Reporte de Sustentabilidad 2010

Lipigas®

Reporte de Sustentabilidad 2010

Una empresa en crecimiento, preocupada de sus trabajadores, del medio ambiente, de la seguridad y de la calidad de servicio.

Índice

INTRODUCCIÓN

I.1 ACERCA DE ESTE REPORTE 5
I.2 Visión de la Compañía: entrevista Gerente General, Ángel Mafucci. 6

II. CALOR DE LIPIGAS. IMPACTO GLOBAL DE LA COMPAÑÍA 8
II.1 Lipigas en la vida de los chilenos. 10
II.2 Perspectiva de la Empresa. 12

III. CALOR DE HOGAR. HACIA UNA ESTRATEGIA DE SUSTENTABILIDAD 16
III.1 Misión, visión y principios de sustentabilidad. 18
III.2 Nuestro aprendizaje, entendimiento y compromiso en la gestión de sustentabilidad. 22
III.3 Nuestros grupos de interés. 24
III.4 Ética, transparencia y organización. 26
III.5 Gobierno Corporativo. 28

IV. CALOR LIMPIO. HACIA UNA EMPRESA DE ENERGÍA MÁS SUSTENTABLE 30
IV.1 Clientes, servicio de excelencia. 34
IV.2 Produciendo energía ecoamigable con el medioambiente. 38
IV.3 Calidad del empleo. 40
IV.4 Cadena de proveedores de servicios y distribución. 46
IV.5 Aporte a las comunidades. 50

V. CALOR MEDIBLE: INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA 54

¿Cómo navegar este Reporte?

Para facilitar la lectura y revisión del Reporte, se incluyeron los siguientes elementos:

1.1 – PR9 Señala que la información referida al indicador de la iniciativa Global de Reportes (GRI) se encuentra en esa sección del Reporte. El número representa el indicador respectivo de dicha herramienta.

Indica que en otra sección del Reporte se encuentra información ampliada sobre el tema.

* Entra a www.lipigas.cl y descarga el PDF de la versión resumida del Reporte de Sustentabilidad.

Resumen de desempeño
en sustentabilidad

NUESTRA EMPRESA
- Empresa líder de gas licuado que produce soluciones energéticas innovadoras y compañía de capital mixto de accionistas chilenos y la compañía internacional Repsol.
- 645 trabajadores propios, 908 distribuidores y 280 contratistas.
- $359 millones de inversión socialmente responsable en 2010: calidad de vida y desarrollo de sus trabajadores y red de colaboradores y aportes a la comunidad.
- Distinción ProCalidad al primer lugar en Calidad de Servicio 2010 en las categorías de Empresas Transaccional y GLP.

APORTE DE LA EMPRESA A LOS CHILENOS Y A SUS CLIENTES
- 1.350.000 hogares de Chile día a día reciben calor de Lipigas gracias a su red de distribución entre Arica y Coyhaique.
- 2.000.000 raciones de alimentos calentamos diariamente para el Programa de Alimentación Escolar de la Junaeb.
- Empresa de servicio que ocupa el 28º lugar en el ranking de las Mejores Empresas para Trabajar en Chile (GPTW).
- 91% de satisfacción según el Índice de Satisfacción de Clientes.

HACIA UNA ESTRATEGIA DE SUSTENTABILIDAD
- 2 plantas certificadas ISO 14.001 en materia de medioambiente en 2010 (Concón y Antofagasta).
- 21.732 toneladas emisiones directas de CO_2 durante 2010.
- 0,034 MWh/ton consumo de energía eléctrica en 2010.
- 125 viviendas sociales poseen soluciones híbridas de energía gracias a Lipigas en 2010.

NUESTRA GENTE
- 62% de los trabajadores propios son de regiones.
- 282 trabajadores de la red de distribución beneficiados en programas de formación en 2010.
- 406 trabajadores propios en cursos de capacitación durante 2010.
- 100% de los trabajadores directos participan de los beneficios del Programa Calidad de Vida.

Energía Limpia para nuestro ambiente

Introducción

I. Acerca de este Reporte (3.1, 3.2, 3.5, 3.7, 3.9)

Empresas Lipigas (2.1) desarrolló este Reporte de Sustentabilidad con el objetivo de informar sobre su desempeño social y ambiental a sus colaboradores y grupos de interés. Esta es la séptima versión que la Compañía presenta anualmente. Las ediciones anteriores se encuentran disponibles en el sitio web corporativo, www.lipigas.cl

Este Reporte da cuenta del comportamiento de la Empresa entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2010 (3.1), aunque incluye algunos datos de años anteriores para contextualizar la forma en que se han desarrollado los diferentes ámbitos de la sustentabilidad.

El proceso de definición de contenidos fue realizado por la Gerencia de Personas en conjunto con sus asesores comunicacionales y consultores de responsabilidad social, teniendo en cuenta la política de sustentabilidad desarrollada durante el año. Para la elaboración de los contenidos se consideraron todas las actividades realizadas durante 2010, tanto las relativas al negocio, como las de orden social. Para esto, se efectuaron entrevistas a los principales ejecutivos y colaboradores de la Compañía, y se recabaron antecedentes de las diversas fuentes internas.

Cabe mencionar que el desempeño económico de Lipigas no se reporta en este documento, ya que la Compañía es una Sociedad Anónima Cerrada y, por tanto, no está obligada a informar sus resultados por ley.

I.1 Visión de la Compañía

Entrevista al Gerente General (1.1)

"Nosotros queremos hacer de esta Compañía una empresa de clase mundial, lo que implica ser rentable y sustentable".

Lipigas es una empresa líder en el mercado, la primera en calidad de servicio y un gran lugar para trabajar.

¿Hacia dónde avanza la Compañía en el futuro?

Nosotros queremos hacer de esta Compañía una empresa de clase mundial, y serlo no solamente implica ser rentable, sino también ser sustentable en términos sociales, medioambientales y de seguridad. El concepto de sustentabilidad lo incorporamos en el plan estratégico de Lipigas para los próximos años, lo cual genera una serie de desafíos adicionales.

¿Qué desafíos enfrenta Lipigas en materia de sustentabilidad?

Los desafíos en sustentabilidad se pueden dividir en dos ámbitos. Primero, en el área social, que es un tema prioritario, porque somos un canal que puede contribuir al desarrollo de la sociedad chilena, partiendo por la red de colaboradores, más de un millón trescientos mil hogares gracias a nuestra cobertura de Arica a Coyhaique.
La compañía también tiene un rol ambiental, como actores de la sociedad tenemos la responsabilidad de frenar el impacto del efecto invernadero en el medioambiente, a diferencia de la parafina y la leña, el GLP posee grandes ventajas al producir menor material particulado y contaminación intradomiciliaria. Por eso, Lipigas está llamado a desarrollar tecnologías más limpias para calefaccionar los hogares con un enfoque preventivo y sustentable.

Frente a estos desafíos, ¿qué avances hubo en 2010?

Uno de nuestros principales avances fue la Escuela Corporativa, orientada a formar y reforzar las habilidades requeridas en el negocio de nuestra red de distribuidores. Se trata de un sistema de capacitación que partió incipientemente en 2010, con una cobertura de personas y esperamos llegar a las 900 en 2011. Es importante destacar, además, la formalización de la gestión con los contratistas de transportes.
También hay que hacer alusión a la medición de nuestra huella de carbono, punto de inicio del desarrollo y mejoramiento ambiental de la Empresa.
En términos de seguridad, iniciamos un proceso de reestructuración del área y de la estrategia, con el fin de que Lipigas se posicione con estándares de nivel internacional. Es un procedimiento serio y bien estructurado. Asimismo, estamos aplicando un plan para que al cabo de dos años tengamos todas nuestras plantas certificadas por la OHSAS 18.001 e ISO 14.001.
Igualmente, es necesario subrayar la gestión de clima laboral al interior de la Compañía, lo que se ve reflejado nuestro lugar en el ranking de Great Place To Work Institute.

¿Por qué le gustaría que fuera reconocido Lipigas en el futuro?

Me gustaría que fuéramos reconocidos por haber generado desarrollo, no solamente a sus accionistas, sino también a sus colaboradores y clientes. Debemos hacer realidad la sensación de que hay una ganancia para todos los que conforman nuestra red.

Un saludo afectuoso,
Ángel Mafucci Solimano
Gerente General

Calor de Lipigas

II. Impacto global de la Compañía

II.1 Lipigas en la vida de los chilenos

A los chilenos

Lipigas está presente entregando calor en

1.350.000

hogares del país desde Arica a Coyhaique.

La Empresa cubre la demanda en lugares alejados, como Isla de Pascua, Isla Juan Fernández, Chiloé, Isla Santa María, Isla Mocha, zonas fronterizas y faros.

Suministramos gas licuado para calentar diariamente

2.000.000

de raciones alimenticias para niños del Programa Alimentación Escolar a lo largo del país.

Lipigas posee

13 plantas y **15** centros propios de almacenamiento y distribución

desde la I hasta la XI Región.

4 Oficinas comerciales de atención al cliente.

A los trabajadores

Nº de trabajadores de la Red de Distribución en programas de formación:

282

Nº de hijos de colaboradores con beca de estudio Lipigas en 2010:

17

Empleo directo:

645

puestos de trabajo.

Nº de colaboradores en capacitación:

406

Empleo indirecto:

8.893

puestos de trabajo. (Contratistas y distribuidores).

Nº de colaboradores que participan en los programas de calidad de vida:

645

N° de colaboradores con beca de estudio 2010:

12

Acción de Lipigas frente al terremoto

Tras el terremoto que sacudió a nuestro país el 27 de febrero de 2010, y que dejó devastadas a miles de familias, nuestra Compañía salió en ayuda de sus colaboradores ubicados en las zonas más dañadas, centrando sus fuerzas principalmente entre la VII y VIII Región. Muchos de los trabajadores perdieron sus casas y bienes de primera necesidad, por lo que Lipigas cumplió un rol fundamental en la restitución de éstos. Llevó a cabo varias medidas para socorrer a sus equipos, entre las que destacan un sistema de préstamos de emergencia, envíos de cajas de alimentos y la intervención postrauma para ayudar a las personas más afectadas por la catástrofe.

Respecto de las comunidades y los clientes, se debió echar a andar una flota de emergencia y llevar gas desde las zonas centro y sur a todas las áreas afectadas. También se repararon y restituyeron las redes de gas medidores para poder abastecer a los clientes damnificados. Adicionalmente, se entregó mercancía de primera necesidad y gas para las comunidades afligidas.

NOTA: ver subcapítulo Calidad del empleo y Aporte a las comunidades.

II.2 Perspectiva de la Empresa

El negocio de lipigas

39%
de participación de mercado en 2010.

Áreas de negocios
- Residencial
- Comercial
- Industrial
- Automotriz

Nº1
en el mercado nacional.

Oferta de servicios
- Prepagos telefónicos
- Pagos de cuentas (alianza con Sencillito)
- Seguros
- Gas butano
- Automoción
- Gas natural
- Pedidos de gas telefónico y vía web
- Gas licuado envasado a domicilio
- Gas licuado granel a domicilio
- Servicios técnicos y emergencias
- Proyectos de instalaciones
- Construcción e instalación de redes y estanques y equipos para proyectos residenciales, comerciales e industriales

Oferta de productos
- Envasado
- Granel
- Red de gas medidor

Estamos presentes en diferentes lugares a lo largo del país.
- 908 Distribuidores
- 13 Plantas de envasado
- 15 Centros de almacenamiento de gas envasado y granel
- 4 Oficinas comerciales

Número de clientes
- 3.739.148 urbanos
- 660.804 rurales (Censo 2000).

Dotación total: 645 personas.

Propiedad
- Se reparte entre: accionistas chilenos (55%) y la empresa internacional Repsol (45%) (2.6).

Premios 2010 (2.16)

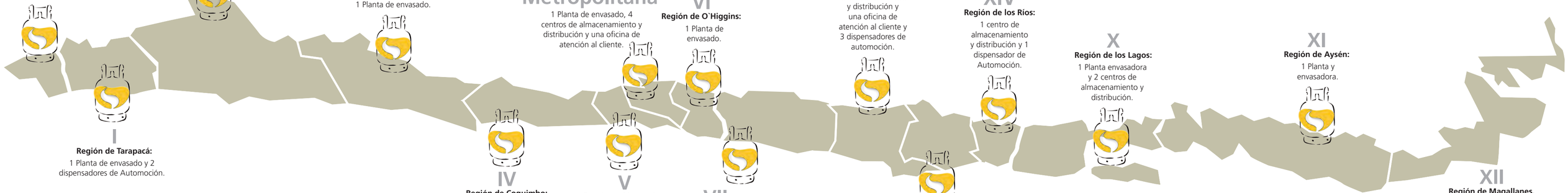
Primer lugar en Calidad de Servicio 2010 en las categorías de Empresas Transaccional y GLP, reconocimiento que otorga ProCalidad y Revista Capital. Anualmente, ProCalidad premia a las empresas mejor evaluadas por sus clientes por medio del Índice de Satisfacción del Cliente.

Premio a la Consistencia en la Excelencia de Servicio, entregado por Praxis, Adimark y la Universidad Adolfo Ibáñez. Desde el 2000, Lipigas ha estado en los primeros lugares de excelencia en calidad de servicio al cliente.

28º lugar en el ranking de Great Place to Work Institute. Esta Institución elabora todos los años un ranking con las mejores empresas para trabajar en Chile, en base a una encuesta que imparten en las diferentes compañías del país.

Primer lugar en Responsabilidad Social Empresarial, otorgado por Sofofa y Revista Capital. Este premio distingue a aquellas empresas que desarrollan buenas prácticas respecto de sus clientes, empleados, proveedores, comunidades vecinas y demás grupos de interés, y que procuran proteger el medioambiente.

Ubicación de sus operaciones (2.8)



XV
Región de Arica y Parinacota:
1 Planta de envasado y 3 dispensadores de Automoción.

I
Región de Tarapacá:
1 Planta de envasado y 2 dispensadores de Automoción.

II
Región de Antofagasta:
2 Plantas de envasado y 1 dispensador de Automoción y una oficina de atención al cliente.

III
Región de Atacama:
1 Planta de envasado.

IV
Región de Coquimbo:
1 Planta de envasado y 1 dispensador de Automoción y 1 centro de almacenamiento y distribución.

Región Metropolitana
1 Planta de envasado, 4 centros de almacenamiento y distribución y una oficina de atención al cliente.

V
Región de Valparaíso:
1 Planta de envasado y 2 dispensadores de Automoción, 1 oficina de atención al cliente y 3 centros de almacenamiento y distribución.

VI
Región de O`Higgins:
1 Planta de envasado.

VII
Región del Maule:
2 centros de almacenamiento y distribución.

VIII
Región del Biobío:
1 Planta, de envasado, 2 centros de almacenamiento y distribución y una oficina de atención al cliente y 3 dispensadores de automoción.

XI
Región de la Araucanía:
1 Planta de envasado

XIV
Región de los Ríos:
1 centro de almacenamiento y distribución y 1 dispensador de Automoción.

X
Región de los Lagos:
1 Planta envasadora y 2 centros de almacenamiento y distribución.

XI
Región de Aysén:
1 Planta y envasadora.

XII
Región de Magallanes.
Sin presencia.

III. Hacia una estrategia de sustentabilidad

III.1 Misión, visión y valores (4.8)

Misión

Comercializar gas licuado, entregando a nuestros clientes un servicio de calidad que supere sus expectativas, manteniendo un estilo de trabajo que fomente un desarrollo integral de su personal y de su red de colaboradores.

Visión

- Somos una Empresa líder en el mercado del GLP, que destaca por su calidad de servicio al cliente.
- Tenemos un negocio rentable para sus accionistas, que se proyecta en el largo plazo.
- Somos una Empresa éticamente correcta en su forma de hacer negocios.
- Poseemos un equipo de profesionales competente, motivado y comprometido.
- Establecemos alianzas de mutuo beneficio con la red de contratistas, transportistas y distribuidores.
- Tenemos un negocio que opera con elevados estándares de seguridad y cuidado del medioambiente y somos una Compañía que trabaja con estándares de gestión de nivel mundial.

Valores

Creemos que nuestro trabajo es valioso en la medida en que sirve a nuestros clientes.

Nuestros clientes son quienes nos dan la posibilidad de existir como Empresa. Nos hacemos responsables de conocer y atender sus necesidades, de entregarles productos y servicios de calidad que superen sus expectativas, en un contexto de transparencia en la relación comercial, y de trato amable, justo y oportuno. De esta forma contribuimos a su bienestar y desarrollo.

Pensamos que nuestra fortaleza está en el valor de nuestra gente.

Nuestra fuerza para crecer y perdurar en el tiempo se sustenta en la integridad de nuestro personal, en su profesionalismo y proactividad, en su espíritu de desarrollo y en el entusiasmo y perseverancia con que realiza un trabajo responsable y comprometido con los objetivos de nuestra Compañía.

Nuestra filosofía de trabajo propicia resultados exitosos.

Construimos permanentemente un ambiente de austeridad, lealtad, cooperación, respeto, confianza, alegría, trabajo en equipo, iniciativa y capacidad de autocrítica. Somos una Empresa de personas, para servir a personas.

Creemos en nuestra Responsabilidad Social.

Consideramos que a través de nuestra actividad empresarial podemos incidir positivamente en el desarrollo social de nuestra red de contratistas, transportistas y distribuidores, así como de la comunidad que nos rodea, generando relaciones de beneficio mutuo.

Realizamos un trabajo seguro y cuidando el medioambiente.

Nos preocupamos que nuestras operaciones se desarrollen bajo estrictas normas de seguridad y cuidado del medioambiente, y nos ocupamos de contribuir a la educación de nuestros colaboradores, clientes y comunidad en general, en el manejo seguro del gas licuado.

Principios de Desarrollo Sustentable

Estos son los principios que rigen el actuar de Lipigas. Su cumplimiento debe ser dirigido y controlado por el gobierno corporativo de manera integrada a la gestión del negocio.

1. Comportamiento ético e íntegro: Resguardar el actuar ético de quienes se desempeñan en Lipigas y en su cadena de negocio de acuerdo a los valores reflejados en nuestro Código de Ética y a los principios fundamentales de respeto a las personas y sus derechos, para evitar toda clase de corrupción, discriminación y trato no justo.

2. Cumplimiento social, laboral y ambiental: Velar por el cumplimiento social, laboral y ambiental en la red de colaboradores, definido en las leyes y normativas en los países en que opera. Promover la incorporación de buenas prácticas en materia social, laboral y ambiental, tanto en la compañía como en la red de distribución.

3. Compromiso con los Grupos de Interés: Considerar las inquietudes de nuestros grupos de interés, en aquellos aspectos que los impacten, estableciendo canales de diálogo que sean efectivos, directos, transparentes y oportunos.

4. Compromiso con los resultados: Asegurar el cumplimiento de los objetivos estratégicos, la adecuada rentabilidad para nuestros accionistas, y el valor sustentable de largo plazo para la compañía.

5. Servicio de excelencia: Generar valor a nuestros clientes, entregando servicios o soluciones que mejoren su calidad de vida, con estándares productivos de clase mundial.

6. Desarrollo de calidad de vida laboral: Gestionar el desarrollo humano de quienes forman parte de nuestra red de colaboradores, promoviendo la calidad de vida laboral, el reconocimiento y el desarrollo profesional.

7. Salud y seguridad: Cuidar la salud y seguridad de nuestra red de colaboradores, clientes y la comunidad que se relaciona con la empresa.

8. El medioambiente: Controlar y minimizar los impactos ambientales producto de las operaciones de la compañía. Promover la eco-eficiencia en nuestros procesos y el cuidado de la biodiversidad. Promover el desarrollo de soluciones y servicios respetuosos con el medio ambiente.

9. Marketing y comercialización responsable: Actuar responsablemente en las comunicaciones de marketing y publicidad, así como en la gestión de comercialización.

10. Compromiso social: Aportar al progreso de las sociedades donde operamos, a través del mejoramiento de su calidad de vida, al aumentar sus posibilidades de acceso a energía, cultura, bienestar y desarrollo.

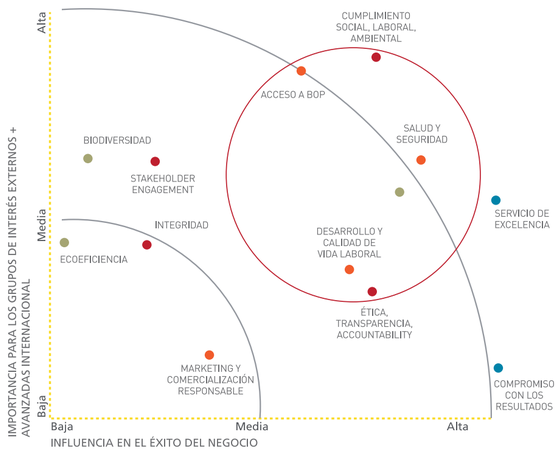
III.2 Nuestro aprendizaje, entendimiento y compromisos (1.2) en la gestión de la sustentabilidad

¿Cómo nace nuestra matriz de sustentabilidad?

Durante 2010, Lipigas define un plan estratégico con el fin de convertirse en una empresa de clase mundial y sustentable en los próximos años. En este contexto, se formó un Comité de Sustentabilidad compuesto por representantes de las principales áreas de la empresa, el cual definió seis vectores prioritarios en sustentabilidad, donde los hitos centrales serán la seguridad, la calidad de vida y la producción de energía limpia. Además, se fijaron la matriz de relevancia y los grupos de interés prioritarios para Lipigas.

En este período, las decisiones giraron en torno a la detección y gestión de vulnerabilidades que pusieran en riesgo al sistema. El primer paso fue reorganizar la Subgerencia de Prevención de Riesgo y generar un plan específico en Seguridad y Medioambiente, colocando el acento en la educación en seguridad de todos los grupos de interés prioritarios para Lipigas, especialmente contratistas y distribuidores.

¿Cuál es nuestra Matriz de Relevancia?



¿Cuál es nuestra proyección para el futuro?

Lipigas se compromete a promover la política de Sustentabilidad al interior de la Compañía de cara al 2014, centrándose en la seguridad, la calidad de vida y la producción de una energía no contaminante.

LOS SEIS VECTORES PRIORITARIOS DE SUSTENTABILIDAD

1 Salud y Seguridad
Implementar el Sistema Integrado de Gestión en Seguridad y Medioambiente.

2 Cumplimiento laboral y ambiental
Resguardar el cumplimiento laboral y ambiental en contratistas/ transportistas y especialmente en distribuidores.

3 Energía Sustentable
Difusión y posicionamiento del Gas Licuado en el segmento Industrial y la Automoción.

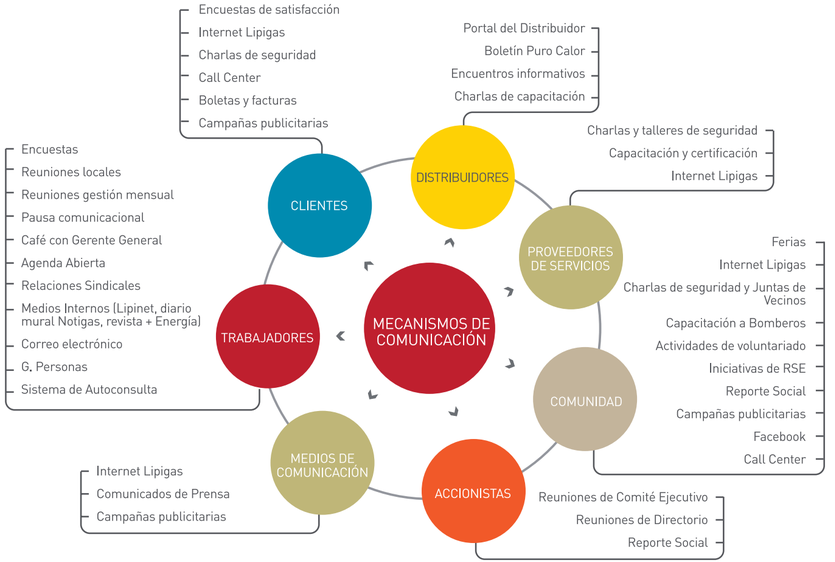
4 Inclusión de sectores de menores recursos
Apalancar el desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida del personal BOP de red de distribución (Lipired).

5 Ética, transparencia, accountability externo
Detección de vulnerabilidades (conductas que ponen en riesgo al sistema), e implementación de un Sistema de Gestión de la Ética.

6 Desarrollo y calidad de vida laboral
Consolidar a Lipigas como un Gran Lugar para Trabajar.

III.3 Nuestros Grupos de Interés
(4.14, 4.15, 4.16, 4.17)

Grupos de Interés



¿Quiénes son y cuáles son las instancias de comunicación?

Tal como se indica en la misión, visión y valores corporativos, Lipigas ubica a las personas en el centro de su quehacer y a los diversos grupos de interés en la base de la sustentabilidad del negocio. A partir de sus propias operaciones, la compañía ha identificado y definido a sus públicos más relevantes, generando canales de comunicación y contactos que le permitan orientar sus acciones de la mejor manera.

III.4 Ética, transparencia y organización

Con el objetivo de resguardar y promover las conductas éticas al interior de la Compañía, en 2009 se publicó el Código de Conducta Ética de Empresas Lipigas, documento que fue entregado y promovido entre todos los trabajadores.
Éste fue dado a conocer en una reunión con sus jefaturas en la que se transmitió el sentido del documento y se recibieron inquietudes respecto del mismo. Cada colaborador devolvió firmada una colilla de recepción del Código. De otra parte, cuando un nuevo trabajador ingresa recibe el Código de Ética.

A través del Código de Conducta Ética, talleres, charlas y capacitaciones, Lipigas invita a todos sus trabajadores a aplicar de manera permanente la misión, visión y valores corporativos, en cada ámbito de su quehacer laboral.

Además, mensualmente se realizan reuniones de gestión en las Plantas de Lipigas en las que se analizan los resultados del trabajo por zonas y a nivel nacional, y en base a estos se elaboran las principales oportunidades de mejora. Adicionalmente, una vez a la semana se reune el comité de gerentes, en el cual se discuten temas de mercado y la estrategia de la Compañía.

III.5 Gobierno Corporativo
(4.1, 4.2, 4.3)

Directorio

El directorio se reúne mensualmente ya sea en las oficinas en Santiago o por video conferencia.
Durante el 2010 hubo cambios de los miembros del directorio, integrándose José Manuel Gallegos, Eduardo Romero Palazón y Jesús Alonso Nuñez en reemplazo de Ramón de Luis, Jesús de Lucas y María Jesús Delgado.

Presidente:
1. Ernesto Noguera G.

Directores titulares:
2. Jaime Santa Cruz Negri
3. Juan Manuel Santa Cruz Munizaga
4. Eduardo Cabello Correa

José Manuel Gallegos López
Eduardo Romero Palazón
Jesús Alonso Núñez Martín-Baños

Directores suplentes:
Jorge Yaconi Aguayo
Mario Vinagre Muñoz
Diego Vidal Sánchez
Alfonso Ardizzoni Martin
José Luis García Viartola
Leonardo Galindo Calvo
Claudio Musso Toro

Gerencia

1. **Gerente Comercial**
   José Luis Meier
2. **Gerente de Personas**
   Mylene Iribarne
3. **Gerente de Tecnología**
   Josefa Ayarza
4. **Gerente de Operaciones**
   Felipe Silva
5. **Gerente de Abastecimiento**
   Jesús Castañer
6. **Gerente de Administración y Finanzas**
   Luis Guzmán
   Gerente de Marketing y Clientes
   Paola Ledezma
   Gerente Desarrollo Nuevos Negocios
   Mario Fernández
   Fiscal
   Roberto Piriz

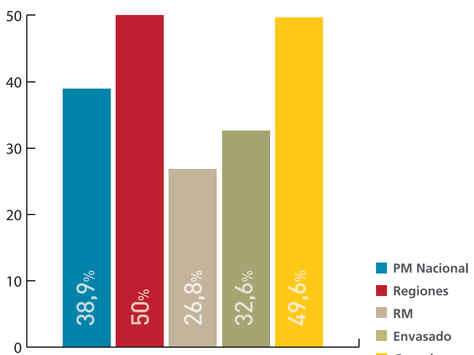
IV. Hacia una empresa de energía más sustentable

IV.1 Clientes, servicio de excelencia (PR5)

Estar más cerca no es sólo el eslogan de Lipigas, sino que también constituye una declaración de principios respecto de la relación que la Compañía busca establecer con sus consumidores, ya que el conocimiento de los clientes y el servicio de excelencia son piezas clave para la sustentabilidad. De hecho, es una prioridad estratégica desde los inicios del negocio, y en reconocimiento de ello hemos recibido varios premios como Calidad de Servicio otorgado por ProCalidad.

De acuerdo con el tipo y nivel de consumo, los clientes se segmentan en tres grandes grupos: industriales, comerciales y residenciales. Y, a su vez, el servicio está dividido en distribución de gas Envasado y Granel.

Porcentaje de participación de mercado nacional, regional y por servicio (a diciembre de 2010)



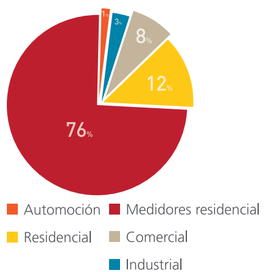
Fuente: Gerencia Comercial de Lipigas.

Productos y segmentos de su cartera de clientes

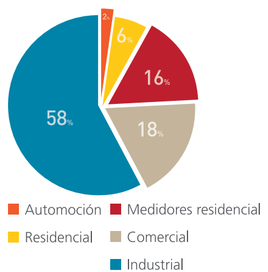
La oferta de productos de Lipigas es amplia y está dividida en Envasado (cilindros de gas), Granel (estanques de gas) y redes con medidor (por cañerías).
De acuerdo al tipo y nivel de consumo, los clientes se segmentan en tres grandes grupos: industriales, comerciales y residenciales. (PR5)
Los clientes industriales están integrados por empresas de distintos rubros, en las cuales el gas licuado es utilizado como insumo básico para el proceso de fabricación. Esta cartera posee 6.000 clientes.
Por su parte, el canal comercial de Lipigas, integrado por más de 14.000 clientes, atiende a grandes cadenas de supermercados y retail, instituciones armadas, servicios públicos, panaderías, hoteles y restaurantes, entre otros.

NOTA: Ver capítulo, Aporte a las comunidades.

Porcentaje de clientes Granel a diciembre de 2010



Porcentaje de venta Granel (ton.) por segmento de clientes a diciembre de 2010



El 90% del gas que consume el Programa de Alimentación Escolar, PAES es abastecido por Lipigas.

Finalmente, los clientes residenciales de Lipigas, con una cobertura entre Arica y Coyhaique, se dividen en tres grupos: el canal de redes con medidor -quienes consumen gas licuado por redes de cañerías y a quienes se les factura por consumo realizado-; los clientes con estanque –abastecido a pedido o por inyección automática-; y los clientes de gas Envasado, quienes acceden a este servicio a través de la red de Distribuidores o por el sistema de reparto domiciliario de pedidos telefónicos.

Está presente en el 75% de la crianza de aves y en el 60% del sector lácteo de Chile.

Seguridad

Mediante la certificación OHSAS 18.001, la Empresa aplica una metodología de trabajo en la que identifica peligros, luego los valoriza en función de parámetros de seguridad y en base a eso jerarquiza su nivel de riesgo. Posteriormente, aplica un sistema de mitigación o control para los riesgos más significativos que puedan afectar las operaciones y los productos que llegan a nuestros clientes.

Lipigas se encuentra en el proceso del traspaso del Programa Empresa Competitiva de la Mutual de Seguridad hacia la certificación OHSAS.18001:2007 de cara al 2013. El objetivo es que la Compañía transite hacia una cultura de seguridad con estándares mundiales.

Mejorando el servicio al cliente (PR5)

La Compañía posee varios mecanismos de retroalimentación de las opiniones de los consumidores. Además, constantemente realiza capacitaciones a contratistas, distribuidores, y desarrolla nuevas funcionalidades tecnológicas, todo ello con el fin de entregar un servicio de excelencia.

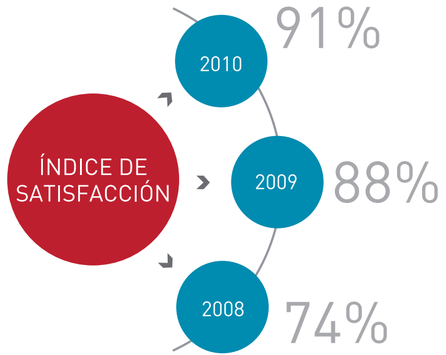
Un sistema útil para la Empresa es la encuesta que realiza anualmente ProCalidad, donde se mide el Indice de Satisfacción de Clientes, lo que es una motivación para mejorar año a año.

Internamente, también desarrolla estudios para evaluar el servicio, la relación con los socios comerciales y los clientes en general.

Premios 2010 por Servicio a Clientes

Primer Lugar en Calidad de Servicio 2010 en las categorías de Empresas Transaccional y GLP, reconocimiento que entrega ProCalidad y Revista Capital.

Premio a la Consistencia en la Calidad de Servicio, por obtener durante 10 años un lugar privilegiado en la excelencia del servicio. Otorgado por ProCalidad de acuerdo al Índice Nacional de Satisfacción de Consumidores.



El perro Lipigas

Estar siempre más cerca de sus consumidores. Ese es el propósito y espíritu de la marca líder en Gas Licuado de Chile: Lipigas. Y la mejor forma de hacerlo es a través de un personaje que sea universalmente conocido como el mejor amigo del hombre: el perro.

Se trata del quiltro chileno, sin raza ni estirpe, pero popular, masivo y de carácter absolutamente arquetípico.

Con el pasar del tiempo, este perro ha ido ganando el cariño de la gente, con miles de adeptos y fans como ningún otro personaje en la publicidad chilena.

Su tarea es simple. Tiene la misión de expresar el compromiso y fuerte vínculo emocional que la marca Lipigas posee con sus clientes y la población en general.

Esto ha quedado de manifiesto cuando en plenas crisis energética y económica apareció con un mensaje alentador y con una buena dosis de humor.

Su éxito ha sido tal, que cuenta con una página de Facebook con más de 940 mil fans. Este sitio ha demostrado ser un canal adicional de comunicación con nuestros clientes, que nos permite como Compañía recibir feedback.

El objetivo de tener una cuenta de Facebook del perro Lipigas es poder comunicarnos con nuestros clientes de distintas maneras, ya que las redes sociales permiten una mayor cercanía, con un lenguaje más cotidiano y muy adecuado para nuestro personaje.

IV.2 Produciendo energía ecoamigable
con el medioambiente

Lipigas es una empresa que distribuye energía limpia, con la menor huella de carbono y con bajas emisiones de CO2 respecto de otros combustibles, como la leña, carbón, diésel, parafina e incluso la electricidad. Además, en su proceso de envasado, al ser no tóxico genera mínimo impacto en el medioambiente.

La Compañía, consciente del cuidado del medioambiente y de las tendencias mundiales en el uso eficiente de la energía, evolucionó de ser sólo una distribuidora de gas licuado a una Empresa que entrega Soluciones Energéticas de acuerdo a las necesidades reales de los clientes residenciales, comerciales e industriales. Así, ofrece de forma integral soluciones energéticas sustentables medioambientalmente, seguras y rentables para los clientes. Durante 2010 se inició el proceso de certificaciones de todas las plantas de la empresa bajo la norma medioambiental ISO 14.001 de las cuales Concón y Antofagasta, ya la han obtenido. Para 2011, Lipigas espera concretar dicho sistema para las plantas de Rancagua y Coquimbo.
Junto con ello, desarrolló la primera medición de su huella de carbono, lo cual será la base para generar planes de reducción.

Oferta Ecoamigable

- Soluciones energéticas que integran Energías Renovables como la energía solar con el gas licuado.

- Búsqueda de eficiencias energéticas y reducción de huella de carbono en los procesos de los clientes.

- Búsqueda de alternativas que permitan reducir la huella de carbono y emisiones de los procesos térmicos de los clientes, a través del uso de gas licuado: Energía limpia. Todo lo anterior lo realiza Lipigas, desde el diseño de las soluciones, hasta la implementación y puesta en marcha de las mismas. Así, los clientes pueden confiar en su proveedor de soluciones energéticas.

También, ha desarrollado soluciones para la conversión de vehículos, específicamente taxis, de bencina a gas licuado, así como también soluciones para la conversión de lanchas, desde bencina a gas, disminuyendo las emisiones al ambiente y los derrames de líquidos, en la industria salmonera.

Desempeño ambiental

Durante 2009 y 2010 obtuvo la certificación ambiental ISO 14.001: 2004 en las Plantas Antofagasta y Concón, y en 2011 la conseguirán las Plantas de Rancagua y Coquimbo. Además, se realizó la primera medición de emisiones de CO2, efectuada por la consultora PricewaterhouseCoopers.

NOTA: Ver capítulo, Información Adicional.

En la gestión de residuos se invirtió en una planta de tratamiento de riles en Concón. De la misma manera, implementaron un Ecositio de reciclaje en la Planta de Lenga, que cuenta con cinco contenedores de diversos desechos, como pilas, envases de aluminio, plástico y cartones. Las plantas de Concón y Antofagasta también desarrollaron programas de gestión de residuos domésticos, industriales y peligrosos.

Casos destacados

- Generación de vapor en industrias
- Calefacción y agua caliente en campamentos mineros
- Secadores directos
- Calentamiento de agua y soluciones en proceso metalúrgicos
- Calefacción de talleres y campamentos
- Grúas horquilla
- Generación eléctrica en motores y turbinas
- Hornos para fundición y refino
- Motores náuticos
- Sistemas solar-gas para edificios habitacionales
- Gas vehicular para taxis colectivos

Produciendo energía amigable con el medioambiente (EN26)

- **4.000** Toneladas en 2010 — Ventas de autogas
- Se redujo un **50%** — el consumo energético y las emisiones de CO2 del campamento Spence
- **300** — lanchas usan gas en vez de diésel
- **80.000** ton/año — Sustitución de diésel
- **27%** más de eficiencia energética — Clientes mineros con GLP
- **3.500** ton/año — Generación de turbinas eléctricas
- **21.732** — Emisiones directas de CO2 (miles ton.)

IV.3 Calidad de empleo
(LA1, LA2, LA3, LA8, LA10, LA11)

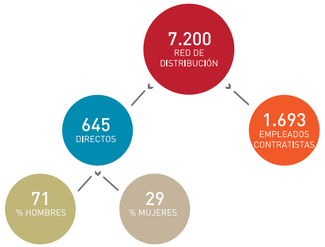
Calidad del empleo

	2010	2009	2008
Número de empleados	645	657	683
Porcentaje de mujeres	29	29	29
Número sindicatos	4	4	5
Porcentaje sindicalización	41	37	42
Número huelgas año	0	0	0
Número de personas con contrato fijo	645	657	683

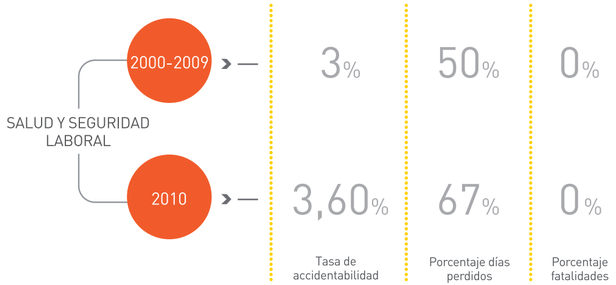
Apoyo al desarrollo profesional y al mejoramiento de la calidad de vida de los colaboradores de la Empresa son los dos objetivos principales de la política de gestión de personas implementada por Lipigas. Mediante el compromiso y la dedicación de todos los equipos que conforman la Empresa, logran ofrecer un servicio de excelencia y productos de calidad a los clientes.

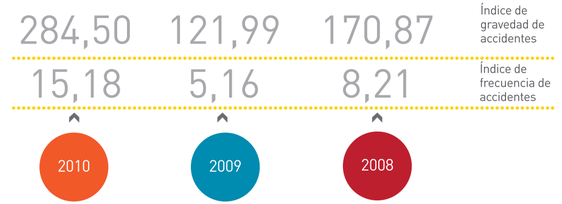
Durante el año se potenciaron internamente la innovación, el trabajo en equipo, el liderazgo, la colaboración y la eficiencia en la labor diaria. Este proceso se fortaleció y complementó a través de iniciativas centradas en los trabajadores, ya que sólo por medio de ellos se pueden lograr los objetivos de la Compañía.

Empleo



Salud y seguridad





Capacitación y Desarrollo (LA8)

La capacitación y el desarrollo profesional son objetivos prioritarios para Lipigas. Además de apoyar el mejoramiento del desempeño de los colaboradores en sus puestos de trabajo, ayudar al logro de las metas organizacionales, la formación de las personas contribuye al cumplimiento de la estrategia de la compañía.
Lipigas cuenta con una gerencia de Personas que vela por el desarrollo profesional de sus integrantes a través de programas de capacitación, cursos y talleres dirigidos a todos los colaboradores.

Además, los trabajadores de acuerdo a su perfil y desempeño, pueden postular a vacantes que se produzcan al interior de la Empresa.

Cristián Valdés, Comprador del Área de Compras y Contratos, usuario del Sistema de Movilidad Interna. "Hace dos meses me cambié del área Contable a Compras y Contratos. Fue una muy buena oportunidad, además que el proceso fue transparente y rápido, ya que toda la postulación se realiza por medio de nuestra Intranet".

Seguridad y salud laboral

Contar con un buen programa de Seguridad y Salud es primordial para la Compañía, ya que la clave para tener un buen desempeño es que los trabajadores se encuentren en las mejores condiciones posibles. Durante 2010 se realizaron varias acciones con el fin de mejorar la calidad del trabajo de los colaboradores.
Por ejemplo, se continuó con el sistema de gestión Programa Empresa Competitiva (PEC) implementado en 2008 por la Mutual de Seguridad, y a fines de año se reorganizó la Subgerencia de Prevención de Riesgo y Medioambiente, la cual reporta directamente al Gerente General y pone a la seguridad en el centro de las preocupaciones de Lipigas.

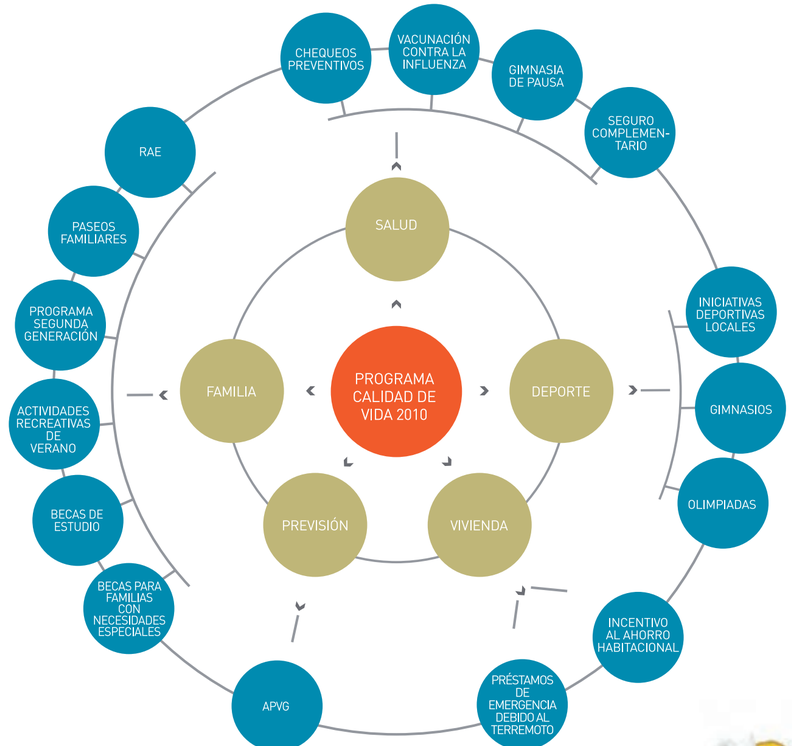
Capacitación y desarrollo

	2010	2009	2008
Número de horas de capacitación por empleado	16	21	21
Inversión en capacitación (millones de pesos)	162	170	260
Número de trabajadores en capacitación	406	775	775

Calidad de vida laboral y familiar

Calidad de Vida es el programa por medio del cual se apoya a las personas que trabajan en Lipigas, mediante acciones concretas que permitan equilibrar la vida familiar con la laboral. Las iniciativas se agrupan en cinco ámbitos: Familia, Salud, Vivienda, Previsión y Deportes, de las cuales se desprenden diferentes acciones.

Durante 2010, la Compañía generó una serie de iniciativas en este ámbito, las cuales se detallan en el siguiente esquema:



Relaciones laborales

Según la Encuesta Laboral (ENCLA) 2008 de la Dirección del Trabajo, el 5,1% de las empresas en Chile cuentan con sindicatos activos, y de ese porcentaje el 74,8% tiene una sola agrupación. Dentro de los rubros empresariales, los sectores de electricidad, gas y agua son de los que tienen más presencia sindical, alcanzando un 22,3% de afiliación. Por su parte, Lipigas posee cuatro sindicatos activos, lo que representa un 41% de adhesión por parte de los trabajadores.

Testimonio:

Manuel Jopia, Administrativo Multifuncional de la Planta Maipú y secretario del Sindicato N°2, cuenta sobre su experiencia como dirigente sindical:

"Este es mi primer período como dirigente del Sindicato N° 2 de Trabajadores de Santiago de Empresas Lipigas, el cual fue fundado el 24 de abril de 1965. Nuestro propósito siempre ha sido velar por los derechos de todos los trabajadores de nuestro sindicato localizado en la Planta Maipú. Hemos siempre realizado trabajos en conjunto con la Compañía, de hecho, trabajamos directamente con el área de Personas, con el fin de tener el mejor lugar para trabajar. Claro ejemplo es la última negociación del 2010, que fue todo un éxito. La Empresa siempre ha tenido las ganas de solucionar los problemas que se nos presentan, para lo que nos solicitan nuestra opinión para cualquier evento o actividad.

Creo que los socios de este sindicato están bien representados, ya que nosotros como dirigentes siempre estamos dispuestos a escuchar opiniones y tratar de mejorar las situaciones que se nos presenten".

Acción durante el terremoto

Durante la etapa posterremoto del 27 de febrero de 2010, la Compañía tomó varias medidas para ayudar y colaborar con los trabajadores que estuvieran en problemas, sobre todo en las zonas más afectadas.
Las acciones concretas fueron: sistemas de comunicación oportuna, como la creación de un mail especial para compartir datos de nuestros compañeros no ubicados; compras de mercadería y artículos esenciales para los colaboradores de Concepción, y un sistema de préstamos de emergencia para los damnificados. En la zona de Concepción se llevó a cabo una intervención post-trauma con psicólogos especialistas.

A continuación, algunos mensajes de los ejecutivos hacia los colaboradores de la empresa por su labor tras el terremoto.

"Debemos destacar al equipo especial conformado por distintos representantes de la Compañía y encabezados por nuestro Gerente Comercial, José Luis Meier, quienes en tiempo récord se trasladaron hasta las zonas más afectadas para desde ahí ayudar a sus compañeros y restablecer nuestras operaciones que se habían visto afectadas seriamente... Todo lo anterior ha dejado en evidencia el gran espíritu de equipo que caracteriza a Empresas Lipigas, el cual se constituye como nuestro principal activo"... Ernesto Noguera, presidente Directorio Lipigas. (extractos de la carta del 30 de marzo de 2010)

"Han transcurrido ya nueve días desde que el terremoto golpeó fuertemente a nuestro país, dejando huellas imborrables en todos nosotros. Ha sido un período de aprendizaje donde vimos y vivimos lo mejor del hombre, pero también su debilidad, sin embargo me queda en la mente y en el corazón la disposición, la entrega y la solidaridad que vi en muchos de ustedes y que hacen de este grupo humano una gran empresa", Ángel Mafucci, Gerente General.

IV.4 Cadena de proveedores
de servicios y distribución

Proveedores de servicios

Lipigas cuenta con una amplia gama de Proveedores de Servicios. Unos de ellos son los transportistas, cuya función es abastecer a los distribuidores de Envasado y llevar el producto a Granel a los clientes. Son alrededor de 40 empresas de transporte que tienen como promedio entre 5 y 10 camiones repartidores de Lipigas. El Servicio Técnico y de Emergencias es otro pilar fundamental dentro de esta cadena. Además, existe el Servicio de Instalaciones de Granel, el cual se dedica a construir redes, instalar estanques y solucionar problemas técnicos.

Nuestra red de Proveedores y Distribuidores

La Empresa tiene una Red de Distribución compuesta por 908 Pyme en todo Chile, las cuales realizan reparto de gas envasado (cilindros) a sus clientes y 280 contratistas que integran la cadena de servicios.

Área de Prestación	Contratistas	Personas
Abastecimiento (empresas chilenas)	10	80
Transportistas Granel	5	189
Transportistas Envasado	48	316
Call Center	3	250
Lectura Medidores	3	250
Movilización Acercamiento	15	29
Instaladores	135	480
Servicio Emergencia	27	100
Aseo, Guardia, Mantención, Casinos	22	192
Total Contratistas	280	1.693
Distribuidores	908	7.200

Sistema BCI: Convenio para distribuidores estratégicos

Dada la importancia que tiene la variable oferta en el negocio de venta y distribución de GLP y que hasta la fecha no había sido abordada de manera integral, Lipigas puso a disposición de nuestra red estratégica de distribuidores un convenio, con distintas automotoras, de compra por leasing con el Banco de Crédito e Inversiones (BCI) de camionetas nuevas y listas para trabajar.
De esta manera, el acuerdo permite gestionar de manera integral una oferta de camionetas en los plazos y cantidades que demandan los distintos proyectos comerciales de nuestra Compañía. Además, este sistema viene a subsanar la falta de estandarización en imagen, carrocerías y equipamiento de los vehículos y la dificultad de financiamiento externo por parte de los distribuidores.
En conjunto con el área de ventas de la Región Metropolitana, se estableció una segmentación de nuestra red en la cual se definió lo que denominamos "distribuidores estratégicos": distribuidores sin antecedentes financieros, con buen comportamiento de pago con Lipigas, proyectos de crecimiento y flujos que aseguren su capacidad de invertir.
Bajo este modelo, implementado a medidos de 2010, nuestra compañía asume un riesgo compartido con la institución financiera respecto al no pago de las cuotas de leasing de los distribuidores acogidos al acuerdo y se compromete a recolocar la camioneta en caso de incumplimiento.
En enero de 2011 se firmaron los primeros contratos, recibiendo las primeras camionetas, totalmente equipadas en marzo. A la fecha, en todo Chile se han comprado 138 Camionetas.

Caso destacado:

Gonzalo Paez, Distribuidor de Aconcagua:

"Llevo 10 años en la Compañía. Entré como ejecutivo de Venta Directa, y luego pasé a ser Distribuidor de Aconcagua. Empecé con una camioneta repartiendo en la comuna de San Esteban, de a poco el negocio comenzó a andar bien y obtuvimos buenos resultados. Las tres claves de mi éxito son: tener un equipo sólido, una buena oferta de productos y la entrega de un servicio de excelencia.
Hoy tengo 23 camionetas propias, 32 personas contratadas y un promedio de ventas de 2.400 toneladas al año.
El tiempo que llevo en Lipigas me ha permitido surgir y tener una buena calidad de vida. A pesar de los altos y bajos, con mi equipo hemos salido de los momentos complicados con la ayuda de la Empresa. Actualmente, mi equipo tiene un nuevo desafío en Santiago: vamos a repartir gas en las comunas de Quilicura y Huechuraba, donde esperamos entregar el mejor servicio y cumplir nuestras metas".

El sistema en cifras

Número de cursos realizados en 2010

47

Número de alumnos en 2010

282

Total de personas administradas por contratistas

2010	2000-2009
1693	1900

La Escuela Corporativa

La Escuela Corporativa es un sistema de capacitación orientado a la red de colaboradores externos de Lipigas, como distribuidores, repartidores, transportistas, entre otros, el cual se implementó en octubre de 2010. Los objetivos de este proyecto se relacionan con dos ámbitos: primero, asegurar que los contratistas cuenten con las capacidades y herramientas para atender a los clientes. En segundo lugar, contribuir a la calidad de vida y profesional de quienes participan en el programa, brindando certificación laboral y generando mayor compromiso con la Compañía.

Es uno de los grandes proyectos de Lipigas, que permitirá mejorar la calidad de vida y las capacidades profesionales de la red de colaboradores.

El programa se financia con aportes de Lipigas y a través del Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE), nuestros distribuidores se han asociado con Sofofa, que actúa como Organismo Técnico Intermedio para Capacitación (OTIC).

Los "profesores" son contratados por el área de capacitación de la Cámara Chilena de la Construcción (Capacita). Lipigas también cuenta con relatores internos, es decir, trabajadores que tienen conocimientos sobre temas técnicos y que quieren compartirlos con sus compañeros.

IV.4 Aporte a las comunidades (4.12, SO1)

A través de su actividad empresarial, Lipigas ha tenido la posibilidad de influir positivamente en el desarrollo social de la comunidad que lo rodea, creando relaciones de beneficio mutuo que enriquecen a todas las personas que trabajan en la Compañía.
Siempre se ha caracterizado por ser una Empresa que sin distinción está presente en los diversos estratos sociales, llegando con su producto a todos los rincones del país.

Negocios de Inclusión Social

La cadena de negocio incluye una gran cantidad de contratistas, transportistas y repartidores de gas que pertenecen a sectores de escasos recursos. La Compañía les otorga una fuente de trabajo o de negocio, en el caso de microempresarios. Durante 2010, Lipigas emprendió el desafío de aportar en su desarrollo laboral, capacitando y acreditando diversas competencias a través de la Escuela Corporativa. Adicionalmente, se incluyeron nuevos servicios por medio de los cuales pueden aumentar sus ingresos mensuales. Ventas de prepago de telefonía y pagos de cuentas son algunos de los servicios ofrecidos por los distribuidores.

Programa de Alimentación Escolar (PAES): nº de raciones que calentamos diariamente

2.000.000

2010

Nº hogares con ducha con agua caliente gracias a Lipigas

1.043.000

Iniciativas culturales y educativas

Existen dos programas culturales en Lipigas que buscan acercar a personas de escasos recursos al arte: las Giras del Teatro Municipal de Santiago a regiones, en que se regalan entradas a los clientes de Lipigas, y el programa "El Museo Alegra tu Vida", en el cual niños de escasos recursos de comunas de Santiago y la VI Región, visitan el Museo de Artes Visuales (MAVI) y realizan actividades artísticas en sus escuelas.

Otra iniciativa destacable es el Programa Futuro Emprendedor, el cual consiste en entregar a establecimientos educacionales de la V región, clases de capacitación y Material Educativo didáctico, moderno y actualizado para formar en materia económica a profesores y alumnos. Es importante recalcar que éste cuenta con el patrocinio del Ministerio de Educación y FIDE Técnica, en el marco de la Ley de Donaciones DL 19.247/93.

Nº de jóvenes capacitados en 2010 por el Programa Futuro Emprendedor: 290.

Nº de niños de bajos recursos que han conocido un museo gracias al programa "EL MUSEO ALEGRA TU VIDA"

2010 2.100

2009 2.200

2008 2.200

Programa de Alimentación Escolar (PAE)

Financiado por la Junta Nacional de Auxilio Escolar y Becas (Junaeb)

Consiste en la entrega de una ración diaria de alimentación para estudiantes de educación preescolar y básica, que incluye un desayuno y un almuerzo, o uno de los dos, dependiendo del grado de vulnerabilidad del establecimiento educacional al que asiste el alumno. La iniciativa contribuye a incorporar y mantener en el sistema educacional, a la población vulnerable de educación preescolar y básica del país, que asiste a colegios municipales y particulares subvencionados, de zonas urbanas y rurales.

Dentro de este contexto, Lipigas cubre el abastecimiento de gas del 90% de las PAES a lo largo de Chile.

Acción durante el terremoto

Lipigas actuó en varias líneas en las zonas afectadas, especialmente desde la VI a la VIII región. Además de asegurar el abastecimiento a los clientes -para lo cual se debió echar a andar una flota de emergencia, y llevar gas desde las zonas centro y sur-, se repararon y restituyeron las redes de gas medidores para poder abastecer a los clientes. También se entregaron ayudas en mercancía y gas para las comunidades afectadas.

Algunos ejemplos concretos:

Sector de Gaete y Población Libertad, Talcahuano: Lipigas entregó ayuda en alimentos y ropa de cama.

Albergue Población Santa Clara, Talcahuano: se entregaron cajas de comidas, carpas, ropa de abrigo y útiles de aseo.

Un Techo para Chile: Lipigas regaló el gas para cocinas y calefacción de los voluntarios.

Calor medible

V. Información complementaria

Indicadores clave de sustentabilidad (3.12)

		2010	2009	2008
Empleados	• Número total de empleados propios (LA1).	645	657	683
	• Porcentaje de rotación.	7%	7%	24%
	• Posición en el ranking Los Mejores Lugares para Trabajar en Chile.	28	44	No aplica
	• Porcentaje de mujeres.	29	29	29
	• Número de cursos de capacitación realizados por los colaboradores.	68	45	81
	• Horas de formación por empleado.	16	21	21
	• Total inversión en formación (millones de pesos).	162	170	260
	• Número de empleados participantes en Programa Calidad de Vida (LA8).	645	657	683
	• Porcentaje de sindicalización.	41	37	42
Distribuidores	• Índice de Satisfacción General de Distribuidores.	Sin datos	59%	34%
	• Número de proveedores de servicios en Programa de Gestión de Contratistas.	1.300	1.300	No aplica
	• Número de empleados de distribuidores y proveedores en programas de formación.	282	No aplica	No aplica
Clientes	• Posición en el mercado y % de mercado.	39%	38,40%	38%
	• Número de clientes.			
	- Residencial + Granel Residencial.	180.600	140.000	131.000
	- Comercial.	14.000	15.000	5.000
	- Empresas.	6.000	6.000	6.000
	• Resultados del Índice de Satisfacción de clientes.	91%	88%	74%
Medio Ambiente	• Número viviendas sociales con soluciones híbridas (solar + GLP).	125	No aplica	No aplica
	• Número de clientes GLP para el mercado automoción.	4.000	2.266	1.750
	• Número instalaciones certificadas en ISO 14.001.	2	1	No aplica
	• Consumo energía eléctrica (MWh/ton).	0,034	0,036	0,036
	• Emisiones directas CO2 equivalente (millones de toneladas) (EN26).	21.732	Sin datos	Sin datos
Sociedad	• Inversión social externa: Escuela Corporativa + donaciones (millones de pesos).	197	58	94
	• Número de niños participantes en "El Museo Alegra tu Vida".	2.100	3.000	2.200
	• Número de jóvenes capacitados por el Programa Futuro Emprendedor.	250	Sin datos	Sin datos
	• Número de asistentes a los espectáculos del Teatro Municipal.	3.500	1.800	5.600
	• Número de jóvenes en el Programa de Educación Dual.	9	8	14

Índice contenidos GRI resumido

Código GRI	Descripción Indicador
1.1	• Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización.
1.2	• Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.
2.1	• Nombre de la organización.
2.2	• Principales marcas, productos y/o servicios.
2.3	• Estructura operativa de la organización.
2.4	• Localización de la sede principal de la organización.
2.5	• Países en los que opera la organización.
2.6	• Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.
2.7	• Mercados servidos.

Código GRI	Descripción Indicador
2.8	• Dimensiones de la organización.
2.9	• Cambios significativos durante el período cubierto por el Reporte.
2.10	• Premios y distinciones recibidos.
3.1	• Período cubierto por la información contenida en el Reporte.
3.2	• Fecha del Reporte anterior más reciente.
3.3	• Ciclo de presentación del Reporte.
3.4	• Punto de contacto para cuestiones relativas al Reporte o su contenido.
3.5	• Proceso de definición del contenido del Reporte.
3.6	• Cobertura del Reporte.

Código GRI	Descripción Indicador
3.9	• Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos.
3.12	• Tabla de contenidos básicos del Reporte.
4.1	• Estructura de gobierno de la organización.
4.2	• Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa un cargo ejecutivo.
4.3	• Número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.
4.8	• Misión, valores, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social.
4.11	• Adopción de planteamiento o principio de precaución.
4.12	• Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, y otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.
4.13	• Principales asociaciones a las que pertenece la organización.
4.14	• Relación de grupos de interés que la organización ha incluído.
4.15	• Base para la identificación y selección de grupos de interés.

Código GRI	Descripción Indicador
4.16	• Enfoques adaptados para la inclusión de los grupos de interés.
4.17	• Principales preocupaciones y aspectos de interés de los grupos de interés y respuesta de la organización.
EC3	• Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.
EC8	• Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.
EN1	• Materiales usados por peso y volumen.
EN11	• Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.
EN12	• Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas.
EN23	• Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.
EN26	• Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y sus resultados.
EN27	• Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil.

Código GRI	Descripción Indicador
EN28	• Coste de las multas signiticativas y número de sanciones monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.
LA1	• Desglose del colectivo de trabajadores.
LA2	• Número total de empleados y rotación media de empleados.
LA3	• Beneficios sociales para los empleados con jornada completa.
LA6	• Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad.
LA8	• Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.
LA9	• Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.
LA10	• Promedio de horas de formación al año por empleado.
LA11	• Programa de gestión de habilidades y de formación continua.
LA13	• Composición de los órganos de gobierno corporativo.

Código GRI	Descripción Indicador
HR4	• Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.
HR6	• Actividades identificadas que conllevan riesgo de explotación infantil y medidas adoptadas.
HR7	• Operaciones que puedan originar episodios de trabajo forzado y las medidas adoptadas.
HR8	• Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.
SO1	• Programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades.
SO8	• Valor monetario de multas y número de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.
PR1	• Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan impactos en la salud y seguridad de los clientes.
PR3	• Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.

Código GRI	Descripción Indicador
PR4	• Incumplimientos relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios.
PR5	• Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente.
PR8	• Incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing.
PR7	• Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.
PR9	• Coste de multas significativas por incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.

Asociaciones a las que pertenece Lipigas (4.13)

Asociación de Gas Licuado Petróleo Chile	Afiliaciones
	Sociedad de Fomento Fabril (Sofofa).
	Asociación Iberoamericana de Gas Licuado Petróleo.
	Unión Social de Empresarios Cristianos.
	Fundación Acción RSE.
	Fundación Libertad y Desarrollo.
	Fundación Desafío.
	Cámara de Comercio de Santiago.
	ASIVA.
	Asociación de Industriales de Antofagasta.
	ICARE.
	Corporación Pro O`Higgins.
	Cámara Chilena de la Construcción.

Estado cumplimiento compromisos 2010 para reporte social

Trabajadores - Compromisos 2009	Estado
• Mantener a 670 personas contratadas a diciembre de 2010.	• A diciembre 2010 la dotación fue de 645 trabajadores.
• Estar entre las 35 mejores empresas para trabajar en Chile según el ranking del Great Place to Work Institute.	• Logrado, quedamos en el lugar N° 28.
• Instaurar programa de visitas de familiares al lugar de trabajo.	• Se realizó en Talcahuano.
• Implementar programa nutricional.	• No realizado.
• Gestionar un plan de jubilación.	• No realizado.
• Continuar con los talleres de competencias de MARCA para operarios y técnicos.	• Realizado, fueron capacitadas 334 personas en el año.
• Realizar un programa de desarrollo de habilidades y herramientas de liderazgo para mandos medios y profesionales.	• Realizado, fueron capacitados 158 jefaturas.
• Capacitar en técnicas de negociación efectiva a profesionales y jefaturas.	• No realizado.
• Realizar curso introductorio a SAP, en modalidad e-learning para nivelar en el manejo de SAP a quienes trabajen hace años en la empresa y a los nuevos, darles una buena inducción en esta herramienta.	• Realizado, fueron capacitadas 103 personas.

Trabajadores - Compromisos 2009	Estado
• Desarrollar capacidades de innovación (Proyecto UAI Corfo).	• Realizado, participaron 5 intra-emprendedores en el Programa, y el equipo gerencial como Comité Directivo.
• Llevar información más oportuna a través de medios internos.	• Realizado, se editaron 10 Diarios Murales, dos Revistas Internas, y se realizaron 10 "Pausas Comunicacionales".
• Fortalecer los espacios colaborativos.	• No realizado.
• Abrir el espacio de participación en zonas.	• Creación de comités de clima laboral en Concón, Lenga y Las Urbinas.
• Desarrollar en forma exitosa las negociaciones que corresponden en 2010: Sindicatos Región Metropolitana y Zona Sur.	• Realizado, ambas negociaciones terminaron anticipadamente.

Comunidad - Compromisos 2009	Estado
• Mantener las donaciones históricas realizadas a diversas instituciones.	• Realizado.
• Continuar con la entrega de la Guía de Beneficios Sociales a más comunas.	• Se entregaron Guías a las comunas de El Bosque, Lo Espejo y Maipú.
• Fomentar una mayor participación de trabajadores en las actividades de voluntariado.	• A través de acciones con los Jardines del Hogar de Cristo. Se realizaron actividades de mejora en instalaciones, recolección de útiles escolares y organización de celebraciones de navidad, en Quilpué, Lo Espejo y Rancagua. Así mismo voluntarios de Concón participaron en la construcción de medias aguas para damnificados por el terremoto en la V Región.

Comunidad - Compromisos 2009	Estado
• Realizar la XX Temporada Lipigas Arte y Cultura, aumentando el número de ciudades que se visitarán.	• Realizada, este año se incluyeron 7 ciudades de la zona norte: Arica, Iquique, Antofagasta, Calama, Copiapó y la Serena.
• Fortalecer el contenido y continuidad del programa El Museo Alegra Tu Vida por medio de un soporte web.	• Realizado, participaron 2.100 niños en las visitas al Museo, y la página web está en prueba.
• Certificar a los colegios que consideren el fortalecimiento de la creatividad como parte de los procesos formativos, en el marco del programa El Museo Alegra Tu Vida.	• No realizado.
• Desarrollar estrategias de generación de alianzas con municipios para la replicación del modelo El Museo Alegra Tu Vida en más colegios y comunas.	• Realizado, el año 2010 se trabajó con la comuna de Pudahuel.
• Continuar desarrollando los programas Educación Dual y Trabajos de Fábrica.	• Realizado, participaron 9 alumnos de los Colegios San Ignacio del Bosque y Alonso Ovalle en Santiago.
• Participar en el Programa Junior Achievement que realiza la Fundación Futuro Emprendedor, con el colegio Enrique Cárdenas y el Liceo de Concón, ambos en la Región de Valparaíso.	• Realizado.

Seguridad - Compromisos 2009	Estado
• Mejorar los indicadores de la tasa de accidentabilidad: gravedad igual o menor a 75 y frecuencia igual o menor a 6.	• No se cumplieron las expectativas propuestas.
• Implementar exitosamente el Programa Empresa Competitiva de Excelencia en las Plantas de Antofagasta y Talcachuano.	• La Compañía tomó otra opción, comenzó el proceso de certificación OHSAS 18.0001: 2007
• Mantener la calificación Excelente en el Programa Empresa Competitiva 2.0.	• En 2010 fue sobresaliente.
• Aumentar el número de capacitaciones realizadas a personal interno, comunidad y clientes.	• Si se logró mayor cobertura.

Distribuidores - Compromisos 2009	Estado
• Aumentar la participación de mercado en el segmento envasado.	• Se mantuvo la misma participación.
• Seguir avanzando en la construcción de una relación sólida y de confianza con los distribuidores.	• Hubo un gran avance.
• Potenciar la incorporación de herramientas tecnológicas para una mejor gestión del negocio en los distribuidores.	• Se inició el proyecto de implementación del Sistema de Administración Integral del Negocio.
• Desarrollar la Escuela Corporativa para la formación y acreditación de competencias de la red de distribución.	• Cumplido.
• Habilitar un canal de atención preferente para distribuidores.	• Cumplido.

Proveedores de Servicios Compromisos 2009	Estado
• Asegurar la continuidad operacional en los servicios de Call Center y Coordinación Remota.	• Se implementó capacitación de ejecutivos en todos los proveedores, lo que permite dar continuidad a los servicios frente a incidencias en algún proveedor en específico, así como también se prueba el normal funcionamiento de la alta disponibilidad tecnológica de los servicios.
• Fortalecer el proceso de mejora continua en los servicios de Call Center, generando acciones internas que involucren a los proveedores y ejecutivos en el servicio de Lipigas, haciéndolos partícipes de los logros.	• Se realizaron campañas de motivación, desayunos mensuales con grupos de ejecutivos para escucharlos y compartir experiencias y visiones, y elaboraron con los proveedores una carrera interna para todos los ejecutivos de Call Center, lo que les permitió proyectar su trabajo, así como también actividades de esparcimiento para los partidos de Chile en el mundial, lo que permitió generar lazos de cercanía y compromiso de los ejecutivos hacia Lipigas.
• Implementar en todo Chile el sistema de monitoreo MobileCast con lo cual se completa el proyecto de planificación de rutas.	• El Sistema MobileCast está en un proceso de pruebas Sistémicas, las cuales deben finalizar en julio. Para acelerar esta implementación, se ha dejado a un coordinador a cargo de hacer las pruebas funcionales directamente con el área de tecnología. El proceso tendrá una capacitación a los coordinadores y un tiempo de prueba, lo que implica tener el sistema funcionando 100% a mediados de 2011.

Proveedores de Servicios Compromisos 2009	Estado
• Mantener altos los estándares de seguridad en cuanto a los transportistas, tendientes a lograr la meta de cero accidentes.	• Se modificaron los controles de los encargados de Operaciones en cada uno de los puntos donde operan camiones. Estos controles se han realizado de manera más estricta en la Planta Maipú, donde todos los camiones tienen un control diario de entrada y salida, lo que ha permitido tener equipos con gran control en las mantenciones. Se han presentado tres accidentes menores, los cuales han sido provocados por terceros y por imprudencias de los conductores.
• Asegurar una alta disponibilidad de la flota de transportistas.	• Se cumplió parcialmente.
• Seguir adecuadamente los procedimientos de atención, uso de nuevas tecnologías, protocolos de tención y entregar información relevante a los clientes.	• Se levantaron procesos críticos que estaban impactando a los clientes y en conjunto con todas las áreas involucradas, desarrollaron las mejoras de fondo y lideraron las mejoras continuas de todos los procesos de atención que afectan a los clientes.
• Lograr la exitosa implementación del proyecto Paletizado en la Planta Maipú y la región Metropolitana, el que representa un cambio relevante a los clientes.	• Se desarrollará en 2011.

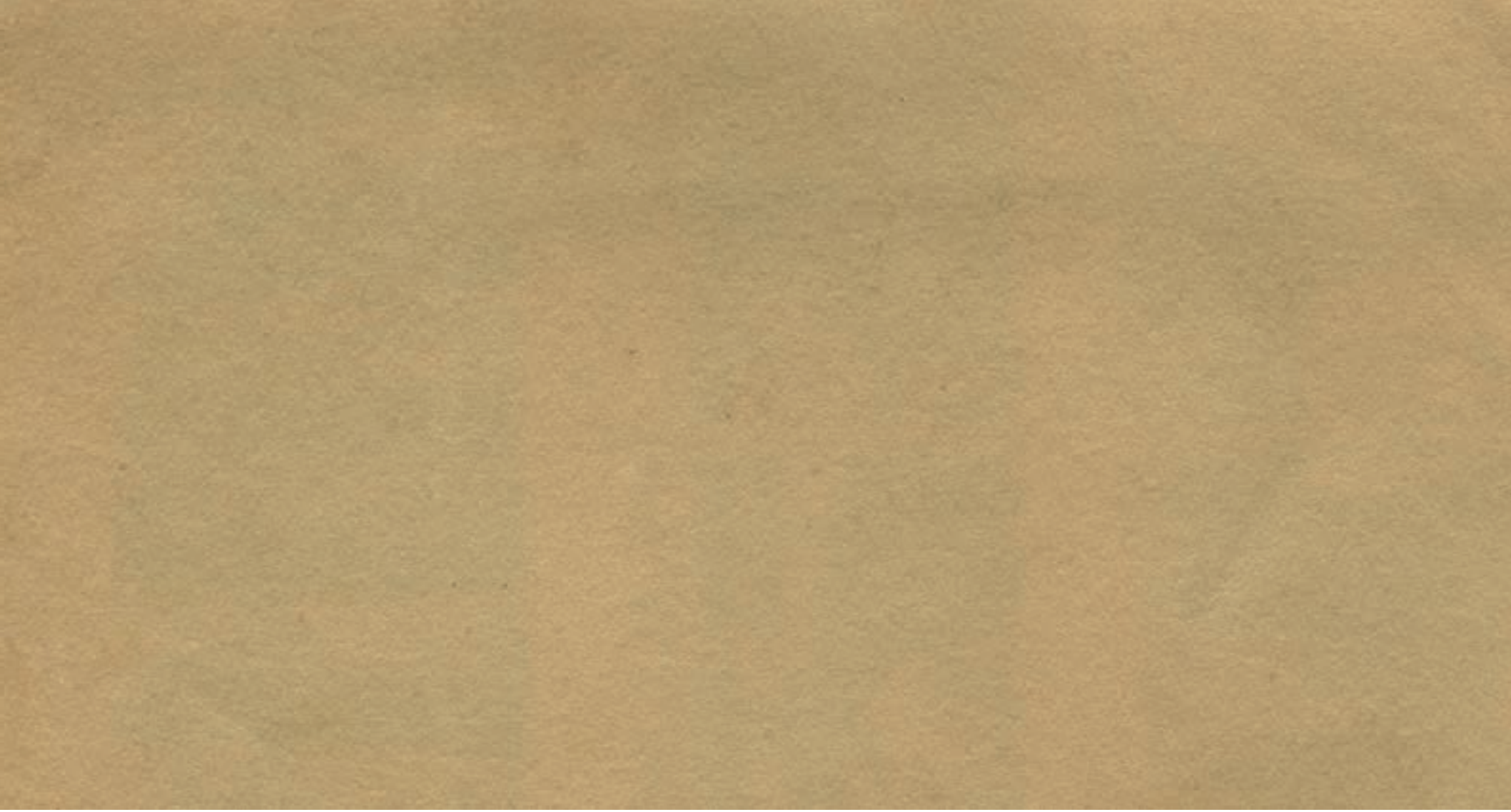
Proveedores de Servicios Compromisos 2009	Estado
• Fortalecer las competencias de los técnicos de emergencias e instaladores para asegurar una mejor gestión de sus actividades.	• Como uno de los objetivos de la reestructuración del área en Mayo de 2010, se focalizaron los esfuerzos en un revisión de diagnóstico del proceso de atención de Emergencias en las distintas zonas, donde se detectaron brechas las cuales se solucionarán en 2011. Entre las principales mejoras están la capacitación de los ejecutivos de plataforma de emergencia en el call center, la incorporación de transmisión digital para la transmisión de emergencias, revisión de protocolos, capacitaciones cruzadas (técnicos – con ejecutivos de emergencias), preparación de protocolos de capacitación para Escuela Corporativa y la implementación de un estándar único de protocolos de atención en todo el país. Respecto a este último punto se capacitaron a una parte importante de los técnicos en 2010.
• Desarrollar programas para reforzar el apoyo a los Técnicos de emergencias e instaladores en cuanto a la revisión de programas y actividades para lograr una mayor autogestión.	• Durante 2010 se revisaron las características del servicios de atención de emergencias en terreno, con el objetivo de estandarizar y formalizar las actividades que cumplen los técnicos en terreno. Se buscó con esto generar una mejora continua en el profesionalismo y capacidad de gestión de los contratistas. Respecto a este punto, se generaron reuniones con los principales prestadores de servicios en las distintas zonas y se capacitó a una parte importante de ellos en 2010.

Proveedores de Servicios Compromisos 2009	Estado
• Difundir una política de gestión de contratistas y reforzar las capacitaciones.	• Realizado.
• Consolidar el sistema de auditorías a contratistas a fin de detectar oportunidades de mejora.	• Realizado.
• Desarrollar un estudio de satisfacción de los contratistas de Lipigas.	• No realizado.

Clientes - Compromisos 2009	Estado
• Seguir siendo una alternativa de alto rendimiento económico y bajo impacto ambiental para los procesos productivos de nuestros clientes industriales.	• Cumplido, actualmente mantienen clientes de respaldo y butano, a pesar de tener mayores costos que el Gas Natural.
• Mantener la participación en el rubro supermercado y ofrecer satisfactoriamente soluciones técnicas como los quemadores de butano líquido a nuestros clientes.	• Se mantiene una alta participación (más del 85%) en los nuevos proyectos con soluciones de propano.
• Seguir avanzando en el conocimiento de nuestros clientes residenciales con el objetivo de implementar mejoras en el servicio.	• Cumplido.

Medioambiente - Compromisos 2009	Estado
• Implementar durante 2010 en todas las Plantas un sistema de administración de residuos peligrosos acorde a estándar ISO 14.001.	• En el 50% de las 13 Plantas cuentan con una bodega de residuos peligrosos operando de acuerdo a la legislación vigente.
• Implementar ISO 14.001 en las Plantas de Coquimbo y Rancagua.	• En proceso de certificación.

Reporte de Sustentabilidad 2010



Lipigas®

www.lipigas.cl