



# REPORTE DE SUSTENTABILIDAD



# ÍNDICE

**5** ▶ Carta gerente general

**7** ▶ Nuestra Empresa

**16** ▶ El ejercicio de reportar

**20** ▶ Principales hitos de 2016

**23** ▶ Principios de sustentabilidad y desempeño de la compañía

-  **PRINCIPIO 1:**  
Dar acceso a energía más limpia en países emergentes
-  **PRINCIPIO 2:**  
La seguridad es lo primero
-  **PRINCIPIO 3:**  
Excelencia en la experiencia del cliente
-  **PRINCIPIO 4:**  
Resultados económicos y de desarrollo del negocio
-  **PRINCIPIO 5:**  
Ética, transparencia y compliance
-  **PRINCIPIO 6:**  
Calidad del empleo
-  **PRINCIPIO 7:**  
Prevención y mitigación de impactos al entorno natural y las personas
-  **PRINCIPIO 8:**  
Relación con grupos de interés

**41** ▶ Índice GRI

**47** ▶ Contacto

**48** ▶ Anexos

# CARTA DEL GERENTE GENERAL





Este documento, en el cual han aportado diversas áreas de la compañía y que con mucho agrado dejo a disposición de nuestros grupos de interés, tiene como propósito entregar una visión integral del desempeño económico, social y ambiental de Empresas Lipigas en los tres países donde operamos.

El último año estuvo marcado por varios hechos relevantes que dan cuenta de nuestro crecimiento y expansión, y que se ven reflejados en este Reporte de Sustentabilidad.

La apertura a la Bolsa de Comercio de Santiago, en noviembre pasado, fue un paso que da muestras de la confianza del mercado en la empresa y de la consolidación de nuestro proyecto de expansión internacional y de desarrollo de nuevos negocios. Todo esto acentúa la responsabilidad con que debemos llevar a cabo nuestro ejercicio y los esfuerzos que debemos hacer cada día para responder a nuestros grupos de interés.

Nos encontramos trabajando firmemente para cumplir nuestra misión como empresa que mejora la calidad de vida a través de soluciones energéticas, ampliando y diversificando la oferta de productos y servicios a nuestros clientes. A nuestro tradicional producto, el gas licuado de petróleo (GLP), hemos ido sumando en los últimos años otros tales como el gas natural licuado (GNL), el gas natural por red (GN) y gas natural comprimido (GNC). Todos se proyectan como opciones eficientes y concretas de sustitución a energías de menor calidad, tales como leña, parafina y algunos derivados del petróleo.

Adicionalmente, luego de la tramitación correspondiente y la aprobación por unanimidad de los servicios involucrados, nos encontramos próximos a concretar la instalación de nuestro primer Pequeño Medio de Generación Distribuida (PMGD) de 6MW de potencia, ingresando así al negocio de generación eléctrica con GNL, una alternativa limpia y con menos emisiones que el diésel o el carbón.

Las operaciones en Perú y Colombia se han ido consolidando y durante el último año concretamos la incorporación de Limagas Natural Perú S.A (ex NEOgas S.A), empresa dedicada a la distribución de gas natural comprimido (GNC) a clientes industriales y estaciones de servicio para vehículos en el mencionado país, como así también se materializó la decisión de crear una tercera filial en Colombia (REDNOVA SAS ESP), que incursionará en el negocio de la distribución del gas por red en ese país.

Este desafío de crecimiento implica mucho compromiso como así también instaurar una cultura de innovación al interior de la Compañía, siempre con la mirada puesta en las necesidades de nuestros clientes, a través de productos y procesos que los beneficien y contribuyan a cumplir los objetivos estratégicos de la Compañía.

Parte de lo anterior es la presentación en Chile del nuevo cilindro de material compuesto Lipigas Plus, la primera innovación en la industria del gas envasado de los últimos 40 años, cuyos atributos buscan justamente mejorar la calidad de vida de nuestros consumidores. Se trata de un envase 55% más liviano que su similar de acero, fácil de transportar y translúcido, con lo cual es posible ver el contenido en su interior.

La relación con nuestros trabajadores y red externa de colaboradores es y seguirá siendo un tema de la mayor relevancia para nosotros. Estamos convencidos que para seguir creciendo es crucial contar con espacios laborales motivadores y proclives al desarrollo personal, lo cual se logra con altos niveles de confianza y transparencia. Para ello, nos enfocamos especialmente en generar espacios y canales para comunicarnos con fluidez en todos los niveles.

Un ejemplo de ello son las mejoras sostenidas que por casi una década hemos ido obteniendo en la medición de clima laboral que realiza Great Place to Work. En 2016, por primera vez se aplicó el mismo instrumento en Lima Gas, con el fin de comenzar a gestionar este aspecto bajo un mismo modelo, basado en la confianza, al cual esperamos otras operaciones también se sumen.

También en nuestra preocupación por las personas, en 2016 la totalidad de las plantas de la Compañía en Chile y las principales instalaciones de ésta en Perú, fueron certificadas en la norma OHSAS 18.001:2007, uno de los estándares de mayor relevancia en materia de seguridad y salud ocupacional a nivel mundial.

Tal como ha sido en la historia de la Compañía, seguimos creciendo y se nos abren nuevos desafíos que exigen una adaptación constante a un mundo en permanente cambio, con el cual nos comprometemos a través de nuestros 8 principios de sustentabilidad que guían nuestro quehacer y que les invito a revisar en el presente reporte.

**Ángel Mafucci**  
 Gerente General  
 Empresas Lipigas

The image features a large, stylized graphic of a hand on the right side, composed of horizontal bars in blue and white. The background is a solid blue color with a network of dark blue lines and light blue dashed segments. Various icons are placed along these lines, including a truck, a person wearing a hard hat, a forklift, a stack of pipes, and a valve. The text 'NUESTRA EMPRESA' is centered in the lower half of the image.

# NUESTRA EMPRESA

## EMPRESAS LIPIGAS

### ¿DÓNDE ESTAMOS?

La casa matriz de la Compañía está en Santiago de Chile y posee operaciones en Colombia y Perú.



### VISIÓN

Ser un actor relevante en el mercado de la energía en Latinoamérica, creando valor a largo plazo para nuestros accionistas, colaboradores, clientes y las sociedades donde operamos, entregando soluciones adecuadas para cada uno de nuestros clientes.



### MISIÓN

Ser una empresa de energía que contribuya al desarrollo sustentable, mejorando la calidad de vida a través de la comercialización de soluciones energéticas en Latinoamérica.

## NUESTROS VALORES



### CUIDADO DE LAS PERSONAS

Trabajamos para que nuestras operaciones se desarrollen bajo estrictas normas de seguridad y cuidado del medio ambiente.

Nos ocupamos de contribuir a la educación de nuestros colaboradores, clientes y comunidad en el manejo seguro de los productos que comercializamos.



### RESPECTO

Hacia nuestros clientes, que nos dan la posibilidad de existir como empresa. Nos preocupamos de conocer y atender sus necesidades, entregándoles servicios y productos de calidad, en forma oportuna, y cumpliendo con nuestros compromisos.

Hacia nuestra red de colaboradores, que son el motor de nuestra actividad. Construimos un ambiente de trabajo desafiante y motivador, buscando la excelencia y espíritu de equipo, y resguardando el clima laboral y la calidad de vida.

Hacia nuestros accionistas, asegurando resultados sustentables para la Compañía.



### TRANSPARENCIA

Desarrollamos nuestra actividad de manera ética, a través de relaciones laborales y comerciales abiertas, confiables y justas. Nos hacemos responsables de nuestras decisiones y compromisos, comunicándolos a los grupos de interés que corresponda.

# PRODUCTOS

## GAS LICUADO DE PETRÓLEO (GLP)

Se comercializa en distintos formatos, según las necesidades del cliente:



### ENVASADO EN CILINDROS

El más popular de los envases de gas es el cilindro, comercializado en distintos tamaños para diversos usos.



### A GRANEL

Es transportado en camiones hasta tanques ubicados en el domicilio de los clientes residenciales o en las instalaciones de comercios e industrias.



### GAS MEDIDOR

Especialmente diseñado para abastecer múltiples puntos de consumo independientes, desde un estanque común con reabastecimiento programado.

El medidor registra el caudal de gas suministrado a cada cliente y se efectúa una lectura mensual del consumo, el cual se cobra mediante una boleta o factura, enviada a domicilio o vía electrónica.

## GAS NATURAL (GN)

Su distribución se realiza en distintos formatos:



### LICUADO (GNL)

Se distribuye a industrias alejadas de gasoductos, mediante el transporte terrestre en estado líquido y comprimido a alta presión, en camiones especialmente equipados para trasladar el producto a baja temperatura (criogénicos).



### COMPRESIDO (GNC)

El gas natural comprimido es almacenado a altas presiones, permitiendo su almacenaje de grandes volúmenes en poco espacio. Está compuesto principalmente por gas metano, siendo una opción para la sustitución de combustibles líquidos para industrias y automoción.

Su transporte se hace vía terrestre atendiendo la demanda de gas natural principalmente de clientes industriales y vehiculares, ubicados en zonas donde los gasoductos convencionales no existen.

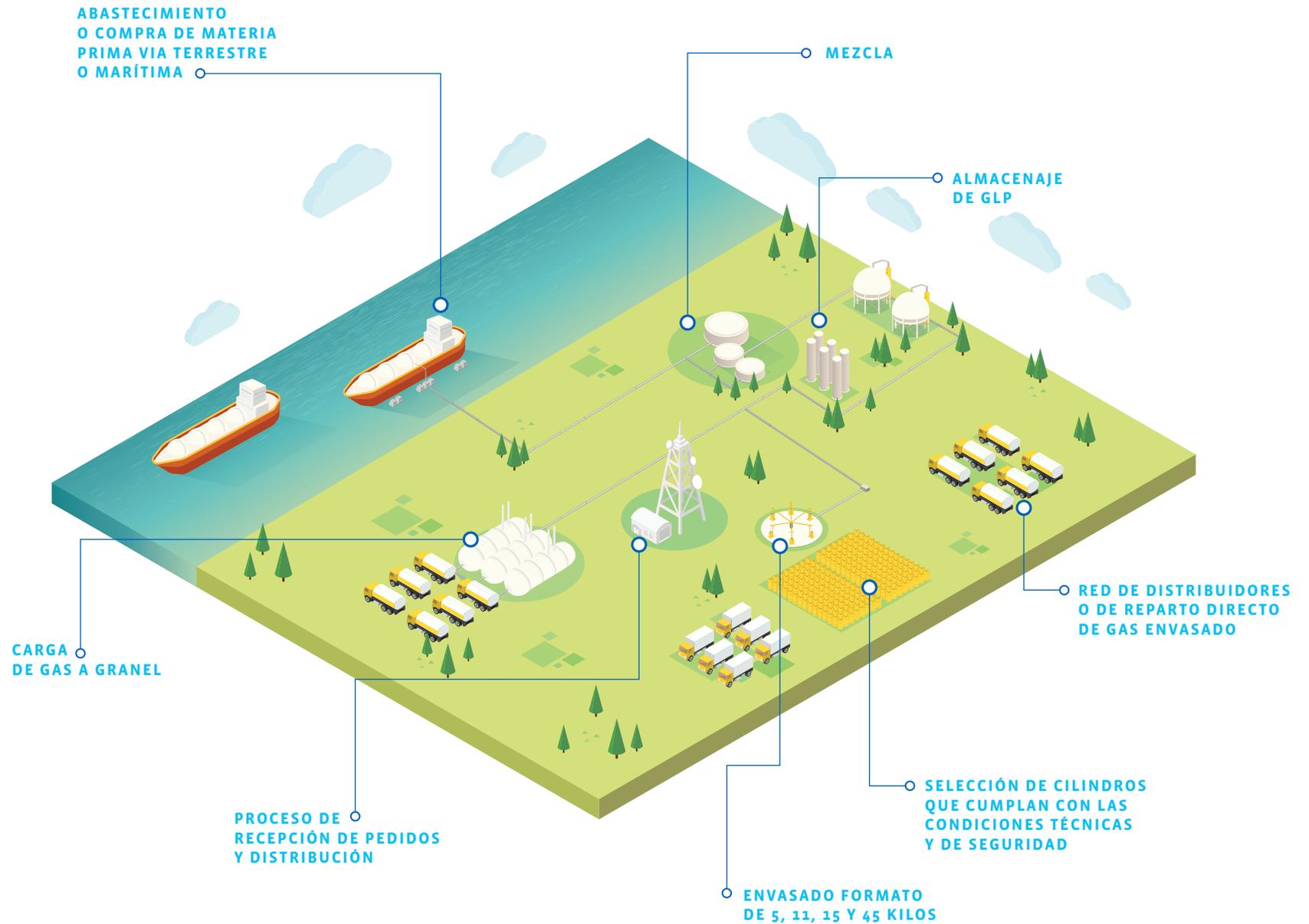
Tiene aplicaciones y usos en muchos sectores, pero en determinados países, como en el caso de Perú, el GNC se emplea predominantemente como combustible de uso vehicular.



### POR RED (GN)

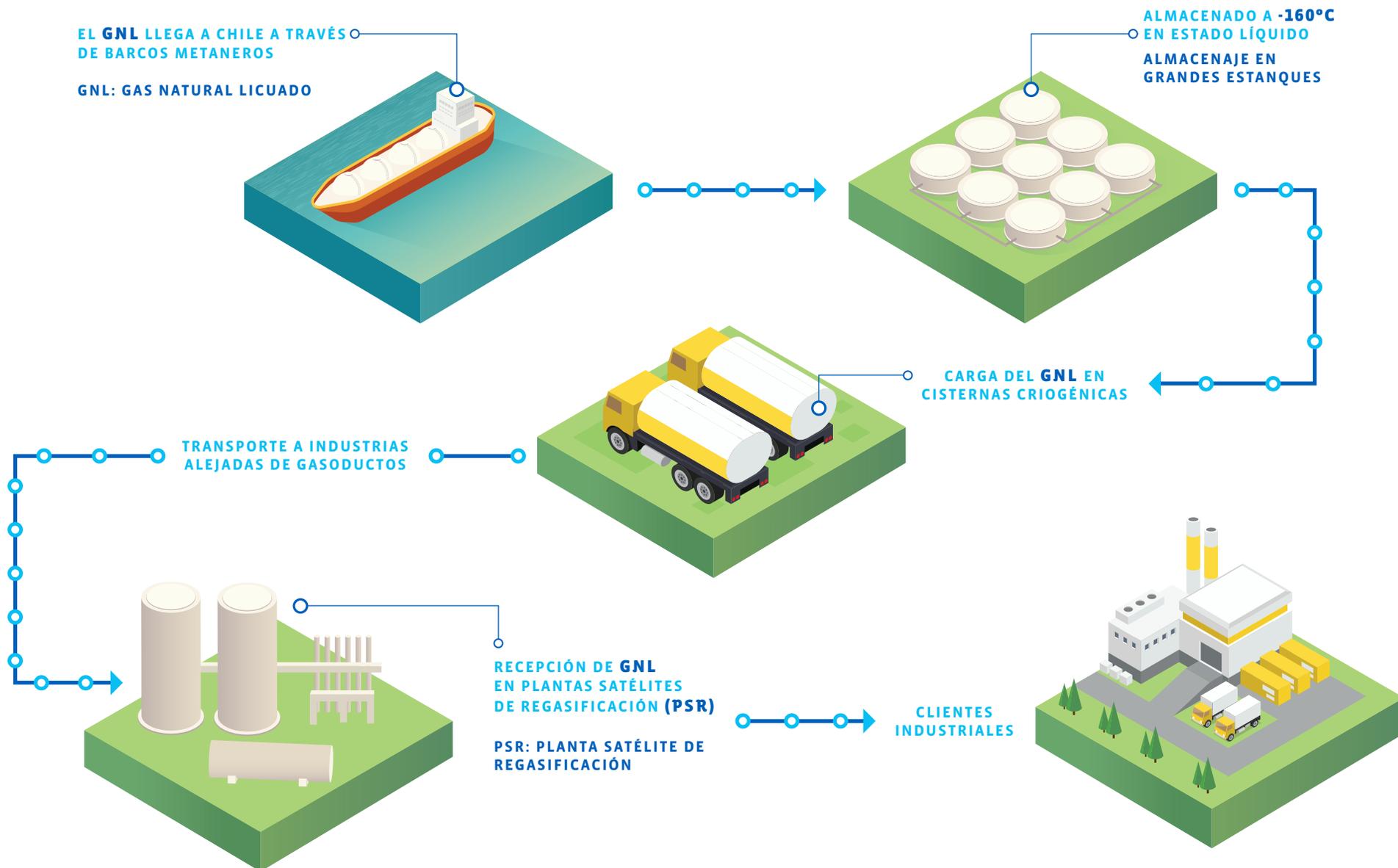
Lipigas también participa en el mercado de gas natural a través de la distribución por red en la ciudad de Calama, Región de Antofagasta, la cual está en proceso de expansión.

# CADENA DE VALOR GLP



(\*) Basado en modelo utilizado en Chile.

# CADENA DE VALOR GNL



(\*) Basado en modelo utilizado en Chile.

# NUESTRA EMPRESA



## DOTACIÓN EN CHILE

2015	2016
697	725

## DOTACIÓN DIRECTA

	2015	2016
Nº Gerentes	10	10
Nº Subgerentes	17	16
Nº Jefaturas	80	75
Nº Colaboradores	590	624

## RED DE COLABORADORES EXTERNOS

Cantidad total distribuidores externos | 2015: n/a | 2016: 800

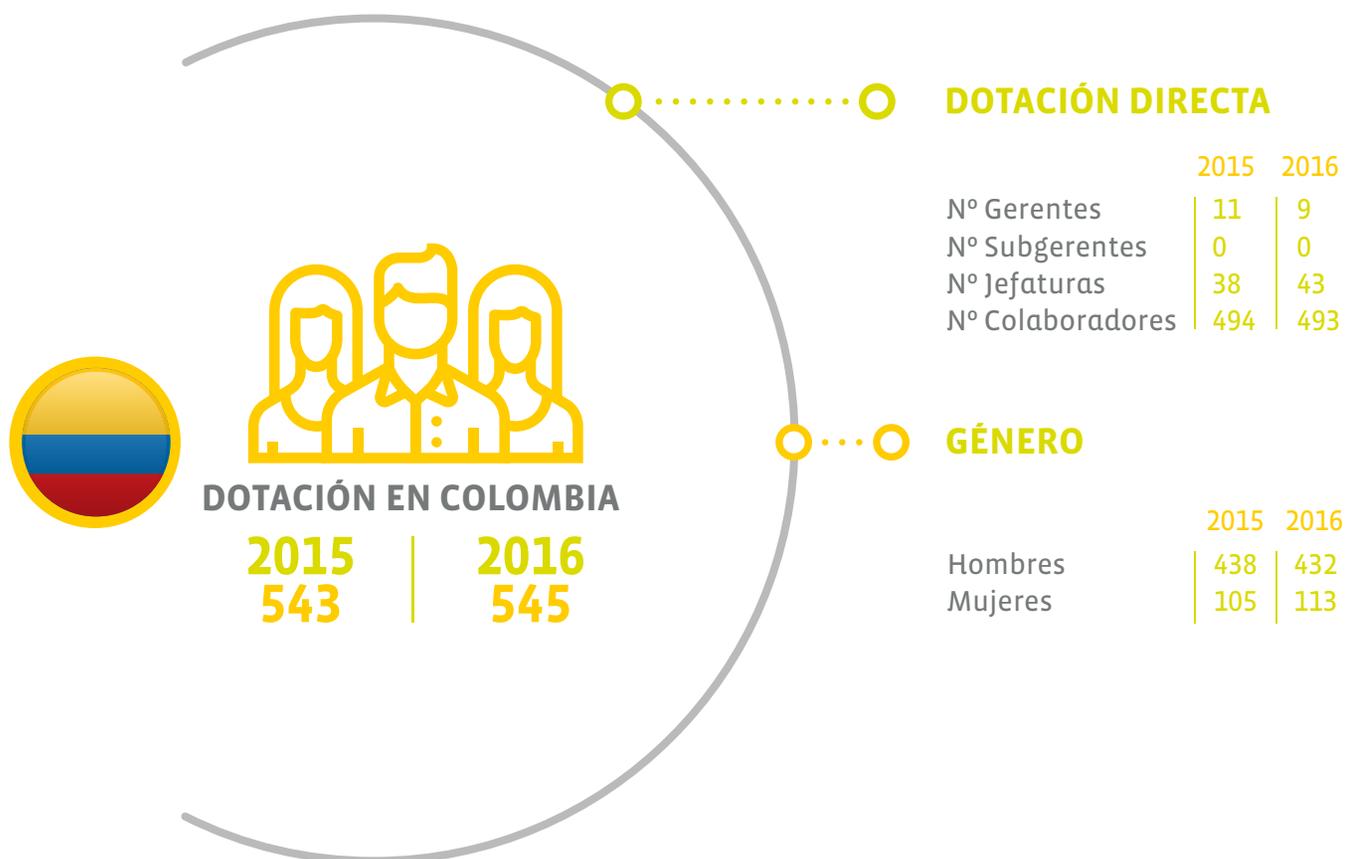
Cantidad total trabajadores contratistas controlados | 2015: n/a | 2016: 1151

## GÉNERO

\* Número en relación a dotación directa

	2015	2016
Hombres	478	503
Mujeres	209	222

## NUESTRA EMPRESA



# NUESTRA EMPRESA



## DOTACIÓN EN PERÚ LIMA GAS

2015	2016
266	270



## DOTACIÓN EN PERÚ LIMAGAS NATURAL

2016  
93

### DOTACIÓN DIRECTA

	2015	2016
Nº Gerentes	8	7
Nº Subgerentes	1	1
Nº Jefaturas	14	16
Nº Colaboradores	243	246

### GÉNERO

	2015	2016
Hombres	208	208
Mujeres	58	62

### DOTACIÓN DIRECTA

	2016
Nº Gerentes	6
Nº Subgerentes	1
Nº Jefaturas	5
Nº Colaboradores	81

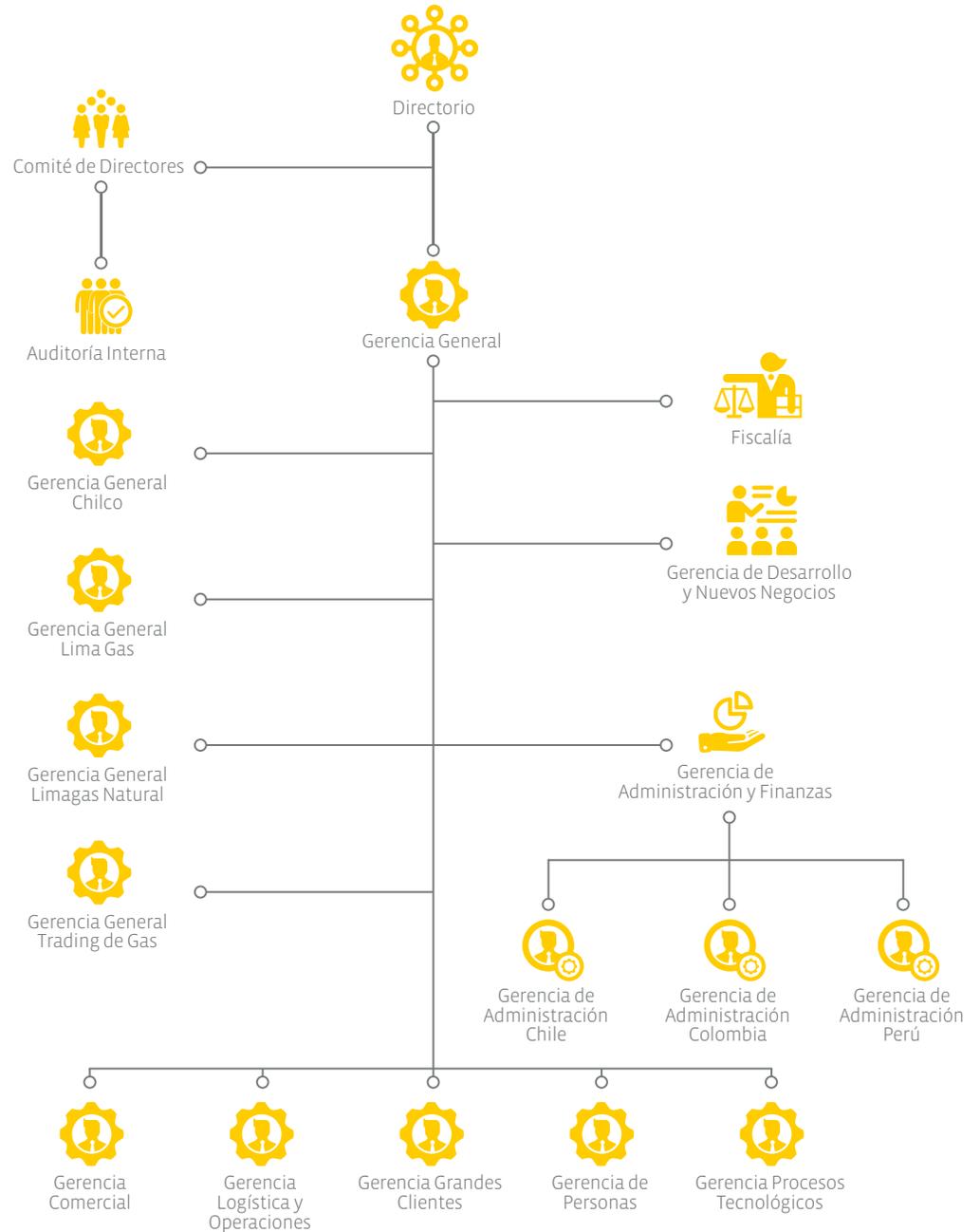
### GÉNERO

	2016
Hombres	85
Mujeres	8

# GOBIERNO CORPORATIVO



# ORGANIGRAMA



## GOBIERNO CORPORATIVO

### DIRECTORIO

- ▶ Juan Manuel Santa Cruz Munizaga / Presidente
- ▶ Jaime García Rioseco / Vicepresidente

### DIRECTORES TITULARES

- ▶ Juan Ignacio Noguera Briceño\*
- ▶ Mario Vinagre Muñoz
- ▶ Jaime Santa Cruz Negri
- ▶ José Miguel Barros Van Hovell Tot Westerfler
- ▶ Gabriel Ruiz Tagle Correa \*

\* Nuevos Directores designados por Junta de Accionistas realizada el 27 de abril de 2017.

## EL EJERCICIO DE REPORTAR

Empresas Lipigas presenta este reporte a sus grupos de interés, efectuado siguiendo los lineamientos del estándar internacional GRI en su versión G4 Esencial. Es un reporte anual, que cubre el desempeño económico, social y ambiental de todas las compañías que forman el grupo durante el año 2016.

### PROCESO DE MATERIALIDAD

Para la definición, priorización y validación de la materialidad de este reporte correspondiente al ejercicio de 2016, se realizó una revisión de los temas más relevantes para la Compañía, los que fueron cruzados y analizados en relación con los 8 principios de sustentabilidad de Empresas Lipigas, además de los indicadores GRI, contribuyendo a una mayor coherencia en la elección y desarrollo de los contenidos.

Durante este proceso, se entrevistó a los ejecutivos de diversas áreas, incluidos los gerentes de las empresas en Chile, Colombia y Perú, profundizando con ellos cada tema y complementando esta información con conversaciones periódicas con quienes son los puntos focales para la elaboración del documento.

Asimismo, se revisaron las apariciones de prensa de la Compañía, las publicaciones internas, los registros de actividades y también la memoria anual, a fin de enriquecer los contenidos levantados en el proceso descrito en el párrafo anterior.

## GRUPOS DE INTERÉS



### TEMAS MATERIALES

Cuando se habla de temas materiales, se refiere a aquellos que son relevantes para la compañía dado el impacto que tienen hacia y desde los grupos de interés.

A continuación, enumeramos los temas materiales en 2016 y el porqué de su importancia para Lipigas:



## CLASIFICACIÓN DE TEMAS MATERIALES

TEMA	¿POR QUÉ ES MATERIAL?
<b>01</b> Adquisición de Neogas en Perú (GNC) - Ahora Limagas Natural	La adquisición de esta nueva filial responde a las metas de crecimiento y apertura del Grupo, a la vez de ser consecuente con el Principio de Sustentabilidad 1*
<b>02</b> Distribución de GN a la red domiciliaria, comercial e industrial	Este tema resulta relevante para Lipigas puesto que responde a los desafíos de crecimiento y diversificación de la Compañía, además de la entrega de soluciones energéticas a nuevos clientes.
<b>03</b> Innovación	La empresa ha definido como una de sus metas ser un proveedor de soluciones energéticas y, para responder a este desafío, desarrolla fuertemente la innovación como una cultura dentro de la organización a fin de ser creativos en las ofertas a los clientes y los propios colaboradores.
<b>04</b> Certificación OHSAS	Las certificaciones en materia de seguridad, calidad o desempeño son relevantes para Lipigas debido a que, en algunos casos, son requeridos por las autoridades y exigidos o preferidos especialmente por grandes clientes al momento de contratar los servicios y productos de la Compañía. Asimismo, sirven de estándar interno de evaluación.
<b>05</b> Indicadores de S&S estables	La salud y seguridad de los trabajadores es uno de los temas prioritarios de la Compañía, incluido en los Principios de Sustentabilidad*
<b>06</b> Aumento de distribución directa (en Chile)	La relación directa de Lipigas con sus clientes es un tema muy importante para la Compañía debido a que contribuye a tener una mayor cercanía, vínculo y responsabilidad con ellos.

\*Ver en capítulo "Principios de sustentabilidad y desempeño de la Compañía"

 DIMENSIÓN ECONÓMICA

 DIMENSIÓN SOCIAL

 DIMENSIÓN AMBIENTAL



## CLASIFICACIÓN DE TEMAS MATERIALES

TEMA	¿POR QUÉ ES MATERIAL?
<b>07</b> Satisfacción de usuarios con NPS (sólo Chile)	Los clientes son uno de los grupos de interés más importantes para la Compañía, por lo que, su opinión, satisfacción, recomendación y consumo son clave para la sustentabilidad del negocio.
<b>08</b> Reducción de Huella de Carbono en grandes clientes	Lipigas busca entregar soluciones energéticas a sus clientes de distinto tamaño. Esto no sólo implica ahorro económico sino también en su Huella de Carbono. Lipigas ha logrado esta reducción en grandes clientes al proponer soluciones con energías más limpias.
<b>09</b> Apertura de Empresas Lipigas a la bolsa	Este hito significa un nuevo avance para la Compañía en su crecimiento, desarrollo y mayores estándares para su gestión.
<b>10</b> Resultados económicos de Empresas Lipigas	Éste es uno de los temas materiales de mayor importancia para la Compañía, puesto que de estos resultados depende su permanencia en el tiempo.
<b>11</b> Mejora continua en las prácticas laborales	Los colaboradores de Lipigas son clave para la Compañía, por lo que sostener una mejora permanente y continua en las prácticas que signifiquen un avance en sus condiciones laborales es prioritario para la empresa.
<b>12</b> Eficiencia logística. Disminución de Huella de Carbono en la distribución	Lipigas trabaja en mejorar la logística de la distribución para lograr una mayor eficiencia y, con ello, contribuir a disminuir su Huella de Carbono, producida principalmente en esta etapa del proceso de venta de energía.
<b>13</b> Proyecto GN en zona sur de Chile	La Compañía ha orientado sus esfuerzos a entregar energías más limpias, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de las comunidades donde se inserta. Este proyecto es un hito para llevar a cabo este propósito.

\*Ver en capítulo "Principios de sustentabilidad y desempeño de la Compañía"

 DIMENSIÓN ECONÓMICA

 DIMENSIÓN SOCIAL

 DIMENSIÓN AMBIENTAL

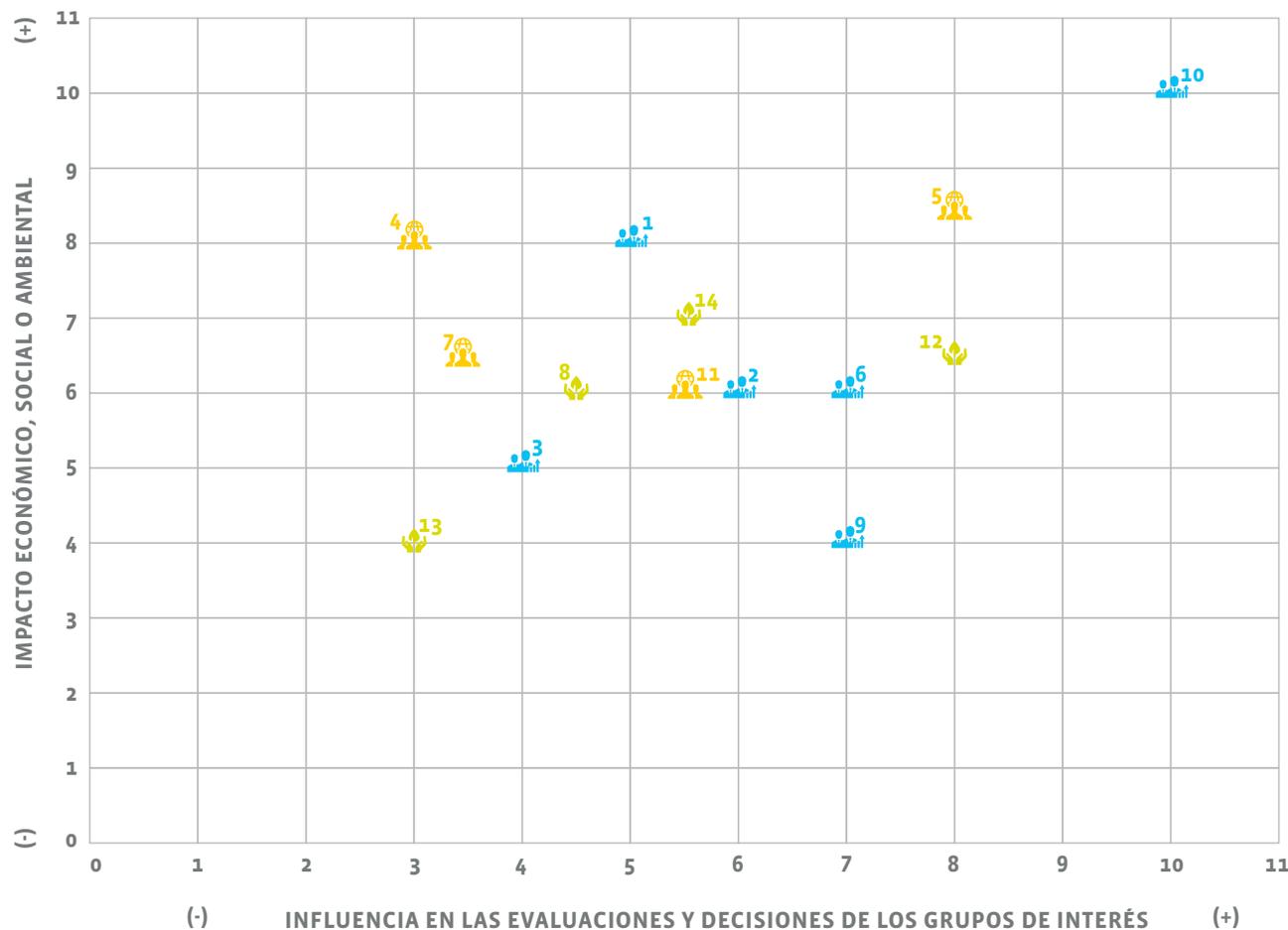
## MATRIZ DE PRIORIZACIÓN DE TEMAS MATERIALES

El resultado del ejercicio de priorización de los temas materiales para Empresas Lipigas se grafica en la siguiente figura.

Para realizar esta jerarquización se calificaron los 13 temas de acuerdo al impacto que generan en las acciones de la Compañía enmarcadas en las dimensiones económicas, sociales y ambientales, así como en la influencia que desarrollan en los grupos de interés.

Los temas aparecen enumerados según fueron mencionados en las diferentes instancias de recopilación de información.

Sin embargo, su calificación requirió una revisión y una discusión profunda con los responsables del reporte en la Compañía.



### DIMENSIÓN ECONÓMICA

- 01 Adquisición de Neogas en Perú (GNC) - Ahora Limagas Natural
- 02 Distribución de GN a la red domiciliaria, comercial e industrial
- 03 Innovación
- 06 Aumento de distribución directa (en Chile)
- 09 Apertura de Empresas Lipigas a la Bolsa
- 10 Resultados económicos de Empresas Lipigas

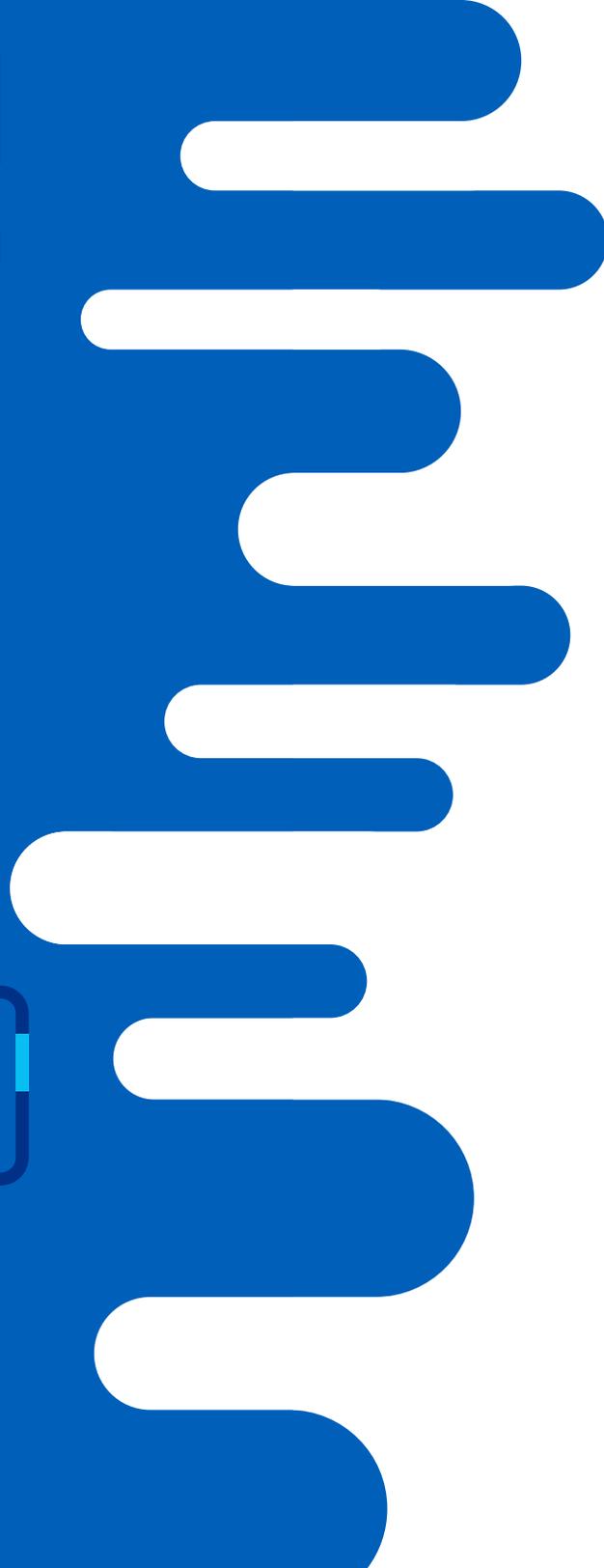
### DIMENSIÓN SOCIAL

- 04 Certificación OHSAS
- 05 Indicadores de S&S estables
- 07 Satisfacción de usuarios con NPS (sólo Chile)
- 11 Mejora continua en las prácticas laborales

### DIMENSIÓN AMBIENTAL

- 08 Reducción de Huella de Carbono en grandes clientes
- 12 Eficiencia logística. Disminución de Huella de Carbono
- 13 Proyecto GN en zona sur de Chile

# PRINCIPALES HITOS DE 2016



## HITOS 2016

Durante el año pasado, se vivieron algunos hechos relevantes para la Compañía, que abrieron las puertas al crecimiento y desarrollo de Lipigas en Latinoamérica.

Lipigas concreta apertura en la Bolsa de Comercio de Santiago el 24 de noviembre de 2016.

Empresas Lipigas concreta compra del 100% de Neogas Perú, hoy Limagas Natural

En noviembre, la Compañía crea la filial en Colombia Rednova SAS ESP.

En noviembre, la Compañía inicia la venta en Chile de Lipigas Plus, innovando en el mercado chileno del GLP con nuevo cilindro translúcido.

Ingreso al negocio de la generación eléctrica.

Principales plantas de la Compañía, en Chile y Perú, son certificadas por norma OHSAS 18.001:2007.

Lipigas se convierte en socio del Centro de Innovación UC.

# RECONOCIMIENTOS RECIBIDOS EN 2016

Durante el periodo del reporte, nuestra compañía fue reconocida con distintos premios relacionados con la gestión realizada hacia los clientes y hacia nuestros colaboradores, ambos grupos de interés de gran relevancia para Empresas Lipigas.



**PRIMER LUGAR PREMIO NACIONAL DE SATISFACCIÓN DE CLIENTES, CATEGORÍA GAS CILINDRO:** Lipigas obtuvo nuevamente el Primer Lugar del premio que cada año entrega ProCalidad, el cual reconoce a las empresas que los clientes distinguen en Chile por su calidad de servicio.



**LIPIGAS RECIBE PREMIO "BEST CUSTOMER EXPERIENCE", SECTOR ENERGÍA, EN IBEROAMÉRICA:** Lipigas recibió el Premio a la Mejor Experiencia de Cliente del sector energía en Chile en Iberoamérica.



**LIPIGAS ENTRE LAS 10 MEJORES EMPRESAS PARA LOS JÓVENES PROFESIONALES EN CHILE:** En 2016 Lipigas ingresó al ranking de las mejores empresas para jóvenes profesionales en Chile, según el estudio Best First Job Employer que abarcó a 25 empresas, dentro de las cuales la compañía se ubicó en el lugar N°7.



**MEJORES EMPRESAS PARA TRABAJAR EN CHILE:** En la última medición del Great Place to Work, Lipigas se ubicó en el lugar N°14 del ranking que destaca a las 50 mejores organizaciones para trabajar en Chile en la categoría grandes empresas.

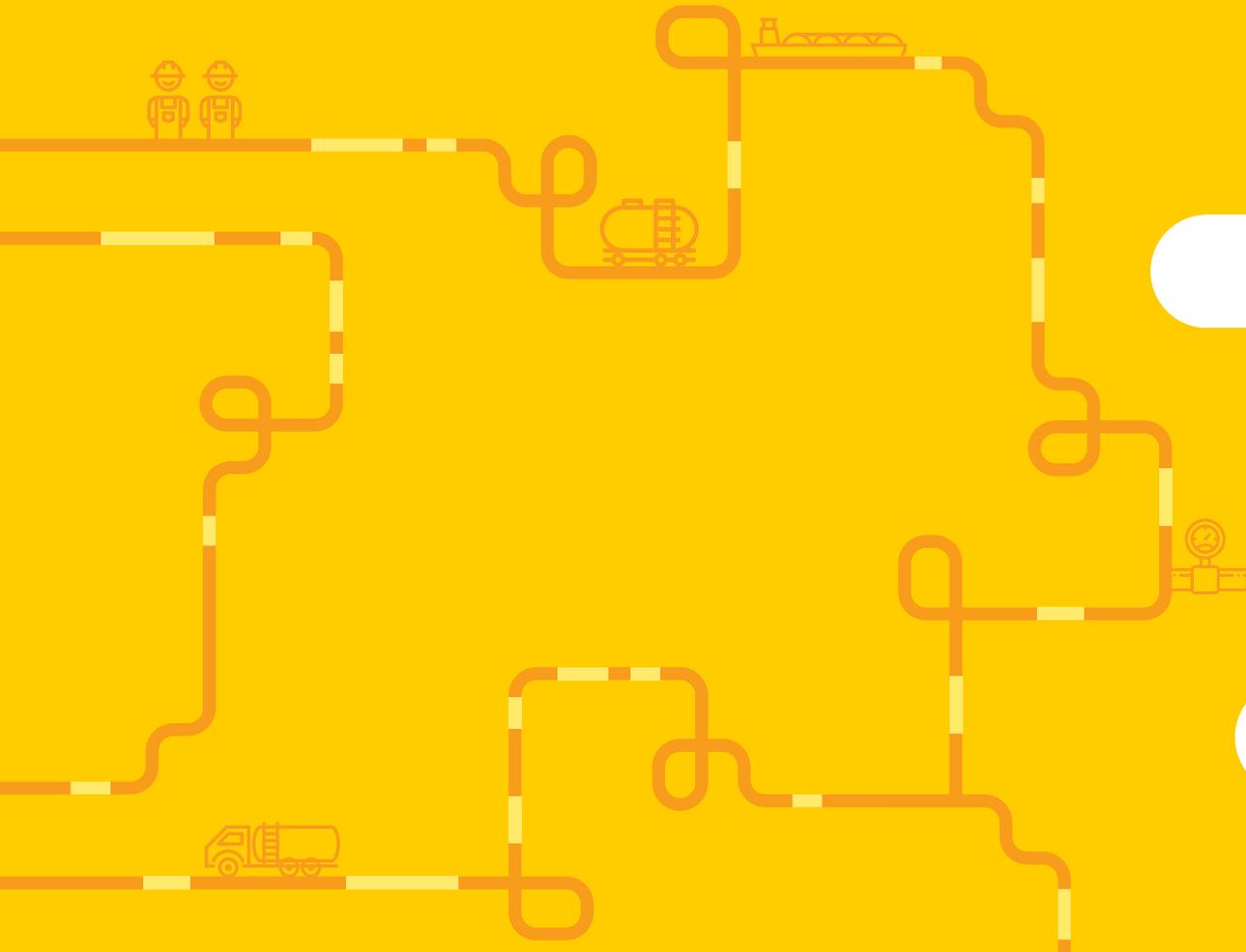


**LIPIGAS ENTRE LAS EMPRESAS CON MEJOR REPUTACIÓN EN CHILE:** La Compañía se ubicó entre las 10 compañías con mejor reputación según el estudio Rep Track® que Reputation Institute realizó en Chile. La Compañía se situó en el décimo lugar de este ranking que midió a 100 empresas con presencia en el país.



**LIPIGAS ENTRE LAS DIEZ "BEST COMPANY FOR EMPLOYEE FINANCIAL FUTURE":** Tras participar en un estudio realizado por Principal Financial Group y la consultora People First, Lipigas se ubicó entre las 10 mejores empresas comprometidas con el bienestar y futuro financiero de sus trabajadores.

# PRINCIPIOS DE SUSTENTABILIDAD Y DESEMPEÑO DE LA COMPAÑÍA



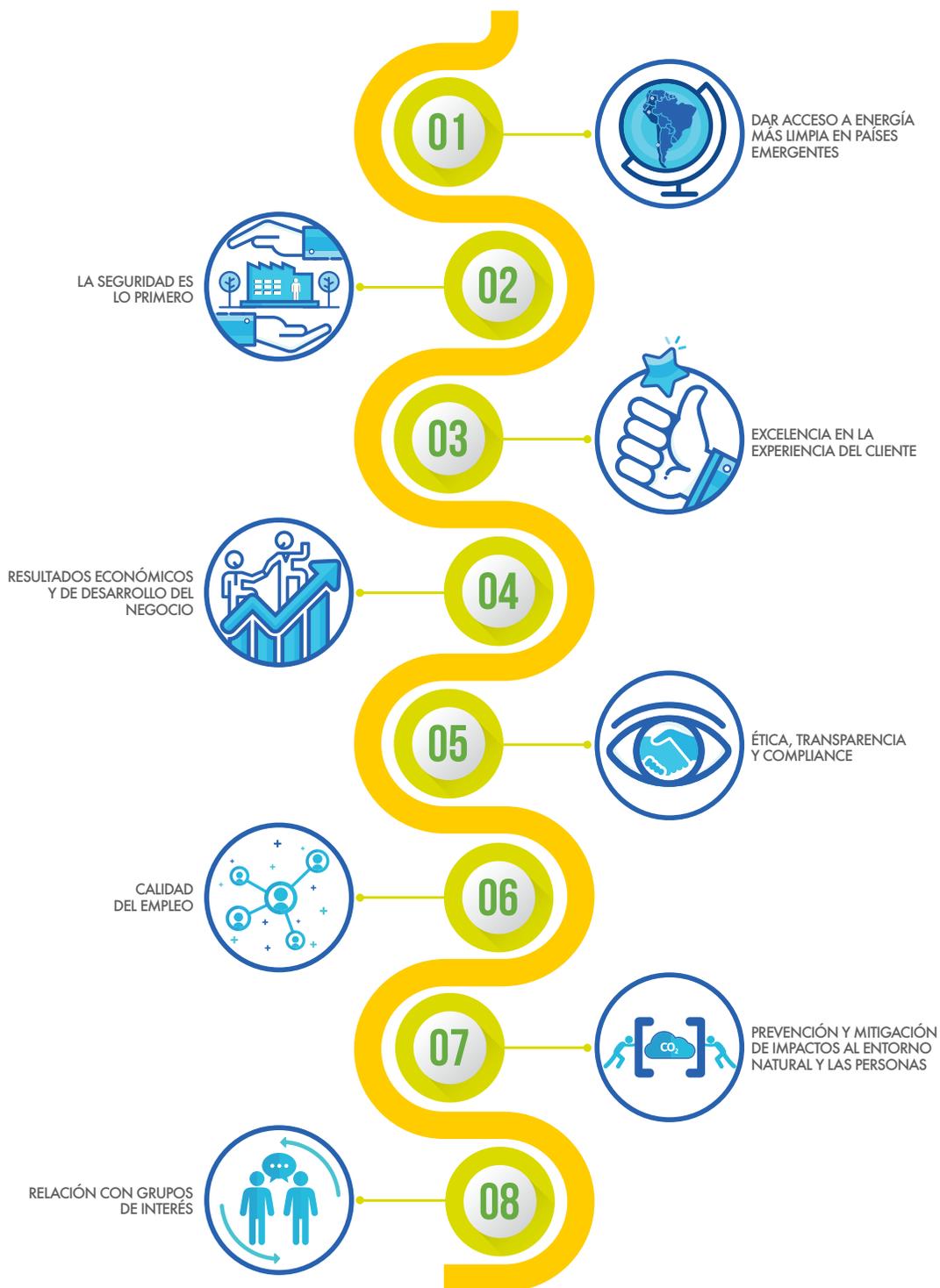
## PRINCIPIOS DE SUSTENTABILIDAD Y DESEMPEÑO DE LA COMPAÑÍA

El proceso de actualización de los principios de sustentabilidad se realizó durante 2016, con el fin de contar con compromisos que tuvieran coherencia con la etapa en que actualmente se encuentra la Compañía.

Todo esto sobre la base del propósito que nos mueve como empresa, que es dar acceso a soluciones energéticas a sociedades emergentes, mejorando la calidad de vida en los países donde operamos.

Se efectuó un proceso en el cual se recogieron los principales elementos y valores que conducen nuestra gestión, definiendo áreas temáticas de trabajo, a la cual se integraron representantes de las distintas gerencias, definiendo el compromiso con cada uno de ellos y el alcance que tendrían.

Es importante considerar que, si bien los principios definidos son comunes a los 3 países, cada uno ha comenzado a definir sus propios objetivos para cada principio, teniendo en cuenta su estado de avance y las prioridades de cada operación.





## **PRINCIPIO 1 DAR ACCESO A ENERGÍA MÁS LIMPIA EN PAÍSES EMERGENTES**

**Entregar productos y servicios que faciliten el acceso a energías más limpias en relación a otras de menor calidad, usadas a nivel domiciliario, comercial e industrial en países emergentes (leña, carbón, parafina, petróleo), mejorando así la calidad de vida de sus habitantes, su entorno y sus posibilidades de desarrollo sustentable.**

Para responder a este principio, la Compañía trabaja en la diversificación de la oferta de productos y/o servicios para proveer energía, además de ampliar la cobertura de provisión de soluciones de gas en sectores y segmentos nuevos.

De esta forma, los productos de Lipigas, especialmente el gas licuado de petróleo se destaca como una real alternativa para la sustitución de combustibles como la leña, a fin de contribuir a reducir los impactos sobre el medioambiente.

### **EN 2016, SE PRODUJERON LOS SIGUIENTES HITOS EN RELACIÓN CON ESTE PROPÓSITO:**

#### **► Expansión de redes de gas natural**

- Ampliación de la red en Calama, Región de Antofagasta e inicio de obras en Osorno y Puerto Montt.
- Obtención de concesiones para la distribución de gas natural por red en comunas de 5 regiones de Chile.

#### **► Se finaliza la tramitación para Instalación de Pequeño Medio de Generación Distribuida (PMGD) de 6 MW de potencia en Concón:**

Funcionará con gas natural licuado (GNL) y como respaldo a la red de distribución local, reemplazando a centrales que funcionan con diésel.

- Adquisición de Limagas Natural en Perú: empresa dedicada a la distribución de gas natural comprimido (GNC) a clientes industriales alejados de gasoductos y estaciones de servicio.

- Creación de nueva filial en Colombia Red Nova SAS ESP: su objeto será el desarrollo del negocio de la distribución de gas por redes en diferentes municipios del país, donde la Compañía opera desde 2010, a través de Chilco y sus marcas GasPaís y Lidergas.

- En Colombia, durante el año 2016, la Compañía amplió su cobertura al iniciar el proceso de entrada en el departamento de Nariño, en el suroeste del país, sobre la frontera con Ecuador, que cuenta con 64 municipios y un total estimado de más de 508 mil hogares.





## PRINCIPIO 2 LA SEGURIDAD ES PRIMERO

Este compromiso apunta a resguardar la seguridad y salud de las personas en las operaciones actuales y nuevos proyectos: mantener operaciones e instalaciones seguras y una efectiva preparación y respuesta frente a catástrofes naturales como incendios, terremotos, inundaciones o similares.

El bienestar de los colaboradores tanto de la propia compañía como de empresas contratistas de Lipigas es una fuerte preocupación dado nuestro compromiso con el cuidado de las personas, como asimismo por la gran influencia que la accidentabilidad tiene en la rentabilidad del negocio.

Por ello, se procura mantener los indicadores de salud y seguridad estables y para que esto ocurra, todos los miembros de la empresa - incluidos los sindicatos y trabajadores - son involucrados en acciones preventivas y de autocuidado.

En Chile, durante 2016 se realizó un levantamiento de riesgos industriales en las instalaciones de la Compañía. Para 2017, uno de los desafíos es avanzar en hacer más eficientes los procesos que contribuyan a incrementar la seguridad operacional.

Además, se trabajó en un sistema de gestión de seguridad de empresas contratistas en colaboración con la Gerencia de Personas y el Área de Compras y Gestión de Proveedores, iniciativa a la que se incorporaron 140 empresas que en total representan más de 1.300 trabajadores.

Con una cobertura mensual de un 95%, una red de expertos de prevención de riesgos realiza evaluaciones permanentes de surtidores de gas vehicular y otras instalaciones.

En el ámbito de la salud la mayor exposición está asociada a la variable ruido generándose problemas de sordera ocupacional.

## Tasa de accidentabilidad por cada 100 trabajadores (indicador anual)



**CHILE**  
2015: 2,3  
2016: 2,4



**COLOMBIA**  
2015: 5,7  
2016: 1,6



**PERÚ LIMAGAS**  
2015: 1,5/2016: 0,4  
**PERÚ LIMAGAS NATURAL**  
2015: N/A/2016: 2,1

## ESTAMOS CERTIFICADOS

### PERÚ

Lima Gas cuenta con certificación OHSAS en las plantas de Arequipa y Trujillo, desde 2014 y 2015, respectivamente, finalizando las gestiones para su implementación a fines de 2016, en las instalaciones de Callao, Juliaca y Piura.

### COLOMBIA

En 2016 se materializó la recertificación de 13 plantas de envasado en el Reglamento Técnico (Resol. 180581). Asimismo, Chilco mantiene certificación en ISO 9001:2008 de sistema de gestión de calidad, para toda la organización, manejado a través del software ISOtools.



### CHILE

En diciembre de 2016, Lipigas concretó la certificación de la totalidad de sus instalaciones de mayor tamaño bajo la norma OHSAS 18.001: 2007 de Gestión de Salud y Seguridad del Trabajo. De esta forma, se logró la meta impuesta de que las 14 plantas que reúnen las principales operaciones y el mayor número de personas cuenten con esta metodología que permite la implementación de un Sistema Integrado de Gestión para la Seguridad. La certificación estuvo a cargo de ABS Quality Evaluations, que actuó como auditor externo del proceso, a través de auditorías al sistema de gestión. Además, las plantas de Antofagasta, Coquimbo, Concón y Rancagua, cuentan con certificación ISO 14.001 sobre medioambiente, ratificadas también a fines de 2016.

En Chile, Lipigas cuenta con 6 Comités Paritarios de Higiene y seguridad los que se componen de 12 trabajadores:

- 6 miembros representantes de la empresa o patronales de la instalación (3 titulares + 3 suplentes).
- 6 miembros representantes de los trabajadores (elegidos) de la instalación (3 titulares + 3 suplentes).

Estos comites se encuentran constituidos en:

Planta Antofagasta

Planta Concón

Planta Maipú

Planta Rancagua

Apoquindo

Planta Lengua



### PRINCIPIO 3 EXCELENCIA EN LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Ofrecer soluciones, productos y servicios que agreguen valor a cada segmento de clientes, asegurando que éstos sean de excelencia.

En 2016, Lipigas aplicó en Chile, encuestas de satisfacción para conocer la opinión y vinculación con sus clientes, a la vez de utilizar esta información en mejorar continuamente.

El Net Promoter Score (NPS) es una herramienta que permite saber el grado de satisfacción de los clientes ante la marca, además de conocer su intención de ser un promotor de ésta a otros actuales o potenciales usuarios.

Esta encuesta se realizó a 1.219 personas, con los siguientes resultados:

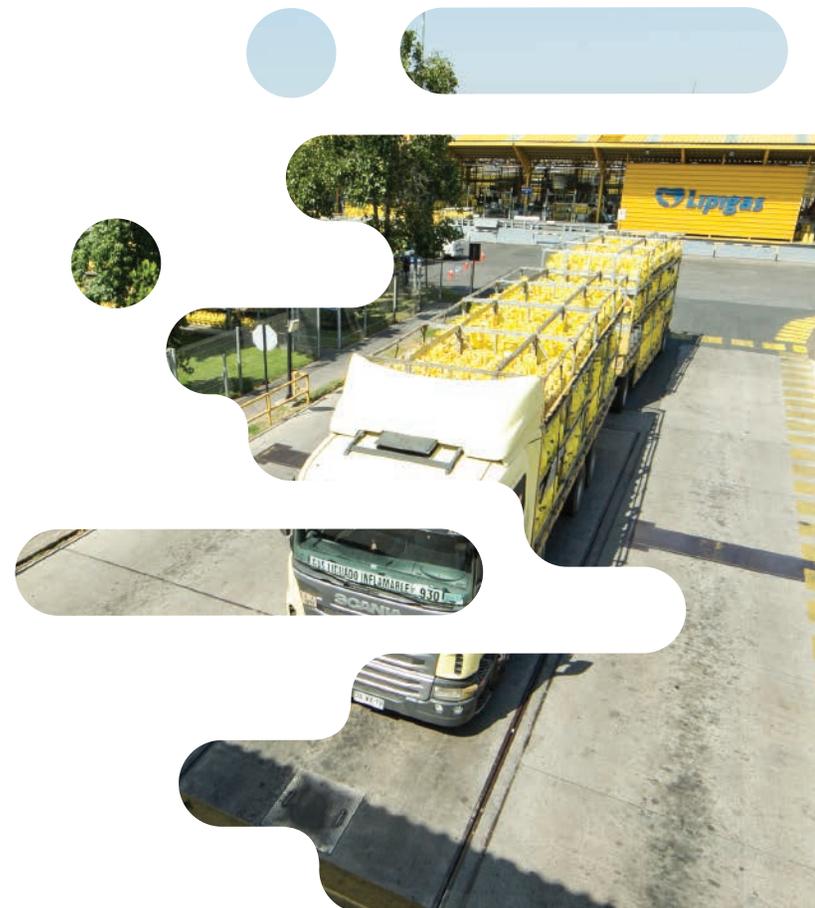
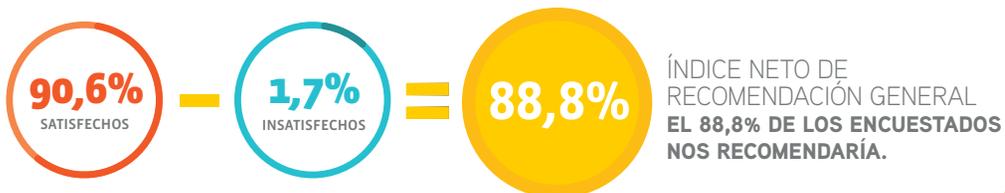
#### INDICADORES DE LA EXPERIENCIA

¿RECOMENDARÍA LIPIGAS A UN AMIGO, FAMILIAR, COMPAÑERO O COLEGA?



#### INDICADORES DE LA EXPERIENCIA

SU NIVEL DE SATISFACCIÓN GENERAL CON EL SERVICIO DE LIPIGAS



# CULTURA DE LA INNOVACIÓN EN LIPIGAS

Respondiendo al principio 3, la Compañía desarrolla una serie de iniciativas para satisfacer de mejor manera a sus clientes tanto residenciales como industriales. Para ello, Lipigas está fuertemente enfocada en la gestión de la innovación, con la implementación de espacios para la generación de nuevos proyectos orientados a 4 focos: seguridad, experiencia de cliente, eficiencia y aumento de ventas.

Para ello, a nivel interno se realizan diversas acciones y actividades, en que participa toda la Compañía: talleres, charlas, conversaciones con invitados destacados en distintos rubros son organizadas periódicamente para los colaboradores.

Asimismo, desde 2016, Lipigas es parte del Centro de Innovación de la Universidad Católica. Esta alianza nos permitirá nutrirnos de los conocimientos y las discusiones que se generan al interior de este centro y utilizar ese saber en la creación de nuevos productos o servicios en beneficio de nuestros clientes.

## INNOVACIÓN EN PROCESOS

La innovación en Lipigas también está orientada a la mejora de los procesos tanto internos como externos.

A nivel de procesos internos, se han incorporado mejoras y automatizaciones a procesos que anteriormente se realizaban de manera manual. Un ejemplo de ello en Chile, es implementación del sistema de rendiciones de gastos en línea, el cual simplifica y hace más ágil este tipo de trámites al interior de la organización.

En el caso de los procesos externos, se busca mejorar la calidad de atención y los servicios a los clientes, a través de sistemas digitales que les permitan acceder a información o productos más fácilmente.

### ► Aumento de la distribución directa

Durante 2016, se trabajó fuertemente en el aumento de la distribución directa. Esto ha permitido una mayor cercanía de la Compañía con sus clientes y la entrega de un mejor servicio.

Esto complementa un nuevo modelo de negocio que la Compañía ha implementado, en que se ha asesorado, apoyado y evaluado a los distribuidores, obteniendo mejores registros de las operaciones, mediante la digitalización de los registros de las mismas.

### ► Generación y envío de garantías por correo electrónico

Con este sistema, el cliente recibe en el email la garantía de su cilindro, a la cual puede acceder cuando desee, simplificando el procedimiento que implica la devolución de la misma cuando sea necesario.

### ► Nuevo modelo de atención de clientes

En Chile, se ha fortalecido el sistema de atención a través de una sucursal virtual y módulos de auto-atención en plantas.



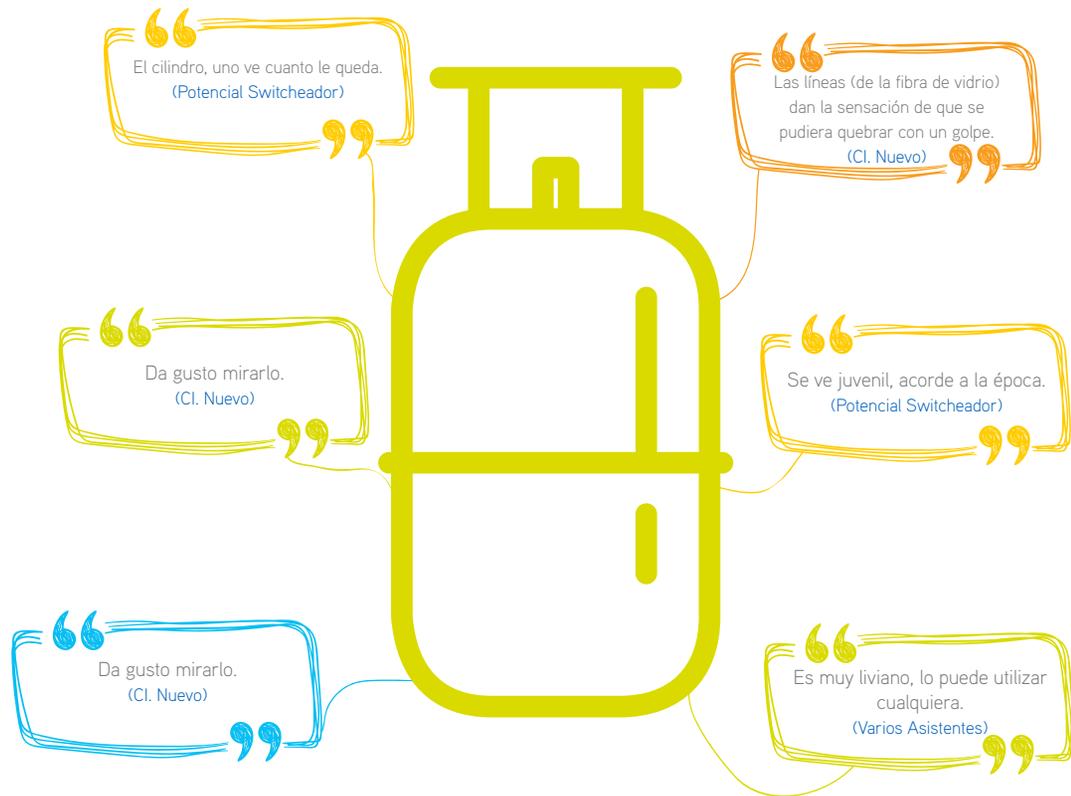
# INNOVACIÓN EN PRODUCTOS

Durante 2016, se lanzó Lipigas Plus, la primera innovación en el mercado del GLP envasado de los últimos 40 años, en Chile.

Se trata de un cilindro translúcido que permite al usuario ver el contenido y así controlar la cantidad a su disposición, además de ser igualmente seguro, pero más liviano y más cómodo de transportar que los corrientes.

A la fecha, el cilindro es utilizado por alrededor de 7 mil hogares de 15 comunas de la Región Metropolitana.

- LO ESPEJO
- CERRO NAVIA
- PUDAHUEL
- QUILICURA
- SAN RAMÓN
- CONCHALÍ
- MAIPÚ
- LA FLORIDA
- EL BOSQUE
- RECOLETA
- CERRILLOS
- LA CISTERNA
- HUECHURABA
- RENCA
- LO PRADO
- PUENTE ALTO
- LA PINTANA





#### PRINCIPIO 4 RESULTADOS ECONÓMICOS Y DE DESARROLLO DEL NEGOCIO

Diseñar objetivos estratégicos que resguarden los valores de Lipigas, permitan el desarrollo de largo plazo de la Compañía y se adecúen dinámicamente a las cambiantes condiciones del entorno; y asegurar su cumplimiento.

Al 31 de diciembre de 2016, Empresas Lipigas S.A. registró una ganancia después de impuestos de 38.738 MM\$, con un incremento de 2.618 MM\$ (7,2%), respecto a los 36.120 MM\$ registrados en el año anterior. El EBITDA generado en 2016 fue de CLP 78.118 millones y estuvo levemente por debajo al del año anterior de CLP 79.046 millones.

Este resultado fue generado por un mayor margen bruto de 11.395 MM\$, con un aumento de 6,7% respecto al ejercicio anterior, originado por aumento del margen bruto en Chile y Perú.

El volumen de ventas consolidadas en toneladas equivalentes de GLP, incluyendo las ventas de gas natural, gas natural comprimido y gas natural licuado, crece un 14,6% comparado con 2015. El volumen de ventas de gas licuado (GLP) acumulado a diciembre de 2016 comparado con el año anterior, aumenta en un 3,7% equivalente a 23.809 toneladas. En Chile, el volumen de GLP crece en 3,9 %, en Colombia disminuye levemente en 0,2% y en Perú crece en 5,1%.

Los ingresos consolidados 2016 de Empresas Lipigas fueron de CLP 406.208 millones. La concentración de dichos ingresos está dada en el producto GLP, el cual representa más del 93% de los ingresos totales.

Los gastos operacionales consolidados aumentaron un 13,7% (CLP 12.410 millones) en relación a 2015, producto de un aumento en sueldos y salarios, fletes, mantenciones y otros gastos. La mayor parte de este incremento (CLP 8.190 millones) corresponden a la incorporación de la operación de ventas de gas natural comprimido en Perú.



**VOLUMEN DE VENTA<sup>2</sup>**  
(MILES DE TONELADAS  
EQUIVALENTES GLP)

**460,7**

**INGRESOS**  
(MILLONES DE CLP)

**282.795**

**EBIDTA**  
(MILLONES DE CLP)

**66.201**

**TOTAL  
VOLUMEN DE VENTA  
(2:GLP+GN = TONELADAS  
EQUIVALENTES)**

**758,7**



**VOLUMEN DE VENTA<sup>2</sup>**  
(MILES DE TONELADAS  
EQUIVALENTES GLP)

**78,9**

**INGRESOS**  
(MILLONES DE CLP)

**35.688**

**EBIDTA**  
(MILLONES DE CLP)

**5.322**

**TOTAL  
INGRESOS DE  
MILLONES DE (CLP)**

**406.208**



**VOLUMEN DE VENTA<sup>2</sup>**  
(MILES DE TONELADAS  
EQUIVALENTES GLP)

**151,7**

**INGRESOS**  
(MILLONES DE CLP)

**87.725**

**EBIDTA**  
(MILLONES DE CLP)

**6.596**

**TOTAL  
EBIDTA  
MILLONES DE (CLP)**

**78.118**

Para más información ver Memoria Financiera 2016.

[www.lipigas.com](http://www.lipigas.com)

- 1.- Ingresos de actividades ordinarias y otros ingresos por función menos costos y gastos (sin incluir depreciaciones ni amortizaciones).
- 2.- Suma de ventas de GLP, más gas natural en todos sus formatos.



## PRINCIPIO 5 ÉTICA, TRANSPARENCIA Y COMPLIANCE

Promover el cumplimiento de las leyes y normativas vigentes en los países en los que opera Lipigas, así como los compromisos asumidos voluntariamente, en relación a la ética, compliance y governance.

Promover el cumplimiento del Código de Conducta y reglamentos internos de la Compañía en todos los niveles de la organización.

Mantener un Gobierno Corporativo acorde al entorno del negocio y los países donde operamos.

Cada operación donde Lipigas está presente cuenta con su Código de Ética y Buenas Prácticas, elaborado con la participación de colaboradores pertenecientes a diversos estamentos de la Compañía y basados en sus principales valores de cuidado de las personas, respeto de los grupos de interés y transparencia en la manera de hacer negocios de manera ética y socialmente responsable.

Cada Código de Ética busca ser una guía clara para la toma de decisiones y un marco de acción frente a los clientes, proveedores, socios comerciales, colaboradores y todas aquellas personas que se vinculan a diario con la Compañía.

Empresas Lipigas promueve el conocimiento y cumplimiento de los códigos de conducta entre sus colaboradores, a través de la capacitación permanente, que se inicia al momento en que cada uno ingresa a la empresa y realiza su plan de inducción.

Los códigos de conducta de cada una de las empresas del Grupo, se encuentran en:

[WWW.LIPIGAS.COM/EMPRESAS-LIPIGAS/CODIGO-DE-ETICA](http://WWW.LIPIGAS.COM/EMPRESAS-LIPIGAS/CODIGO-DE-ETICA)





## PRINCIPIO 6 CALIDAD DEL EMPLEO

Propiciar un clima laboral motivador y de trabajo en equipo al interior de la Compañía.

Resguardar el cumplimiento laboral en la red de contratistas, transportistas y distribuidores.

### CLIMA LABORAL

Generar espacios de crecimiento para las personas y su negocio, es un desafío permanente para Lipigas. Para lograrlo, un clima laboral favorable, es clave. Se trata de un trabajo sistemático que se gestiona atendiendo diversos aspectos de la cultura de la empresa, en el cual se hace necesaria la participación de todos sus miembros.

En Chile, por casi una década el clima laboral se mide a través de la encuesta Trust Index® de Great Place to Work, con mejoras sostenidas año a año (en 2016 Lipigas se ubicó en el lugar 14 del ranking de las mejores empresas para trabajar en Chile), mientras que por primera vez Lima Gas aplicó el mismo instrumento, con el fin de iniciar la gestión de aquellos aspectos que la medición indica trabajar con mayor énfasis.

### FORMACIÓN Y DESARROLLO

También como parte del propósito de promover espacios motivadores, que contribuyan al desarrollo de las personas, la capacitación y formación en diversas temáticas es fundamental. Junto a programas que buscan profundizar el conocimiento de los trabajadores en aspectos técnicos del negocio, normativa y seguridad, también se ofrecen alternativas de formación en liderazgo y otras materias para cada cargo específico.

En Chile, se cuenta con una malla de formación que contempla cursos de integración, específicos del cargo, y un programa de liderazgo. Los principales temas que se abordan se relacionan con aspectos legales y éticos, el valor de seguridad y materias técnicas vinculadas al negocio.

En Perú, Lima Gas orientó gran parte de su programa de capacitación a la mejora de competencias de trabajo en equipo y comunicación, como asimismo a competencias técnicas en el ámbito de la seguridad.

En Colombia, Chilco realizó un programa de inducción destinado a todos los colaboradores que ingresaron de manera directa a la compañía, así como también a quienes laboran en los distritos.



#### Chile

#### Capacitación 2015 - 2016

Nº de horas promedio de capacitación

2015: 76,3 - 2016: 25,58



#### Colombia

#### Capacitación 2015 - 2016

Nº de horas promedio de capacitación

2015: 29 - 2016: 90



#### Perú

#### LimaGas Natural (\*Neogas)

#### Capacitación 2015 - 2016

Nº de horas promedio de capacitación

2015: n/a - 2016: 16,5



#### Perú

#### Lima Gas

#### Capacitación 2015 - 2016

Nº de horas promedio de capacitación

2015: 17,45 - 2016: 16,56



## RELACIONES LABORALES Y CALIDAD DE EMPLEO

La calidad en el empleo es uno de los compromisos que Lipigas asume en cada una de sus operaciones, el cumplimiento de la legalidad vigente en materia laboral, así como también el desarrollo de buenas prácticas que se traduzcan en relaciones laborales de confianza, basadas en el diálogo permanente y la generación de confianzas.



### Chile

#### Relaciones laborales 2015 - 2016

Nº de sindicatos

2015: 3 - 2016: 3

% de sindicalización respecto de dotación total

2015: 54% - 2016: 56%

En Chile, la empresa cuenta con tres sindicatos (Norte, Región Metropolitana y Sur), que en total reúnen al 56% de la dotación directa de la Compañía. En 2016, se concluyó de manera exitosa y anticipada la negociación colectiva con el Sindicato de la Zona Sur, renovando su convenio colectivo hasta el 1º de diciembre de 2019.



### Colombia

#### Relaciones laborales 2015 - 2016

Chilco no cuenta con sindicato propio, sin embargo, el 1% de su dotación se encuentra afiliado a la Unión Sindical Obrera de la Industria del Petróleo (USO) de este país.



### Perú

#### Limagas Natural y Lima Gas

#### Relaciones laborales 2015 - 2016

En Perú, Lima Gas cuenta con un sindicato, al cual se encuentra afiliado el 8% de la dotación directa de la empresa, mientras que Limagas Natural no tiene sindicato constituido.

## CALIDAD DE VIDA PARA NUESTROS TRABAJADORES

### Chile:

En su compromiso de brindar oportunidades de desarrollo a los trabajadores y sus familias, Lipigas cuenta en Chile con un robusto sistema de beneficios -que se suman a los que habitualmente se entregan, como alimentación, traslado, vestuario, entre otros- y una Política de Conciliación Vida-Trabajo que considera una serie de prácticas, entre las cuales se destacan:

- Política de conciliación vida-trabajo: busca brindar las condiciones apropiadas que ambos ámbitos sean compatibles. Esta política propende hacia la igualdad entre hombres y mujeres, ya que considera beneficios tanto para madres como también para padres (ver recuadro). Además, se consideran permisos flexibles adicionales al feriado legal que las personas pueden utilizar en actividades personales o familiares.

- Programa de mejoramiento habitacional: permite la entrega anual de subsidios y préstamos para compra o mejoramiento de viviendas.
- Beneficios en salud: considera seguro de salud, dental y catastrófico, chequeos médicos preventivos gratuitos, plan de vacunaciones, entrega de fruta quincenal.
- Fomento al deporte y vida sana: a través de proyectos deportivos locales, realización de Olimpiadas, gimnasia de pausa y convenios con gimnasios a precios preferenciales y con aporte de la empresa.
- Educación y desarrollo: entrega de becas para trabajadores y sus familias, para nivelación de estudios, enseñanza media técnico profesional, estudios superiores en universidades, institutos y centros de formación técnica, cursos de especialización y post-gradados. También se entrega un apoyo a familias con necesidades especiales y otros que apuntan al desarrollo de los trabajadores y sus familias.

#### Beneficios Política Conciliación Vida-Trabajo

Para madres trabajadoras	<p><b>Salida anticipada desde el 5º mes de embarazo (1 hora antes de su horario habitual)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pago del 100% de remuneración (sin tope)</li> <li>• Pago de bono de productividad que excluye licencias extendidas por otros motivos</li> <li>• 1 hora adicional al amamantamiento legal por 8 semanas</li> <li>• Pago Sala Cuna hasta los 2 años + movilización</li> </ul>
Para padres trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dos días adicionales de postnatal, que se agregan a los 5 días que establece la ley</li> </ul>
Para padres y madres trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Orientación en trámites de nacimiento (seguro salud, caja de compensación y procedimientos internos)</li> <li>• Regalo para recién nacido</li> </ul>

#### Perú:

En Perú, también se han implementado una serie de beneficios que buscan aportar a la construcción de un empleo de calidad. Entre los más destacados encontramos un seguro médico y seguro contra accidentes, la implementación de una modalidad de permisos flexibles llamados Limapuntos y de la plataforma Vive Lima Gas, mediante la cual los colaboradores se mantienen informados de los distintos planes y programas disponibles para ellos.

#### Lima Gas recibe certificación ABE (Asociación de Buenos Empleadores)

En 2016 Lima Gas fue reconocida por la Asociación de Buenos Empleadores, la cual promueve la responsabilidad social laboral y agrupa a 218 empresas del Perú.

La certificación es entregada luego de una auditoría realizada a las buenas prácticas de la empresa por el organismo externo SGS. Tiene una duración de dos años, tras lo cual se debe recertificar a partir de las mejoras y programas que se vayan implementando.

#### Colombia:

Además de los diversos beneficios que se entregan a los trabajadores, Colombia ha centrado su trabajo en reforzar la construcción de su cultura organizacional, a través de un proceso de sensibilización basado en 5 comportamientos claves de éxito, a través de un proceso dinámico, lúdico y participativo, en el cual los líderes se convierten en los protagonistas del proceso. En 2016, el comportamiento que se trabajó fue "Hacer el que las cosas pasen", el cual busca promover en la organización un liderazgo movilizador que permita y facilite el cumplimiento de los objetivos de la empresa.



**PRINCIPIO 7**  
**PREVENCIÓN Y MITIGACIÓN DE**  
**IMPACTOS AL ENTORNO NATURAL**  
**Y LAS PERSONAS**

Identificar y gestionar los impactos ambientales en toda la cadena de negocios.

Desarrollar soluciones y servicios que agreguen valor ambiental a los clientes industriales (eficiencia energética y reducción de emisiones).

**SOLUCIONES Y SERVICIOS PARA GRANDES CLIENTES**

Durante 2016, fue posible medir la reducción estimada de la Huella de Carbono que registraron los clientes que se cambiaron al GNL, gracias a la propuesta de servicio energético hecha por Lipigas. Se calcula que se redujeron más de 9.000 toneladas de CO<sub>2</sub> el año pasado.



COMBUSTIBLE ORIGINAL	Nº DE CLIENTES ASESORADOS EN CAMBIO DE COMBUSTIBLES	EMISIONES CO <sub>2</sub> [TON/AÑO] COMBUSTIBLE ORIGINAL	EMISIONES CO <sub>2</sub> [TON/AÑO] CAMBIO A GNL	DESPLAZAMIENTO CO <sub>2</sub> [TON/AÑO]	% DISMINUCIÓN EMISIÓN SEGÚN COMBUSTIBLE
GAS LICUADO DE PETRÓLEO	5	25.482	22.655	2.827	<b>11%</b>
DIESEL	3	18.934	14.355	4.579	<b>24%</b>
FUEL OIL Nº 6	2	6.597	4.806	1.791	<b>27%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>51.013</b>	<b>41.816</b>	<b>9.197</b>	



## PRINCIPIO 8 RELACIÓN CON GRUPOS DE INTERÉS

Establecer canales de diálogo y comunicación transparente y oportuna con los grupos de interés, que permita construir relaciones de confianza y mutuo beneficio, y a la vez anticipar posibles riesgos que afecten a la Compañía.

### PROCESO DE PARTICIPACIÓN TEMPRANA EN CHILE

Con la obtención de las concesiones y autorizaciones correspondientes para la realización de las obras de distribución de gas natural por red en las ciudades de Puerto Montt y Osorno, la Compañía desarrolló un proceso de participación ciudadana temprana con diversos grupos de interés, con el objetivo principal de informar y sensibilizar sobre los alcances del proyecto, sus impactos, las externalidades potenciales y los beneficios de la diversificación y ampliación de la oferta energética.

La primera experiencia de este tipo para la Compañía, realizada en Calama, se replicó en las ciudades del sur de Chile. En ambos casos, Lipigas programó realizar reuniones con autoridades locales (alcaldes, Directores Regionales de SEC, SERVIU, MOP y Seremis de Energía) a fin de:

La segunda etapa comprendió masificación de la información a la comunidad en general, mostrando disposición al diálogo, procedimientos claros y entrega de información que facilitara la adhesión al proyecto, a través de:



### REUNIONES CON ASAMBLEAS DE COPROPIETARIOS



### PUERTA A PUERTA DE EJECUTIVOS

Con los vecinos y potenciales nuevos clientes, la empresa se comprometió a actuar de manera transparente, entregando información continua acerca de los lugares a ser intervenidos, fechas y horarios de las obras, reposición de veredas y bienes de uso público. Se realizó un respaldo fotográfico del antes y el después de los trabajos, entre otras medidas, tales como un sistema de atención directa ante posibles reclamos y sugerencias por parte de un ejecutivo exclusivamente destinado para esos efectos, dando a cada vecino su número celular y correo electrónico para facilitar el contacto.



## COMPROMISO SOCIAL EN LOS PAÍSES DONDE OPERAMOS



Fondo Concursable “ComunidadMujer”: Por tercer año consecutivo, Lipigas fue auspiciador del Fondo Concursable “Capital Social para la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres”. En la versión 2016 se recibieron 175 postulaciones de diversos puntos del país, de las cuales el jurado – integrado también por el presidente del Directorio, Juan Manuel Santa Cruz– seleccionó seis proyectos ganadores.

### CALOR DE HOGAR:

A fines de 2016, se llevó a cabo esta campaña, impulsada junto a la Fundación Stuka, con el fin de promover la adopción y tenencia responsable de perros que habitan en la calle. La acción contempló una serie de videos con historias de personas que optaron por cuidar y proteger a estos animales en sus hogares. La campaña también incluyó una jornada de adopción canina.

### PROGRAMA DE EDUCACIÓN SOCIAL Y MUSEO INCLUYENTE MAVI:

Durante 2016, la contribución que realiza la Compañía permitió el desarrollo del programa de Educación Social, a través del cual 2.142 estudiantes y profesores de los 12 establecimientos de la Fundación Belén Educa en la Región Metropolitana, participaron de más de 1.600 experiencias culturales en las instalaciones del Museo en la Plaza del Multo Gil, ubicada en el Barrio Lastarria de Santiago. Adicionalmente, “Museo Inuyente” MAVI lleva a cabo diversas iniciativas, entre las cuales destaca el “Té para el Arte”, el cual se desarrolla junto al Servicio Nacional del Adulto Mayor y consiste en reuniones semanales de personas de la tercera edad que se reúnen para visitar las exposiciones y tener conversaciones en torno a éstas, llegando en 2016 a más de 1.400 beneficiarios. Asimismo, destaca el programa de educación inclusiva que permitió a través de material táctil aplicado a 8 exposiciones, que personas sordas y ciegas pudieran acceder al arte, utilizando lenguaje braille y otras técnicas.

### COMPROMISO CON LA INCLUSIÓN:

Como parte de la política de inclusión, la Compañía se ha comprometido con organizaciones que trabajan con jóvenes y adultos con discapacidad cognitiva, contratando sus servicios de catering para actividades internas como capacitaciones y otros.



## COMPROMISO SOCIAL EN LOS PAÍSES DONDE OPERAMOS



### PERÚ

Lima Gas, apoyo a infancia en situación de vulnerabilidad social: la empresa ha orientado sus acciones de manera específica a distintas organizaciones sin fines de lucro dedicadas a apoyar a niños en situación de vulnerabilidad social, a través de la donación permanente de cargas de gas en cilindros para satisfacer necesidades de calefacción, cocción de alimentos y otras de niños en estado de abandono, como asimismo acciones de voluntariado corporativo, tales como visitas y actividades con niños enfermos de cáncer del programa “Encendiendo Sonrisas”.

Contratación de mano de obra local: Como parte del compromiso social con las comunidades donde lleva a cabo su actividad, Lima Gas privilegia la contratación de mano de obra local. El 45% de la dotación total es de las zonas donde la empresa mantiene sus operaciones.

Limagas Natural, apoyo a personas con discapacidad físico-motora: En adhesión al objetivo de la ONG San Juan de Dios de apoyar a la integración de las personas con discapacidad físico-motora, la Compañía contribuye con la compra de productos que son elaborados por la organización, apoyando de esta forma a su propósito de la inclusión social.

Vinculación con la comunidad: Como una forma de integrarse a la comunidad del Distrito de Lurín, donde se ubica la planta de compresión de gas natural, Limagas Natural participa activamente en la festividad anual de homenaje al Señor de los Milagros. Por intermedio de Papelera Nacional, cliente industrial de la empresa, también se apoya a la Agrupación Religiosa Punta Fuerza, en el Distrito de Paramonga, al norte de Lima.



## COMPROMISO SOCIAL EN LOS PAÍSES DONDE OPERAMOS



### COLOMBIA

Subsidios de GLP: Chilco participa como intermediario en la entrega de subsidios de GLP, aprobados por el Ministerio de Minas y Energía de Colombia para los estratos socioeconómicos 1 y 2, y comunidades indígenas en situación de vulnerabilidad. En 2016, Chilco ingresó a Ñarino, departamento esencialmente agrícola y ganadero, donde la mayoría de la población vive en zonas rurales. El número total de habitantes llegará pronto a los 2 millones, y el 11% de la población es indígena. El subsidio es entregado a los beneficiarios a través de la empresa comercializadora y/o distribuidora de GLP en cilindros, descontándose el precio de venta al público en el momento de la compra de gas. Para el estrato 1, el Estado subsidia el 50% del valor del cilindro; mientras que para el estrato 2, el 40%.



## MEMBRESÍAS

En Empresas Lipigas participamos en diversas asociaciones y organizaciones que nos vinculan con nuestro entorno, en los tres países donde se encuentran nuestras operaciones.



### EN CHILE:

- World LP Gas Association
- Asociación Iberoamericana de Gas Licuado Petróleo AIGLP
- Asociación Chilena de Gas Licuado A.G., GLP CHILE
- Fundación Acción Responsabilidad Social Empresarial
- Instituto Chileno de Administración Racional de Empresas, ICARE
- SOFOFA
- Cámara de Comercio de Santiago
- Asociación de Empresas de la V Región, ASIVA
- Fundación Libertad y Desarrollo
- Unión Social de Empresarios Cristianos Usec



### EN COLOMBIA:

- Gasnova, agremiación de comercializadores de GLP
- Cámara de Comercio Colombo-Chilena
- Cámara de Comercio de Colombia
- Asociación de Gestión Humana-ACRIP



### EN PERÚ:

- Sociedad Nacional de Minería, Energía y Petróleo
- Cámara de Comercio Peruano-Chilena
- Cámara de Comercio de Lima.
- Cámara de Comercio e Industrias de Arequipa.

# ÍNDICE GRI



# ÍNDICE GRI



DIMENSIÓN ECONÓMICA



DIMENSIÓN SOCIAL



DIMENSIÓN AMBIENTAL

## CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

ESTRATEGIA Y ANÁLISIS		UBICACIÓN EN EL REPORTE
G4-1	Declaración del responsable principal de las decisiones de la organización.	05
G4-2	Descripciones breves de los principales efectos, riesgos y oportunidades de la organización.	Estados Financieros 4T_16. Página 42 a 49 www.lipigas.com
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
G4-3	Nombre de la organización.	07
G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes.	08
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede central de la organización.	07
G4-6	Indique en cuántos países opera la organización.	07
G4-7	Describa la naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.	Memoria Financiera www.lipigas.com
G4-8	Indique de qué mercados se sirve.	09 y 10
G4-9	Determine el tamaño de la organización.	11 a 13
G4-10	Tamaño del colectivo de trabajadores (desglose).	11 a 13
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	33
G4-12	Describa la cadena de suministro de la organización.	09 y 10
G4-13	Comunique todo cambio significativo que haya tenido lugar durante el periodo objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad accionarial o la cadena de suministro de la organización.	21
G4-14	Indique cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución.	35
G4-15	Lista de las cartas, los principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado.	A la fecha no se ha firmado ninguna carta, principio u otra iniciativa de carácter económico, ambiental y social.
G4-16	Lista de las asociaciones y las organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece.	40
ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA		
G4-17	Lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados.	Memoria Financiera www.lipigas.com
G4-18	Proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto.	16
G4-19	Lista de los aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria.	16 a 19
G4-20	Indique la cobertura dentro de la organización de cada aspecto material.	16 a 19
G4-21	Indique la cobertura fuera de la organización de cada aspecto material.	16 a 19
G4-22	Describa las consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas.	No hubo reformulaciones
G4-23	Señale todo cambio significativo en el alcance y la cobertura de cada Aspecto con respecto a memorias anteriores.	No hubo cambios significativos

# ÍNDICE GRI



DIMENSIÓN ECONÓMICA



DIMENSIÓN SOCIAL



DIMENSIÓN AMBIENTAL

## CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		UBICACIÓN EN EL REPORTE
G4-24	Elabore una lista de los grupos de interés vinculados a la organización.	16
G4-25	Indique en qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja.	16 y 36
G4-26	Describa el enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés, incluida la frecuencia con que se colabora con los distintos tipos y grupos de partes interesadas.	16 y 36
G4-27	Señale qué cuestiones y problemas clave han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés y describa la evaluación hecha por la organización, entre otros aspectos mediante su memoria.	36
PERFIL DEL REPORTE		
G4-28	Periodo objeto de la memoria (por ejemplo, año fiscal o año calendario).	16
G4-29	Fecha de la última memoria.	16
G4-30	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	16
G4-31	Facilite un punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido de la memoria.	46
G4-32	Indique qué opción «de conformidad» con la Guía ha elegido la organización.	11
G4-33	Describa la política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria.	No se realiza verificación externa
GOBIERNO		
G4-34	Describa la estructura de gobierno de la organización, sin olvidar los comités del órgano superior de gobierno. Indique qué comités son responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales	15
ÉTICA E INTEGRIDAD		
G4-56	Describa los valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos.	31

# ÍNDICE GRI



DIMENSIÓN ECONÓMICA



DIMENSIÓN SOCIAL



DIMENSIÓN AMBIENTAL

## CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

CATEGORÍA - ECONÓMICA	UBICACIÓN EN EL REPORTE
Aspecto - Desempeño económico	
G4-EC1 Indique el valor económico directo generado y distribuido.	30
Aspecto - Consecuencias económicas indirectas	
G4-EC8 Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos.	Memoria Financiera <a href="http://www.lipigas.com">www.lipigas.com</a>

CATEGORÍA - MEDIO AMBIENTE	UBICACIÓN EN EL REPORTE
Aspecto - Emisiones	
G4-EN18 Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero	35

Aspecto - Productos y Servicios	
G4-EN27 Grado de mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios	35
Aspecto - Cumplimiento regulatorio	
G4-EN29 Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental	Estados Financieros al 4T_16, Nota 27. <a href="http://www.lipigas.com">www.lipigas.com</a>

# ÍNDICE GRI



DIMENSIÓN ECONÓMICA



DIMENSIÓN SOCIAL



DIMENSIÓN AMBIENTAL

## CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

CATEGORÍA SOCIAL		UBICACIÓN EN EL REPORTE
Subcategoría - Prácticas Laborales y Trabajo Digno		
G4-LA1	Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región	Memoria Financiera <a href="http://www.lipigas.com">www.lipigas.com</a>
G4-LA2	Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no se ofrecen a los empleados temporales o a media jornada, desglosadas por ubicaciones significativas de actividad	Todos los trabajadores reciben beneficios indistintamente
Subcategoría - Prácticas Laborales y Trabajo Digno		
G4-LA4	Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de estos en los convenios colectivos	33
Aspecto - Salud y seguridad en el trabajo		
G4-LA5	Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral	26
G4-LA6	Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo	26
Aspecto - Capacitación y educación		
G4-LA9	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral	32
G4-LA10	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales	32
G4-LA11	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional	32
Aspecto - Diversidad e igualdad de oportunidades		
G4-LA12	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad	11 a 13, y 15 Memoria Financiera <a href="http://www.lipigas.com">www.lipigas.com</a>

# ÍNDICE GRI



DIMENSIÓN ECONÓMICA



DIMENSIÓN SOCIAL



DIMENSIÓN AMBIENTAL

## CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

SUBCATEGORÍA – SOCIEDAD		UBICACIÓN EN EL REPORTE
Aspecto – Comunidades Locales		
G4-SO2	Centros de operaciones con efectos negativos significativos, posibles o reales, sobre las comunidades locales	36
SUBCATEGORÍA RESPONSABILIDAD SOBRE LOS PRODUCTOS		
Aspecto – Etiquetado de los productos o servicios		
G4-PR3	<p><b>a.</b> Indique si los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos requieren los siguientes datos: Origen de los componentes del producto o servicio, Contenido, especialmente en lo que respecta a sustancias que pueden tener cierto impacto ambiental o social, Instrucciones de seguridad del producto o servicio, Eliminación del producto e impacto ambiental o social, Otros (explíquense)</p> <p><b>b.</b> Indique qué porcentaje de categorías de productos y servicios significativos están sujetas a los procedimientos de evaluación de la conformidad con tales procedimientos</p>	9 y 10 Memoria Financiera <a href="http://www.lipigas.com">www.lipigas.com</a>
G4-PR5	<p><b>a.</b> Facilite los resultados o las conclusiones principales de las encuestas de satisfacción de los clientes (basados en muestras estadísticamente relevantes) que se hayan realizado en el periodo objeto de la memoria sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- la organización en su conjunto;</li> <li>- una categoría principal de productos o servicios; y</li> <li>- centros de operaciones significativos</li> </ul>	27 a 29



**EMPRESAS *LIPIGAS***

## REPORTE DE SUSTENTABILIDAD 2016

### **CONTACTO**

**Mylene Iribarne Friedman**

Gerente de Personas

✉ 56 22 650 35 10

📞 miribarne@lipigas.cl

[www.lipigas.com](http://www.lipigas.com)

Asesoría en contenidos y GRI: Confiar SPA

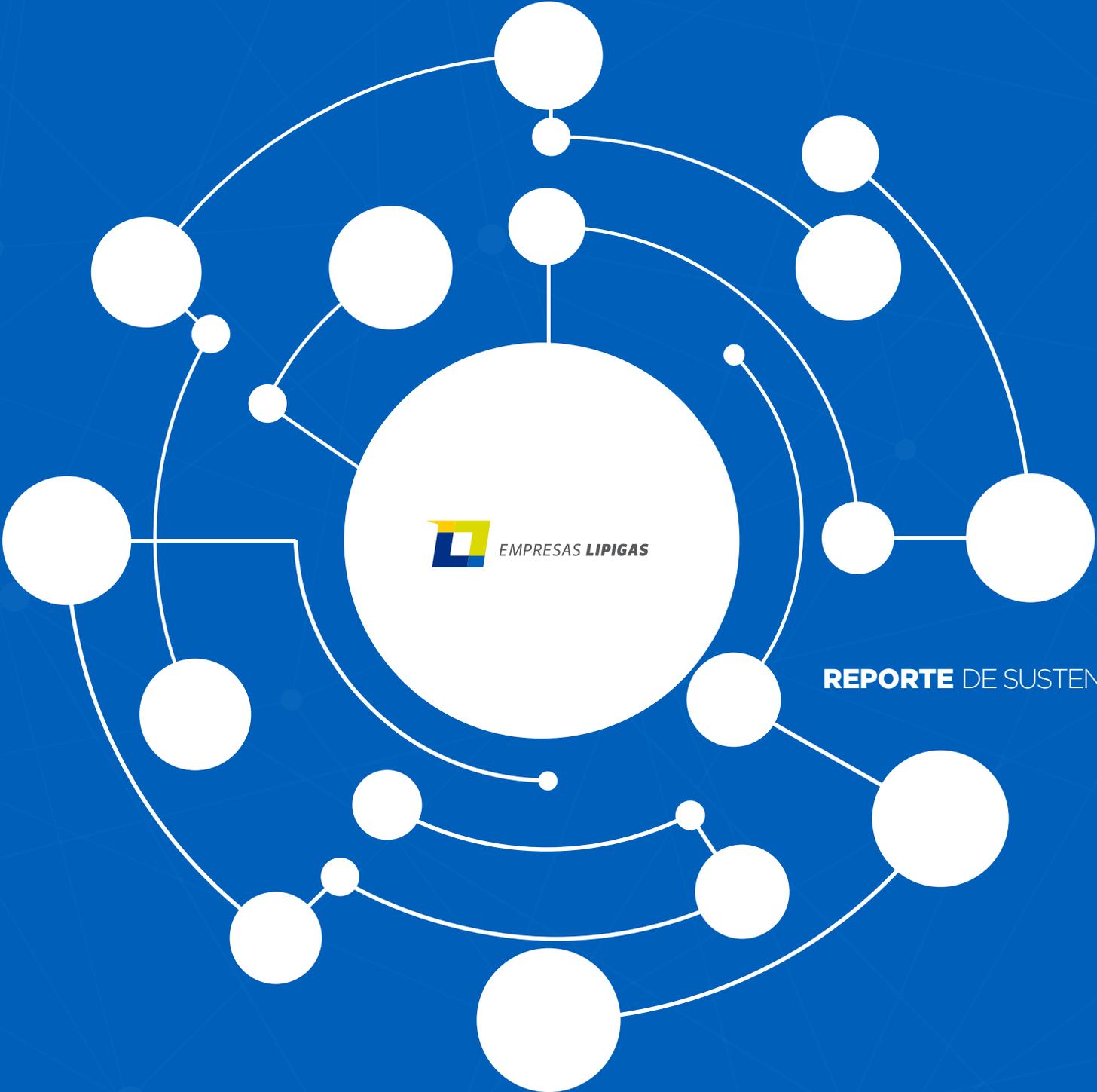
Diseño: Confiar SPA

# ANEXOS

## ESTADOS FINANCIEROS Y MEMORIA FINANCIERA

Disponibles en [www.lipigas.com](http://www.lipigas.com)





**REPORTE** DE SUSTENTABILIDAD