedores solidarios del programa "Familias, Seguridad y Oportunidades".

Donación/Apoyo: 21 bidones de cinco litros de alcohol gel y 20 cajas de mascarillas.

ASOCIACIÓN CON EL SERVICIO NACIONAL DEL ADULTO MAYOR



Beneficiarios: Adultas y adultos mayores.

Donación/Apoyo: Mil mascarillas.



DIMENSIÓN AMBIENTAL

An aerial photograph of a wind farm situated in a lush, green, hilly landscape. Several white wind turbines are visible, scattered across the terrain. A winding road or path cuts through the fields. The overall scene is vibrant and natural, emphasizing the integration of renewable energy with the environment.

D

IMENSIÓN AMBIENTAL

Como empresa, estamos conscientes de que nuestras operaciones generan distintos impactos en el medio ambiente. Es por eso que nuestros esfuerzos se concentran en el mejor tratamiento y manejo de los recursos, el cuidado del agua, un mejor tratamiento, en la disminución de las emisiones contaminantes y en la incorporación de Energías Renovables no Convencionales (ERNC) que además nos permiten ahorrar en la gestión correcta de los residuos y desechos y los impactos de nuestros productos finales. Así, buscamos hacernos responsables de nuestro impacto en todo el proceso productivo, desde la producción de las materias primas hasta la comercialización de los productos que llegan cada día a las manos de nuestros millones de clientes y consumidores.

GESTIÓN EFICIENTE DE RECURSOS Y DESARROLLO AMBIENTAL EN LA CADENA DE ABASTECIMIENTO

Parte de los pilares que rigen nuestro quehacer tienen relación con hacer del cuidado del medioambiente un elemento importante de la producción y el desarrollo agrícola. En este sentido, buscamos desarrollar prácticas agrícolas sostenibles junto a nuestros proveedores, en específico varios grupos de agricultores remolacheros. También incorporamos estas buenas prácticas en nuestros campos de producción propia de Agrícola Terrandes.

Gracias al respaldo de CORFO, hemos podido desarrollar Programas de Desarrollo de Proveedores (PDP) en tres regiones productivas. Estos programas aportan recursos para consultoría, transferencia tecnológica o entrenamiento, con el objetivo de que los agricultores locales crezcan y generen alianzas con empresas de mayor tamaño como la nuestra.

Actualmente estamos desarrollando dos PDP, ambos en el área ambiental, que consisten en la medición de la huella de agua y la huella de carbono en

la producción agrícola de remolacha azucarera, realizando diferentes mediciones desde la etapa de preparación de suelo hasta la recepción en la planta procesadora. Estas mediciones se realizan aplicando la metodología Crop Check, que permite identificar los puntos críticos en los que se debe hacer gestión para mejorar estos índices de sostenibilidad.

Esta iniciativa permite medir el impacto de nuestras operaciones en el medioambiente. Aún no se ha logrado una cobertura del 100%, sí se ha identificado que la huella es menor a la de años anteriores.

Si bien el año 2020 fue complejo en términos de movilidad y trabajo en los campos, mantuvimos los Programas de Desarrollo de Proveedores (PDP), uno en Maule, dos en Ñuble y dos en Biobío.

Durante 2021, la compañía evalúa implementar un programa de gestión informativa y de capacitación a agricultores sobre residuos peligrosos y no peligrosos.



E CO-EFICIENCIA OPERACIONAL EN EMPRESAS IANSA

En los procesos agrícolas, el riego es la actividad que más energía consume, pues las superficies están provistas de riego tecnificado que depende del consumo de energía para funcionar. Mientras, en las áreas productivas o industriales, los procesos que presentan un mayor consumo energético en una planta de azúcar de remolacha son la preparación y extracción, refinación, secado y peleteado de coseta.

Por esta razón, hace varios años comenzamos a trabajar para hacer más eficiente el gasto energético de nuestras plantas.



GESTIÓN DE LA ENERGÍA Y COMBUSTIBLES

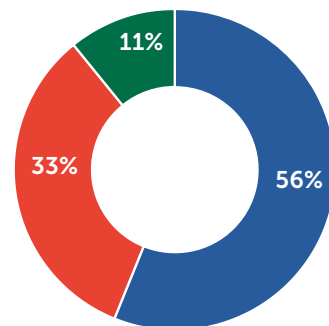
En 2018 dimos un paso importante al suscribir un contrato con Enel, empresa proveedora de electricidad, para la provisión de Energías Renovables no Convencionales (ERNC) desde centrales eólicas y solares. El contrato se extiende por cuatro años y abarca todas nuestras instalaciones con una implementación paulatina que alcanzará los 42,79 GWh. La certificación implica que el 100% de la energía inyectada desde el SIC a nuestra compañía proviene de fuentes de generación ERNC. Asimismo, durante 2020 hemos aumentado nuestra gestión de controles para disminuir los consumos, lo que nos permite avanzar de manera más rigurosa en ser una empresa alimentos sostenible con el medioambiente.

En las plantas de Quilicura y Quepe, se han medido sus matrices energéticas para establecer futuros planes de integración de mayores fuentes renovables y trabajar en sus niveles de eficiencia.

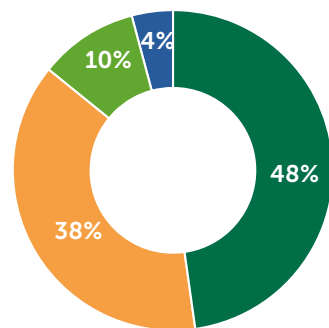
En el caso del centro de distribución de Quilicura, los consumos principales de energía provienen de la electricidad obtenida del Sistema Interconectado Central (SIC), en que existe un % que proveniente de ERNC. Lo anterior, en conjunto con gas licuado usado como combustible para grúas horquillas. Actualmente estamos trabajando en el levantamiento de datos relativos al consumo de energía en forma remota.

Por su parte, la planta de nutrición animal de Quepe tiene como fuente principal de electricidad de terceros correspondiente a ERNC según los contratos vigentes. Además, cuenta con una caldera a biomasa para la obtención de vapor para el proceso. Adicionalmente y en una menor proporción, utiliza diésel y gas licuado para alguna de sus funciones.

**PRIMERA MATRIZ ENERGÉTICA
PLANTA QUILICURA**



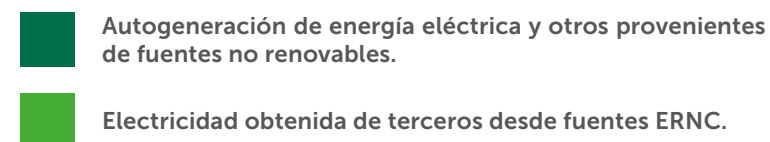
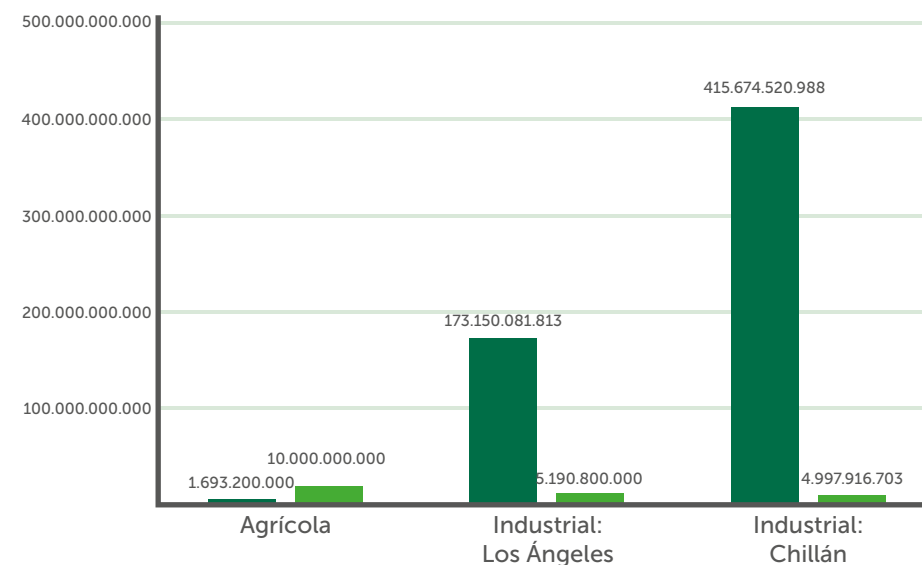
**PRIMERA MATRIZ ENERGÉTICA
QUEPE**



En cuanto a las plantas de producción de azúcar en Chillán y Los Ángeles, éstas presentan un consumo de electricidad proveniente de fuentes renovables de terceros significativamente menor, dependiendo aún de otros combustibles de carácter no renovable para generar su energía eléctrica. Esto nos impulsa a buscar mayores niveles de eficiencia, así como alternativas

de energías renovables en el futuro, para seguir avanzando en estas materias y dada la importancia de este tipo de instalaciones para nuestro negocio.

CONSUMO ENERGÉTICO (Wh)



HUELLA DE CARBONO

Conocer el impacto de nuestras operaciones en el medio ambiente es fundamental para identificar las mejores medidas de mitigación. Considerando que los gases de efecto invernadero son la principal causa del cambio climático, cuya crisis ya estamos atravesando, decidimos medir nuestra huella de carbono para estimar la contribución de nuestra operación a este fenómeno.

Luego de efectuar las mediciones, concluimos que las emisiones producto del consumo de combustibles son el mayor impacto de nuestra operación al entorno, alcanzando más de 187 mil toneladas de gases de CO2 equivalentes. Por otro lado, el consumo de electricidad representa el 9% del total de nuestra huella de

carbono. Con respecto a las emisiones indirectas -es decir, de nuestra cadena de distribución (entre otros procesos)- comenzamos un proyecto de optimización de rutas que cuenta con la asesoría de la Pontificia Universidad Católica de Chile, que permitirá lograr disminuir la huella de carbono de la flota de vehículos que prestan servicios de distribución a la compañía.

Durante 2020 no hubo medición de GEI en el área de producción agrícola. Por su parte, en el sector industrial, se midió la huella de emisiones de CO2 equivalentes para las Plantas de Chillán y Los Ángeles, para los alcances 1 y 2, observándose un leve aumento de las emisiones de alcance 1, de un 4% en comparación con 2019.

TON CO ² EQ				
Operación	Total huella	Alcance 1	Alcance 2	Alcance 3
Chillán	232.645	130.755	2.252	99.638
Molina	21.915	15.702	3.074	3.241
Cosmito	13.103	22	54	13.027
San Fernando	10.218	1.327	2188	6.703
Quepe	8.867	366	1.483	7.018
Quilicura	1.346	259	559	528
Totales	288.094	148.431	9.610	130.155



Primera certificación del Programa Huella Chile

Uno de los hitos que registramos el 2020 es la certificación por primera vez del Programa Huella Chile del Ministerio de Medio Ambiente, por la cuantificación de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) registradas durante el 2019 en las Plantas de Chillán, Quepe, Cosmito y Quilicura. Esta información nos permite elaborar una línea de base para nuestras plantas, identificar las actividades que contribuyen en la emisión y establecer objetivos, acciones y estrategias para reducir las emisiones y nuestra huella de carbono.



CUIDADO DEL AGUA

Entre 2019 y marzo de 2020, 136 comunas de Chile, entre las regiones de Coquimbo y el Maule, fueron declaradas como zonas de escasez hídrica a través de decretos del Ministerio de Obras Públicas, alcanzando un 39% de las comunas del país. Por otro lado, el sector agrícola es el responsable del 88% del uso de agua azul en Chile, mientras que el sector industrial alcanza un 0,6%. Por esto es fundamental avanzar en la eficiencia hídrica, haciendo más sustentable al sector agrícola. Si bien ni el área de producción propia agrícola ni las plantas de la división industrial se encuentran ubicadas en alguna zona de estrés hídrico, de todas formas, hemos implementado diversas iniciativas para avanzar en el cuidado del agua.



CUIDADO DEL AGUA

GESTIÓN DEL AGUA



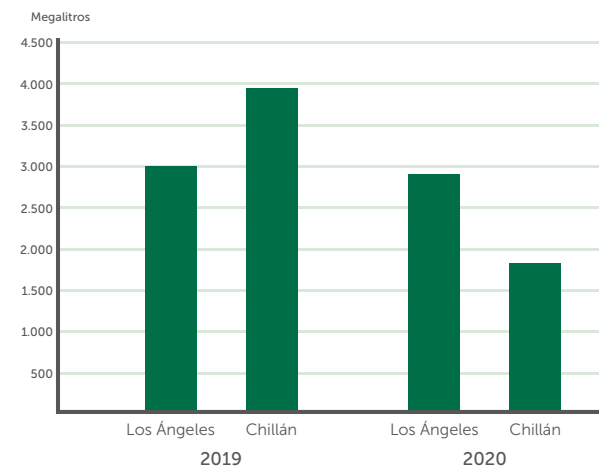
Parte fundamental de la gestión de los recursos hídricos es la incorporación del riego tecnificado. A fines de 2020, un 100% de los campos propios y el 71% de los campos de nuestros agricultores cuentan con este tipo de riego. El riego tecnificado puede disminuir el consumo de agua hasta en un 67% respecto del riego tradicional, reduciendo también la erosión del suelo y la lixiviación de fertilizantes a las capas más profundas.

En el sector industrial, las áreas en donde más agua se utiliza son: recepción, transporte de remolacha y columnas barométricas en refinería. En todos estos casos, se han implementado recirculaciones que han permitido una reducción de consumos en valores cercanos al 80%. Además, se ha revisado diversos tipos de procesos auxiliares, tales como la refrigeración de turbinas, sello de bombas, etc., generando mejoras que se traducen en la reducción de casi el 100 % en el consumo de agua fresca.

En los campos de producción propia, el agua se obtiene desde fuentes subterráneas. Durante 2020, se extrajeron 11.664 megalitros para el riego de los mismos.

En las plantas de Chillán y Los Ángeles, la extracción de agua proviene de fuentes superficiales y subterráneas. Durante 2020, se extrajeron un total 4.787 megalitros considerando ambas instalaciones.

**EXTRACCIÓN DE AGUA
(SUPERFICIAL Y SUBTERRÁNEA) EN PLANTAS**



CUIDADO DEL AGUA

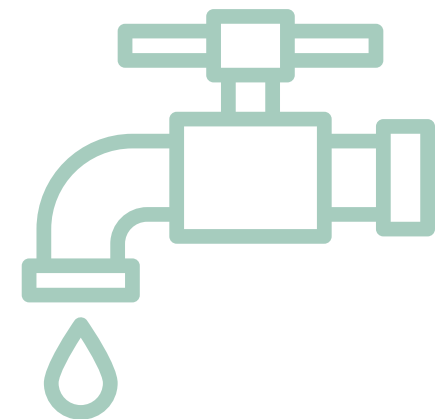
VERTIDOS DE AGUA EN PLANTAS



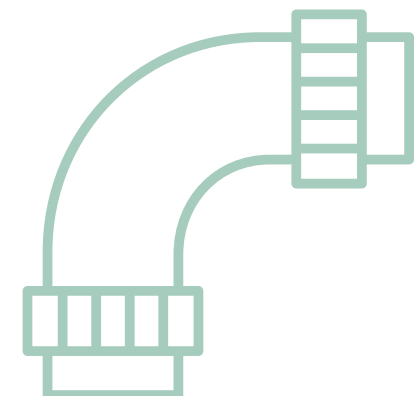
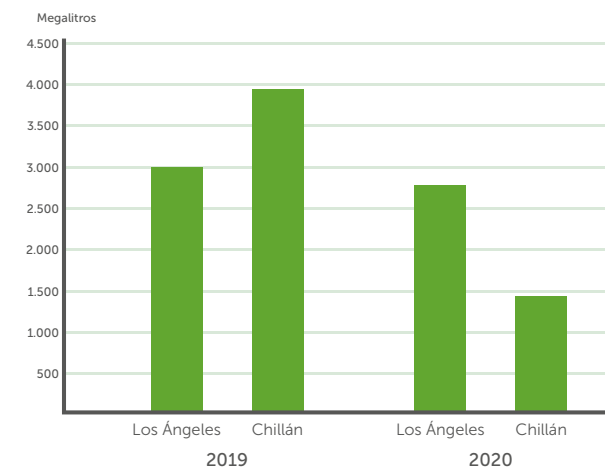
Las plantas de producción de azúcar, tras el tratamiento de acuerdo a la normativa vigente, descargan sus aguas en cursos superficiales. En el caso de Chillán, el efluente se descarga al río Ñuble. En el caso de Los Ángeles, el efluente se descarga al estero Paillihue. Ambos deben cumplir la Tabla N°1 de la normativa DS90 que establece norma de emisión para la regulación de contaminantes asociados a las descargas de residuos líquidos a aguas marinas y continentales superficiales.

Durante 2020, hubo un incumplimiento menor a la normativa en Los Ángeles y no se registraron incumplimientos en Chillán. Las sustancias prioritarias que son monitoreadas al momento de analizar los vertidos son DQO/DBO5, sólidos suspendidos, cloro, coliformes fecales, nitrógeno, fósforo y pH.

El sistema de recirculación de agua en las plantas permite una reutilización aproximada del 50% de las mismas. Asimismo, destaca que el producto terminado no tiene agua y ésta es el principal componente de la remolacha, por lo tanto, los vertidos de agua son prácticamente iguales a la extracción de este recurso que hace el área industrial para el funcionamiento de las plantas.



VERTIDOS SUPERFICIALES DE AGUA



GESTIÓN DE RESIDUOS

OPORTUNIDADES DE REVALORIZACIÓN



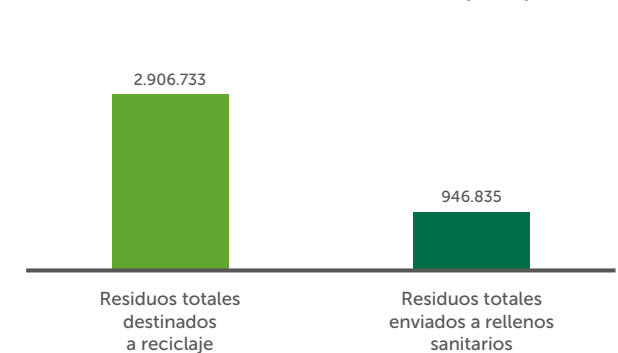
Uno de los aspectos relevantes del cuidado del medio ambiente es la gestión de los residuos de nuestra operación. Es por esto que, durante 2020, aumentamos considerablemente la gestión integral de los residuos e incorporamos mayores instancias de monitoreo. Para esto, licitamos el servicio de gestión integral de residuos para nuestras plantas azucareras e instalaciones de la división retail, a fin de mejorar el porcentaje de valorización. Destaca en 2020 el aumento de la revalorización de residuos de la planta Chillán, que pasó de un 9,5% en enero de 2020, a duplicar el nivel de reciclaje a un 22% como promedio del año.



PORCENTAJE DE VALORIZACIÓN EN LA GESTIÓN DE RECURSOS

2019	2020
66%	75%

TOTAL DE RESIDUOS RECICLADOS Y DISPUESTOS DE RELLENO SANITARIO 2020 (TON)



GESTIÓN DE RESIDUOS

OPORTUNIDADES DE REVALORIZACIÓN

GESTIÓN DE RESIDUOS ORGÁNICOS



Las mermas de alimento animal, pomasa, pasto y colillas de remolacha son compostadas por una empresa externa autorizada. En Quepe, la empresa Aqua Roots es la encargada del tratamiento y limpieza de aguas servidas y RILes, a través de bacterias que se alimentan de lodos, grasas y aceites. En el caso de la escoria y ceniza de carbón, los utilizamos en los rellenos sanitarios de nuestros gestores como insumo para el tratamiento y manejo de residuos con alto contenido de humedad.

Uno de los objetivos que nos hemos propuesto para los próximos años es generar compostaje de forma interna, así como encontrar nuevos usos para los distintos tipos de residuos orgánicos.

Patagoniafresh implementó en todas sus instalaciones industriales diversos sistemas de control, tales como mediciones isocinéticas a sus generadores de vapor para el control de emisiones gaseosas, sistemas de control audiométrico ocupacional a sus trabajadores para el control de emisiones sonoras y sistemas de tratamiento primario de segregación, sedimentación, decantación, tratamiento, filtración y control de pH de sus efluentes o residuos industriales líquidos. Con esto último, también se dio cumplimiento a la normativa legal vigente sobre medio ambiente para las descargas de agua (DS90).

Con respecto a los residuos sólidos, Patagoniafresh cuenta con un programa de manejo estandarizado para todas sus plantas, que consiste en una segregación de los residuos en domésticos y asimilables, los que se desechan en rellenos sanitarios autorizados o se llevan a plantas de compostaje, según corresponda y bajo la normativa vigente.

En los últimos meses se inició la implementación en Planta Quilicura un plan de Zero Waste to Landfill (Cero Residuo a Relleno Sanitario), el cual se desarrollará durante 2021. Esta iniciativa busca reducir la cantidad de residuos a relleno sanitario mediante la minimización, reutilización, recuperación y reciclaje. Por otro lado, a través de nuestra planta CERO K, somos parte desde el año 2018 del Acuerdo de Producción Limpia (APL) CERO RESIDUOS A ELIMINACIÓN desarrollado por ACCIÓN EMPRESAS y validado por la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático (ASCC) de CORFO y Ministerio de Medioambiente, entre otros. Del mismo modo, a fines de diciembre iniciamos un diagnóstico APL de Economía Circular en Planta Ñuble, cuyos resultados se evaluarán durante 2021.

Por su parte, en septiembre de 2020, Patagoniafresh, en sus plantas de Molina y San Fernando firmaron su adhesión a la IV versión del APL de Chilealimentos sobre industria de alimentos procesados.

Se finalizó en 2020 una licitación de gestor de residuos peligrosos y no peligrosos para nuestras instalaciones (Quilicura, Paine, Chillán), lo cual nos ha servido para ordenar nuestra gestión y mejorar nuestros indicadores de control.



Se contrató en Chillán a un encargado de economía circular que ha ayudado con el orden de los residuos reciclables aumentando el porcentaje de revalorización de residuos en más de un 30%.



Licitación de gestor de residuos, capacitaciones, apoyo a gestión de reciclaje: Aumento de revalorización de un 50% a un 65 % (Empresas Iansa y LDA).



GESTIÓN DE RESIDUOS

OPORTUNIDADES DE REVALORIZACIÓN

APL PATAGONIAFRESH



El APL I, II y III han sido un instrumento importante dentro de Patagoniafresh y además de normalizar y mejorar algunos indicadores ambientales han contribuido como guía para implementar y complementar otros instrumentos normativos como, por ejemplo:

- Ser la primera empresa a nivel nacional en obtener certificación ISO 50.001 como agroindustria. Año 2013
- Cumplimiento Total con "Supplier Guiding principles and human rights policy assessments". Año 2015
- Reducción en un 28% de nuestra Huella de Carbono. Año 2018
- Reconocimiento "Silver" por Ecovadis en Sostenibilidad. Año 2019
- Implementación ISO 14.000. Año 2020

Además, con estos APL hemos podido cuantificar algunos logros, entre los que destacan:



20%

Reducción del
consumo hídrico



16%

Reducción
de la energía



62%

Reducción de
refrigerantes



96%

Reducción de todos
los residuos no
peligrosos

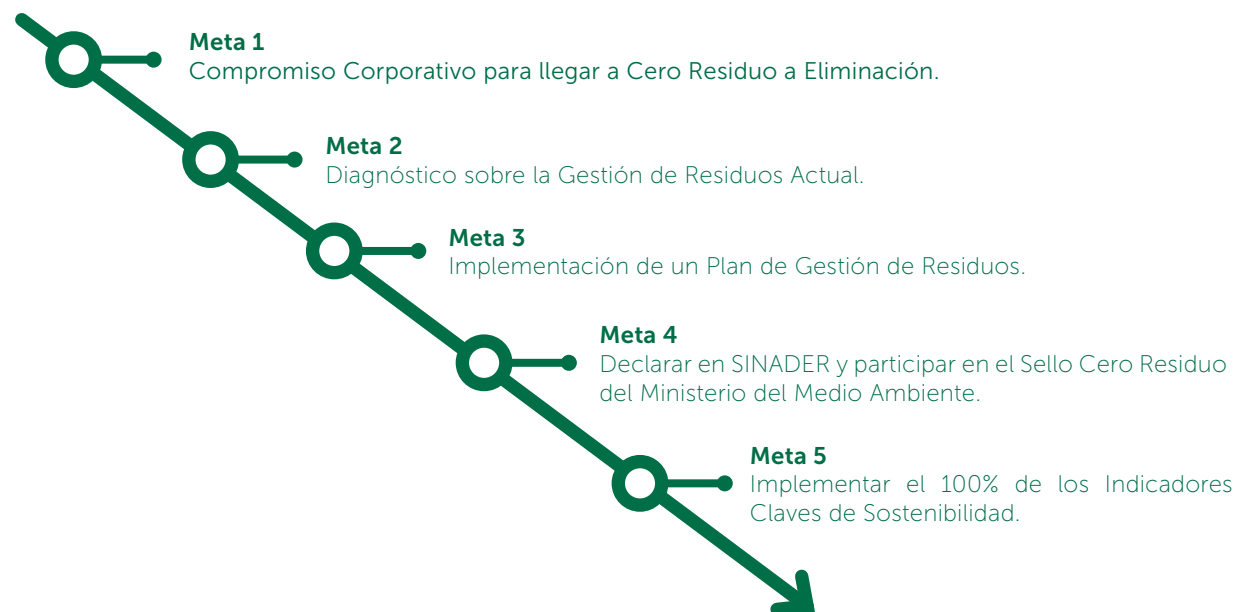
GESTIÓN DE RESIDUOS

OPORTUNIDADES DE REVALORIZACIÓN

APL CERO K



Nuestra planta de alimentos no calóricos Cero K participa desde 2018 en el APL de Acción Empresas Cero Residuo a relleno sanitario. Las metas de este programa son:



Llevamos un cumplimiento del 60% de todas las acciones y metas del APL, el que finaliza en marzo de 2021.



INNOVACIÓN AMBIENTAL DE PRODUCTO

El manejo que hagamos de los suelos, los recursos hídricos y los desechos es parte importante de la preocupación por el impacto de nuestra operación en el medio ambiente. Sin embargo, el producto final que ofrecemos y que los consumidores llevan a sus hogares también debe tener el menor impacto posible sobre nuestro entorno y es por esto que nos hemos propuesto avanzar en esta línea. Además, en 2022 deberemos cumplir con las metas asociadas a la Ley Rep, sobre la base de todos los productos que comercializaremos el 2021. Para ello, hemos definido la estrategia de modificación de los envases, en la medida que no afecte la vida útil de los productos, considerando también la capacidad instalada del mercado de reciclaje en Chile.

Durante el año 2020 participamos voluntariamente en el primer Acuerdo de Producción Limpia que considera la incorporación de una ecoetiqueta en los envases. Esta iniciativa única -liderada por SOFOFA y coordinada con el Ministerio del Medio Ambiente y la Agencia de Cambio Climático- contribuye a la educación de nuestros consumidores y permite acercarlos de manera responsable a la experiencia del reciclaje, incentivando la economía circular a nivel nacional y el nacimiento de nuevas empresas sustentables.

LAS METAS DE ESTE APL SON:

- Diseñar e implementar un instructivo estandarizado para entregar información del reciclaje de los componentes de cada envase y embalaje que accede al sello de reciclabilidad.
- Realizar un piloto de implementación de un sello de reciclabilidad para envases y embalajes de productos de consumo domiciliario que oriente decisiones de compra hacia productos con mejor desempeño ambiental.
- Desarrollar y ejecutar un plan de promoción nacional del sello de reciclabilidad, orientado a incentivar que los consumidores den preferencia a productos con el sello y a fomentar la correcta disposición de envases para reciclaje.
- Recopilar los impactos de la ecoetiqueta de reciclabilidad en las empresas y los consumidores. Generar un manual de buenas prácticas para la implementación.

INNOVACIÓN AMBIENTAL DE PRODUCTO

EMPAQUES RECICLABLES

Con el objetivo de generar empaques reciclables, hemos avanzado en la búsqueda de nuevos materiales, amigables con el medio ambiente y que cumplan la función principal de mantener la calidad y propiedades de nuestros productos.

El hito más importante en este ámbito es que "Azúcar Iansa 1 kg" es nuestro primer producto certificado con el sello "Reciclable" a nivel nacional. Para acceder a este sello, certificamos nuestros envases con una entidad externa, avalando que éstos son más de 80% reciclables. Dentro de nuestro portafolio de envases de productos certificados, en su mayoría cumplimos con ser 100% reciclables, lo que se traduce en que nuestros envases no son un residuo, si no que un recurso que puede ser reintegrado a la cadena productiva, cumpliendo a cabalidad con la circularidad de los materiales y el reciclaje.

Asimismo, en las líneas de productos como Iansa Azúcar (Doypacks) estamos trabajando en materiales 100% reciclables. Nuestra nueva línea de legumbres, secas y en envases clasificados como cartón para bebidas, también cumplen con ser 100% reciclables.

Hoy tenemos más de 30 productos que cuentan con el Sello #ElijoReciclar y seguimos trabajando para incorporar nuevos productos.





E EMPRESAS
IANSA®