

REPORTE DE SUSTENTABILIDAD POLLA CHILENA DE BENEFICENCIA 2016





REPORTE DE
SUSTENTABILIDAD
POLLA CHILENA DE BENEFICENCIA 2016





CONTENIDOS

REPORTE DE SUSTENTABILIDAD





A	P. 04	CARTA DEL GERENTE GENERAL
B	P. 06	LA HISTORIA DE POLLA CHILENA
C	P. 08	INTRODUCCIÓN
D	P. 12	SOMOS POLLA CHILENA DE BENEFICENCIA
E	P. 18	GOBIERNO CORPORATIVO
F	P. 24	NUESTRA GESTIÓN EN SUSTENTABILIDAD
G	P. 32	NUESTROS TRABAJADORES
H	P. 38	CLIENTES Y CALIDAD DE SERVICIO
I	P. 46	NUESTROS PROVEEDORES
J	P. 48	ANEXOS
K	P. 50	TABLA DE CONTENIDOS GRI



CARTA DEL GERENTE GENERAL

[G4-1]

ESTIMADOS,

Tengo el orgullo de presentar nuestro primer Reporte de Sustentabilidad y de esta forma ponerlo a disposición del público y de nuestros grupos de interés.

Este documento nos permite comunicar nuestra gestión y resultados en materia de sustentabilidad en sus dimensiones económicas, sociales y ambientales.

En los más de 80 años de existencia, nos hemos convertido en una empresa líder a nivel nacional en el mercado de los juegos de azar, lo que nos ha permitido crecer de forma sostenida y equilibrada. Desde la perspectiva financiera, en 2016 sobrepasamos en \$ 10 mil millones de pesos la meta que teníamos en ventas y el resultado general del período superó en \$ 2 mil millones lo presupuestado.

Estos resultados son el fruto del trabajo en equipo, que se ha visto reflejado en los resultados positivos que han tenido juegos como Loto y Xperto, que en los últimos dos períodos han presentado un nivel de

ventas muy destacado, pero además se han consolidado juegos como el Jubilazo y el Multiplicador. Además, nos hemos focalizado en mejorar el canal de telefonía móvil para jugar pronósticos deportivos, lo que también ha contribuido para lograr estos resultados.

Por otra parte, hemos implementado cambios en los sistemas TI, con lo cual modernizamos parte importante de nuestro sistema de apuestas, lo que nos permitirá tener una plataforma digital más ágil para nuestros apostadores y agentes y -a la vez- para ser más eficientes en nuestros procesos internos. Además, hemos implementado un proyecto de inteligencia comercial con el propósito de contar con investigación georreferencial que nos permita contar con información para realizar las inversiones orientadas a aumentar las ventas.

En materia laboral, por cuarto año consecutivo, mejoramos el indicador de clima laboral. No obstante, nos queda un largo camino por recorrer, implementando acciones que se relacionen con las necesidades y expectativas de nuestros trabajadores y





con las necesidades de desarrollo de nuestro negocio. En lo referente a la relación con nuestros agentes, este fue un año con avances significativos, dado que los capacitamos en técnicas de ventas mediante un convenio con DUOC UC.

En relación con las prácticas de gobierno corporativo, hemos continuado fortaleciendo elementos asociados a la probidad y transparencia, y un reflejo de ello es que el Consejo para la Transparencia ha aprobado en un 100% nuestra página web. Además, en este período revisamos nuestra estrategia, analizando sus fortalezas, oportunidades, debilidades y desafíos. En este sentido, nos encontramos con la necesidad de fortalecer los objetivos de comunicación, tecnología e innovación.

Por último, en materia de juego responsable, continuamos siendo parte de la Corporación de Juego Responsable, organización a través de la cual hemos participado en el segundo seminario relacionado con esta materia y hemos desarrollado nuevas investigaciones. Con ello buscamos contar

con información primaria que nos permita visibilizar el alcance y dimensión del juego problemático derivado de la proliferación de casinos ilegales o negocios que lucran a través de los tragamonedas. En este sentido, tenemos como desafío interactuar con todos los entes pertinentes para combatir el juego ilegal y problemático y fortalecer las prácticas y marco regulatorio del juego responsable.

En resumen, considero que este ha sido un muy buen año y los invito cordialmente a leer nuestro Reporte de Sustentabilidad.



Edmundo Dupré Echeverría
Gerente General

B

LA HISTORIA DE POLLA CHILENA DE BENEFICENCIA

[G4-1]

”

Polla Chilena de Beneficencia S.A tiene como nombre de fantasía “Polla Chilena” y/o “Polla” y se constituyó por escritura pública el 15 de febrero de 1990.

”

Polla Chilena es una empresa del estado adherida al sistema de empresas públicas (SEP), la cual se creó el año 1934 con la proamulgación de la ley N° 5.433, en el gobierno de Presidente de la Republica don Arturo Alessandri Palma, la que empezó a regir el 13 de julio de ese año. Esta autorizaba a la junta central de beneficencia a realizar 4 sorteos de boletos al año, en combinación con carreras clásicas de caballos realizadas en hipódromos autorizados por ley.





En virtud de la ley N° 5.433 que establece la existencia de Polla Chilena, se han dictado otros cuerpos legales que modifican su estatuto jurídico, tales como:

1953 → DFL N°271, del 24 de julio de 1953, mediante el cual Polla Chilena de Beneficencia adquirió personalidad jurídica y patrimonio propio.

1960 → DFL N°120, del 25 de febrero de 1960, cuyo texto refundido, coordinado y sistematizado está contenido en el DS N°152 de Hacienda, del 21 de febrero de 1980, y estableció la ley Orgánica de la Polla Chilena de Beneficencia, otorgándole el carácter de Empresa del Estado, y autoriza el juego más antiguo de lotería tradicional denominado “polla boleto”.

1975 → DL N°1.298, el 26 de diciembre de 1975, que estableció el sistema de pronósticos deportivos conocido como “polla gol”.

1988 → Ley N°18.768, del 29 de diciembre de 1988, cuyo artículo 90 facultó a Polla Chilena – previa autorización por DS del Ministerio de Hacienda – para la realización de sorteos de números, juegos de azar de resolución inmediata y combinaciones de ambos.

2003 → Ley N°19909, del 15 de octubre de 2003, que modificó el DL N°1298, que creó el sistema de pronósticos deportivos con apuestas con premios predeterminados, que faculta a Polla Chilena para administrar el concurso de pronósticos deportivos conocidos comercialmente como “Xperto”.

→ Ley N°20.098, que modifica el DFL N°120, de Hacienda, cambiando la distribución del fondo de beneficiarios del sorteo de números “Polla Boleto” eliminando algunas instituciones, ajustándolas a 11 e incorporando a la Fundación Aldea de niños Cardenal Raúl Silva Henríquez, y aumentando la participación en dicho Fondo del Cuerpo de Bomberos de Chile, Cruz Roja de Chile, Coanil y el Consejo Nacional de Protección a la Ancianidad.

A su vez, mediante dictación de diversos DS del Ministerio de Hacienda, se han ido reglamentando los distintos juegos que administra la empresa, los que se encuentran singularizados en el sitio corporativo de Polla.

C INTRODUCCIÓN



ALCANCE DEL INFORME

[G4-3] [G4-28] [G4-29] [G4-30]

Polla Chilena de Beneficencia (Polla) presenta su primer Reporte de Sustentabilidad, que tiene por propósito informar al público a y los grupos de interés nuestra gestión en materia de sustentabilidad, considerando aspectos económicos, sociales y ambientales relacionados con nuestras actividades.

La estructura, desarrollo y contenidos del informe se ajustan a los temas que son considerados más relevantes por nuestros grupos de interés.

[G4-32] [G4-33]

En cuanto a la opción de conformidad establecida por Global Reporting Initiative (GRI), hemos optado por la opción “Esencial” y el informe no es verificado por un organismo externo independiente.

El alcance de este informe incluye las actividades y operaciones de Polla Chilena consistentes en la administración, operación, comercialización

y control de sorteos de lotería, modalidades de premiación instantánea, concursos de pronósticos deportivos y sorteos de número.

[G4-13] [G4-22] [G4-23]

Cabe destacar, que durante este período no presentamos cambios significativos en cuanto a la estructura organizativa, tamaño y propiedad.

ESTUDIO DE MATERIALIDAD

Global Reporting Initiative, señala que “los asuntos materiales para una organización informante deben incluir los asuntos que tienen un impacto indirecto o directo en la capacidad de la organización para crear, conservar o erosionar valor económico, ambiental y social para sí misma, sus grupos de interés y la sociedad en general”.

De este modo, se sugiere incluir en el Reporte de Sustentabilidad, aquellos temas que son considerados relevantes para los grupos de interés y los temas que son estratégicos para el desarrollo del negocio.

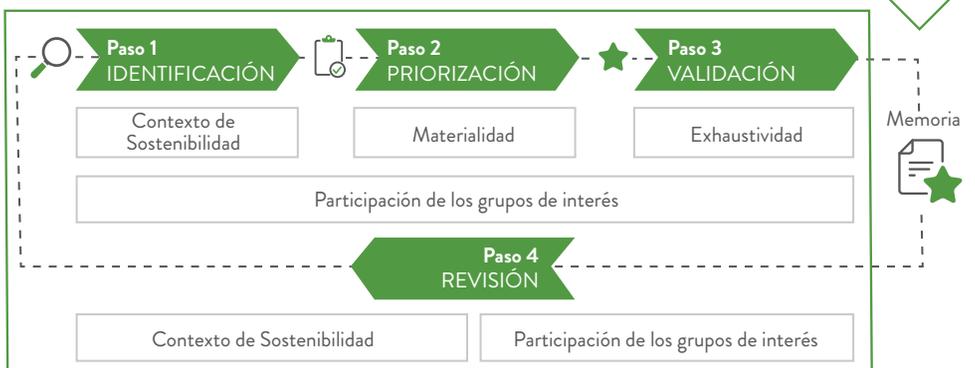


PROCESO DE MATERIALIDAD

[G4-18] [G4-19] [G4-20] [G4-21]

Este año realizamos el estudio de Materialidad de acuerdo a lo establecido por GRI, mediante la metodología propuesta, identificamos, priorizamos los aspectos económicos, ambientales y sociales que son de mayor importancia para Polla Chilena y nuestros grupos de interés.

ASUNTOS → ASPECTOS → INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN + INDICADORES



ETAPAS DEL PROCESO DE MATERIALIDAD

IDENTIFICACIÓN

La etapa de identificación consiste en una revisión de temas que son importantes para Polla, para la industria de los juegos de azar y para los grupos de interés con los cuales interactúa la compañía. Para

ello, realizamos un proceso de revisión de fuentes primarias y secundarias que nos permiten conocer y establecer el contexto y temas de sustentabilidad que son atingentes a nuestro negocio.

FUENTES PRIMARIAS

Realizamos entrevistas con Gerentes y Sub Gerentes de Polla, hicimos un focus group con trabajadores de Polla, entrevistamos distintos representantes de nuestros grupos de interés: dueños de agencias que nos prestan servicios a través de la venta de nuestros juegos, representantes de la autoridad, representante de la Corporación de Juego Responsable, representantes del sindicato y de Sistemas de Empresas Públicas (SEP).

FUENTES SECUNDARIAS

Realizamos un benchmark de mejores prácticas en la industria, revisamos la prensa, documentos internos de la compañía, además de revisar el Sustainability Topics elaborado por Global Reporting Initiative, con el propósito de identificar temas materiales.

A partir del ejercicio realizado, identificamos un total de 42 temas que hemos considerado relevantes tanto para nuestras actividades como para los grupos de interés con los cuales nos relacionamos y/o a los cuales impactamos directa o indirectamente con nuestras actividades.

A continuación, presentamos los temas materiales identificados:

1	Acceso para personas con discapacidad a las oficinas de Polla	22	Formación y capacitación de los trabajadores
2	Apuestas en línea	23	Gestión de impactos ambientales (energía, papel)
3	Beneficios laborales	24	Incentivos a agentes
4	Canales de comunicación internos	25	Innovación
5	Canales de comunicación externos	26	Libertad sindical
6	Captación de apostadores	27	Pago a proveedores
7	Clima laboral	28	Pay out
8	Combate del juego ilícito	29	Prácticas de abastecimiento
9	Conciliación de vida laboral y familiar	30	Prevención de delitos
10	Continuidad operacional	31	Promoción del juego responsable
11	Cultura organizacional	32	Reconocimiento al desempeño laboral
12	Cumplimiento legal	33	Relacionamiento con comunidades
13	Derechos humanos en prácticas laborales (acoso laboral, estilos de liderazgo, buen trato)	34	Remuneración
14	Rentabilidad de la empresa	35	Reputación corporativa
15	Educación a apostadores y potenciales apostadores	36	Rol social de Polla Chilena de Beneficencia
16	Eficiencia energética	37	Salud y seguridad laboral
17	Equidad de género	38	Seguridad de la información
18	Estabilidad laboral	39	Involucramiento del Directorio en la sustentabilidad del negocio de Polla
19	Evaluación de desempeño	40	Sustentabilidad en la cadena de valor
20	Evaluación del desempeño de proveedores	41	Transparencia y probidad
21	Fidelización de agentes	42	Buen trato a personal interno y terceros

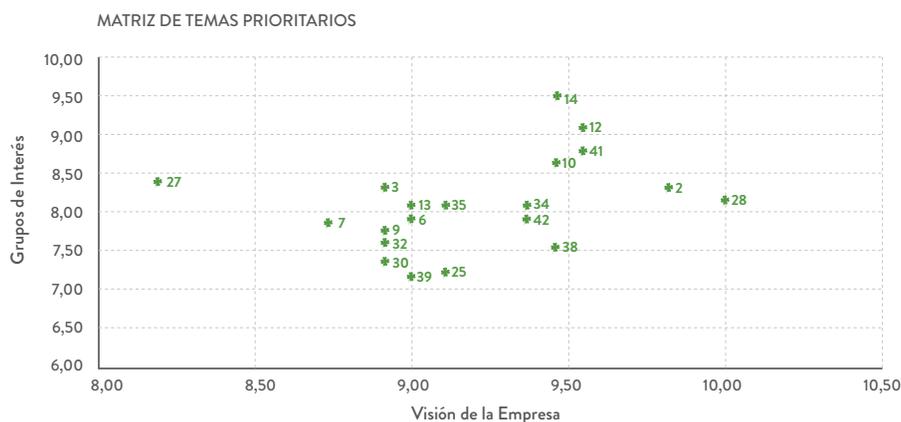
PRIORIZACIÓN

Una vez que finalizamos la etapa de identificación, procedemos a evaluar la importancia de los temas identificados en la etapa anterior. Para ello aplicamos una encuesta no probabilística aplicada a Gerentes y Sub Gerentes, considerando una escala Likert de 1 a 10 para la evaluación, priorizando dos variables:

1. Relevancia para el desarrollo del negocio
2. Relevancia para los grupos de interés

Los resultados finales obtenidos de esta etapa fueron compartidos con el Gerente de Control Corporativo, con el propósito de validar los resultados obtenidos.

A continuación, presentamos los resultados obtenidos:



Los siguientes son los temas que los Gerentes y Sub Gerentes consideran más relevantes para el desarrollo del negocio y que por lo mismo deben ser abordados con mayor profundidad a lo largo del informe:

Id	Temas	Alcance
14	Rentabilidad de la empresa	Interno
12	Cumplimiento legal	Interno – Externo
41	Transparencia y probidad	Interno
28	Pay out	Externo
2	Apuestas en línea	Interno – Externo
10	Continuidad operacional	Interno
34	Remuneración	Interno
42	Buen trato a personal interno y terceros	Interno
3	Beneficios laborales	Interno
35	Reputación corporativa	Interno – Externo
13	Derechos humanos en prácticas laborales (acoso laboral, estilos de liderazgo, buen trato)	Interno
38	Seguridad de la información	Interno
6	Captación de apostadores	Interno – Externo
9	Conciliación de vida laboral y familiar	Interno
7	Clima laboral	Interno
27	Pago a proveedores	Interno
32	Reconocimiento al desempeño laboral	Interno
25	Innovación	Interno
30	Prevención de delitos	Interno
39	Involucramiento del Directorio en la sustentabilidad del negocio de Polla	Interno

D

SOMOS POLLA CHILENA DE BENEFICENCIA



ESTRUCTURA DE PROPIEDAD

[G4-3] [G4-5] [G4-6]

Polla Chilena de Beneficencia S.A. ha sido inscrita con el N°1 en el Registro de Entidades informantes de la Superintendencia de Valores y Seguros (SVS), nuestro RUT es el 61.604.000-6 y estamos ubicados en Compañía 1.085 en la comuna de Santiago Centro.

Como compañía tenemos como nombre de fantasía Polla Chilena o Polla y nos constituimos por escritura pública el 15 de febrero de 1990.

Asimismo, somos fiscalizados por la SVS, debido a lo cual nuestros estados financieros y antecedentes de la operación son públicos. Además somos fiscalizados por la Contraloría General de la República.

[G4-7]

En cuanto al marco jurídico y nuestra estructura de propiedad, somos una sociedad anónima constituida

por accionistas estatales. Somos una filial de la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), cuya participación es del 99% del capital social, y con ello quedamos sujetos a la normativa y directrices establecidas por el Sistema de Empresa Públicas (SEP). El otro 1% corresponde al Fisco de Chile.

NUESTRO NEGOCIO

[G4-4] [G4-8] [G4-17]

El objeto social de nuestro negocio se encuentra establecido en la Ley N° 18.851, que transformó a esta empresa pública en Sociedad Anónima del Estado, autorizando la realización de actividades empresariales relacionadas con sorteos de loterías, apuestas y otros relacionados con competencias deportivas y sorteos de números autorizados por Ley.

De este modo las actividades y negocios de Polla Chilena consisten en la administración, operación, comercialización y control de sorteos de Lotería, modalidades de premiación instantánea, concursos de pronósticos deportivos y sorteos de números.



A continuación, detallamos nuestros principales juegos:



Lotería Tradicional o Polla Boleto que consiste en acertar cinco números extraídos de una tómbola en que los números comprenden desde el 000001 al 99.999.



Modalidades de premiación instantánea o Raspes que se encuentran regulados por el Decreto Supremo N° 1.470



Concursos de pronósticos deportivos denominados Xperto regido por el Decreto con Fuerza de Ley N° 1.298



Concurso de pronósticos deportivos denominado Polla Gol se encuentra regido por el Decreto con Fuerza de Ley 1.298



Sorteo de números conocido comercialmente como Loto y sus sorteos accesorios con los nombres de fantasía “Revancha”, “Desquite”, “Ahora sí que sí”, “Jubilazo” y “Multiplicador”.



Sorteo de números conocidos comercialmente como Loto 3, que consiste en el sorteo aleatorio de una combinación de tres números entre 000 y 999.



Sorteo de números conocido comercialmente como Loto 4, que consiste en acertar 4 números de un total de 23, mediante una selección aleatoria de nuestro Sistema Randómico.



Sorteo de números conocidos comercialmente como Racha, que consiste en la selección aleatoria efectuada por nuestro Sistema Randómico de 10 números de un total de 20.

La venta de nuestros juegos se realiza a través de una red de agentes comisionistas que son comerciantes independientes, los cuales tienen instalados en sus negocios terminales con el sistema provisto por nuestro proveedor tecnológico que permite que

estén conectados en línea al centro de cómputos que procesa las apuestas. También es posible jugar a través de la telefonía móvil e internet, que son canalizadas a través de la Agencia Virtual de Polla (AVP) hacia el mismo centro de cómputos.

Las principales marcas de Polla son:

LOTO, LOTO 3, LOTO 4, REVANCHA, DESQUITE, POLLA RASPES, SUELDO POR 20 AÑOS, XPERTO, POLLA GOL, POLLA BOLETO, JUBILAZO.

MISIÓN, VISIÓN Y PRINCIPIOS CORPORATIVOS

[G4-56]



MISIÓN

Brindar sueños y entretenimiento a los chilenos, maximizando la contribución al Estado y beneficiarios, con juegos de azar innovadores, incorporando tecnologías de vanguardia, fortaleciendo la red de agentes, promoviendo el desarrollo de nuestros colaboradores, velando por el equilibrio financiero de nuestra empresa.



VISIÓN

Ser una empresa de excelencia, líder en el mercado de los juegos de azar, reconocida internacionalmente y caracterizada por una cultura de innovación, entretenimiento y responsabilidad social.

PRINCIPIOS

Transparencia: Actuar siempre con honestidad y probidad, evidenciándolo al interior de la empresa y ante nuestros clientes, agentes, proveedores y comunidad.

Lealtad: Compromiso no sólo con nuestro trabajo, sino con el desarrollo futuro de la empresa.

Colaboración: Ser efectivos trabajando juntos, ser participativos y receptivos con nuestros compañeros, a fin de lograr los objetivos organizacionales.

Innovación: Investigar continuamente nuevas ofertas y soluciones para satisfacer las necesidades de nuestros clientes aplicando el avance tecnológico, cuidando el desarrollo permanente de la innovación como clave del éxito y competitividad de la empresa.

Excelencia profesional: Permanente aprendizaje, a partir de la experiencia, buscando nuevos conocimientos, trabajando con una actitud proactiva y oportuna en nuestros quehaceres cotidianos, bajo la concepción de mejora continua.

Responsabilidad social: Compromiso con la sustentabilidad del medio ambiente, el respeto y protección hacia la comunidad y con la aplicación de las “buenas prácticas laborales” en la empresa.

Satisfacción del cliente: Compromiso con nuestros clientes –agentes y jugadores–, asegurándoles productos y servicios confiables que satisfagan plenamente sus expectativas.



PRINCIPALES RESULTADOS FINANCIEROS

VALOR ECONÓMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO

[G4-EC1] [G4-9]

En el presente período el valor económico que generamos, que corresponde al ingreso de activos ordinarios más otros ingresos por función, aumentó un 8,2% en relación a 2015. Asimismo, el valor económico distribuido, que corresponde a todos los gastos en que

incurrimos a fin de dar continuidad a nuestro negocio, aumentó en un 6,97%. Dentro de este ítem destaca el incremento en la comisión de agentes 10,99%, los gastos en personal aumentaron un 4,98% y los pagos de impuesto a la renta aumentaron en un 86,1%.

A continuación, presentamos los resultados de valor económico generado y distribuido en 2016:

Valor Económico Generado y Distribuido		MM\$			
		2014	2015	2016	% Variación
Valor Económico Generado (A)		\$126.298	\$145.322	\$157.241	8,20%
Ingresos	Ingresos de Activos ordinarios	\$125.288	\$144.576	\$156.073	7,95%
	Otros ingresos por función	\$1.010	\$746	\$1.168	56,68%
Valor económico distribuido (B)		\$123.856	\$142.251	\$152.164	6,97%
Personal	Total personal	\$2.592	\$2.721	\$2.857	4,98%
	Publicidad	\$4.385	\$5.117	\$5.114	-0,6%
Costos operativos	Servicio computacional	\$3.053	\$3.516	\$3.651	3,83%
	Comisión agentes	\$9.408	\$10.516	\$11.672	10,99%
	Gastos generales	\$1.702	\$1.881	\$1.945	3,39%
	Otros costos operativos	\$1.481	\$1.358	\$1.576	16,04%
	Total costos operativos	\$20.030	\$22.388	\$23.957	7,01%
Gobiernos	Pago de impuestos	\$85.328	\$98.384	\$104.389	6,10%
	Impuesto a la renta	\$480	\$823	\$1.532	86,17%
Inversión social	Aportes	\$15.427	\$17.935	\$19.429	8,33%
Reinversión	Total reinversión (A-B)	\$2.442	\$3.070	\$5.077	65,37%



ROL SOCIAL DE POLLA CHILENA DE BENEFICENCIA

Nuestra empresa surge en el año 1934 como una preocupación del Estado por normar y regular parte de los juegos de azar que proliferaban en la época en un marco de apuestas ilegales, de este modo durante el gobierno de Arturo Alessandri Palma, se promulgó la Ley N° 5.433, la cual autorizó a la Junta Central de Beneficencia a realizar cuatro

sorteos de boletos al año, combinadamente con carreras clásicas de caballo realizadas en un hipódromo autorizado.

Además, cumpliendo con el rol de beneficencia, se ha establecido por ley que un 5% de las ventas registradas por la compañía durante el año, sean distribuidas a organizaciones relacionadas con causas sociales, actualmente las organizaciones beneficiadas son las siguientes:

Aporte en Millones de pesos en 2016

Beneficiarios	% de aporte	Acumulación 2016
Fondo Nacional de Salud	3%	12
Consejo de Defensa del Niño	6%	24
Consejo Nacional Protección Ancianidad	12%	48
Fundación Ayuda al Niño Limitado	12%	48
Cruz Roja de Chile	8%	32
Cuerpo de Bomberos del País	20%	80
Fundación de Instrucción Agrícola Adolfo Matthei	2%	8
Sociedad de Asistencia y Capacitación	5%	20
Sociedad Pro Ayuda al Niño Lisiado	10%	40
Voto Nacional O'Higgins	7%	28
Fundación Aldea de Niños Cardenal Raúl Silva Henríquez	15%	60
Subtotal Beneficencia. Boletos e Instantáneos.	402	-
Total de Aportes al Instituto Nacional de Deportes	19.026	-
Total Aportes Fisco	41.898	-
Total Aportes Beneficiarios y Fisco	61.327	-

Por último, cabe mencionar que, dentro de las empresas estatales, somos la cuarta empresa que más dividendos le aporta al Estado para que este desarrolle e implemente políticas públicas en beneficio de todos los chilenos.



La comisión de Polla Chilena que asistió a la reunión de la WLA en Singapur (2016) estuvo integrada por Bernardo Núñez, Edmundo Dupré, María Teresa Rosende, Carmen Frei y Carlos Tapia.

ASOCIACIONES Y MEMBRESÍAS

[G4-15] [G4-16]

Actualmente participamos de la Corporación Iberoamericana de Loterías y apuestas de Estado (CIBELAE) y además de World Lottery Organization (WLA).



WORLD LOTTERY ORGANIZATION

Como empresa pertenecemos a la World Lottery Organization (WLA), organización en la cual participan 148 empresas estatales pertenecientes a 82 países. Los participantes son organizaciones que tienen licencias estatales para operar de forma exclusiva, con el fin de entregar entretención a través del juego y entregar parte de sus ganancias a instituciones de beneficencia.

Cabe mencionar que las ventas del conjunto de loterías asociadas a WLA en 2015 fueron de US\$ 279.000 millones de dólares, monto que incluso es superior al PIB de Chile en el mismo período, alcanzando los US\$ 242.222 millones.

Para nosotros, participar en esta organización tiene un sentido estratégico, dado que nos permite ampliar nuestra red de contactos en materia de empresas proveedoras y a la vez estar al tanto de las tendencias globales relacionadas con el juego, que permiten tener un desarrollo sustentable del negocio de los juegos de azar.

En 2016, participamos en el encuentro bianual organizado por la WLA en Singapur, instancia a la cual acudió una comitiva de cinco personas de nuestra empresa, encabezadas por la presidenta del Directorio, Carmen Frei y el Gerente General de Polla Chilena, Edmundo Dupré.



GOBIERNO CORPORATIVO

ESTRUCTURA DE GOBIERNO CORPORATIVO

[G4-34] [G4-38] [G4-40]

Polla Chilena de Beneficencia es administrada por un directorio compuesto por siete miembros, los cuales permanecen por un período definido en sus respectivos nombramientos y pudiendo ser reelegidos. Actualmente seis fueron designados en la 26 Junta Ordinaria de Accionistas de la empresa, celebrada con fecha 21 de abril de 2016, por un período de tres años. Además, la directora Paula Vial Reynal, fue nombrada por el Directorio el 24 de noviembre de 2016.

Los directores designados por la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO) y Fisco de Chile podrán ser removidos antes de la expiración de sus mandatos por las Instituciones que hayan propuesto su designación.

[G4-39]

Cabe mencionar que la presidenta del directorio no ocupa un cargo ejecutivo en la empresa.

[G4-43] [G4-46]

Por otra parte el directorio es informado de los avances y desafíos de la compañía en materia de sustentabilidad a través de los resultados obtenidos en la Guía de Gobiernos Corporativos de SEP, la cual tiene un apartado específico para analizar la gestión de la empresa en esta materia y además analiza por separado otros aspectos relacionados con gestión de recursos humanos, transparencia, auditorías, entre otros aspectos. Los resultados de esta Guía, le permiten al directorio identificar oportunidades de mejora en materia de sustentabilidad y de este modo implementar medidas que nos permitan progresar paulatinamente en cada uno de los ámbitos de nuestro negocio.

[G4-48]

Finalmente, también en materia de sustentabilidad, tanto el directorio como el comité de auditoría, son responsables de la revisión del Reporte de Sustentabilidad.



DIRECTORIO

MIEMBROS DEL DIRECTORIO

[G4-LA12]



PRESIDENTA
Carmen Frei Ruiz-Tagle

Profesión: Educadora de Párvulos, Universidad de Chile
RUT: 4.107.128-1



VICEPRESIDENTE
Santiago González Larraín

Profesión: Ing. Civil en Obras Civiles, Universidad de Santiago de Chile
RUT: 6.499.284-8



DIRECTOR
Fernando Villagrán Carmona

Profesión: Ing. Comercial, Universidad de Chile y Periodista, Universidad de Santiago de Chile.
RUT: 5.816.633-2



DIRECTOR
Luis Felipe Oliva Díaz

Profesión: Ing. Civil Industrial, Universidad de Chile
RUT: 10.368.350-5



DIRECTOR
Patricio Escobar Sanhueza

Profesión: Sociólogo, Universidad de Artes y Ciencias Sociales, ARCIS
RUT: 8.956.444-1



DIRECTORA
María Antonieta Saa Díaz

Profesión: Profesora de Estado, Universidad de Chile
RUT: 2.038.148-5



DIRECTORA
Paula Vial Reynal

Profesión: Abogada. Universidad Católica de Chile
RUT : 10.466.736- 8

COMITÉS DE DIRECTORES

[G4-34] [G4-38] [G4-42]

El Directorio cuenta con dos comités que fueron constituidos voluntariamente, el comité de gestión y el comité de auditoría.

COMITÉ DE GESTIÓN

El comité de gestión se encarga de las líneas estratégicas y de gestión del desarrollo del negocio de Polla Chilena, tratando temas de finanzas, de recursos humanos, de tecnología, comerciales, como también encargado de la revisión y aprobación del presupuesto anual de la empresa, entre otros.

En el presente período el trabajo del comité se enfocó en las siguientes áreas:

- ➔ Organización de la empresa.
- ➔ Avance de las tecnologías.
- ➔ Marketing.
- ➔ Pronósticos deportivos.
- ➔ Ámbito global de la empresa.

COMITÉ DE AUDITORÍA

[G4-47]

Su principal función es velar por el cumplimiento del Código SEP, conociendo además los cambios en los criterios contables adoptados por la empresa. Además, supervisa la labor de la gerencia de control corporativo (auditoría interna), correspondiéndole también pronunciarse sobre la auditoría externa de los estados financieros de la empresa, el informe a la administración y su seguimiento. Este comité sesiona de forma mensual y como parte de sus responsabilidades analiza riesgos e impactos relacionados con la gestión económica, social y ambiental de la compañía.

Por otra parte, el comité de auditoría revisa permanentemente el cumplimiento del marco normativo que regula las actividades de la empresa, así como las gestiones relativas al Modelo de Prevención de Delitos.

REMUNERACIONES DEL DIRECTORIO

[G4-51]

Total de remuneraciones de los siete miembros del directorio de forma anual.

Total Directores	Fija	Sesión	Comité	Total
	\$ 29.265.702	\$ 41.808.150	\$ 29.040.961	\$ 100.114.813

ALTA DIRECCIÓN

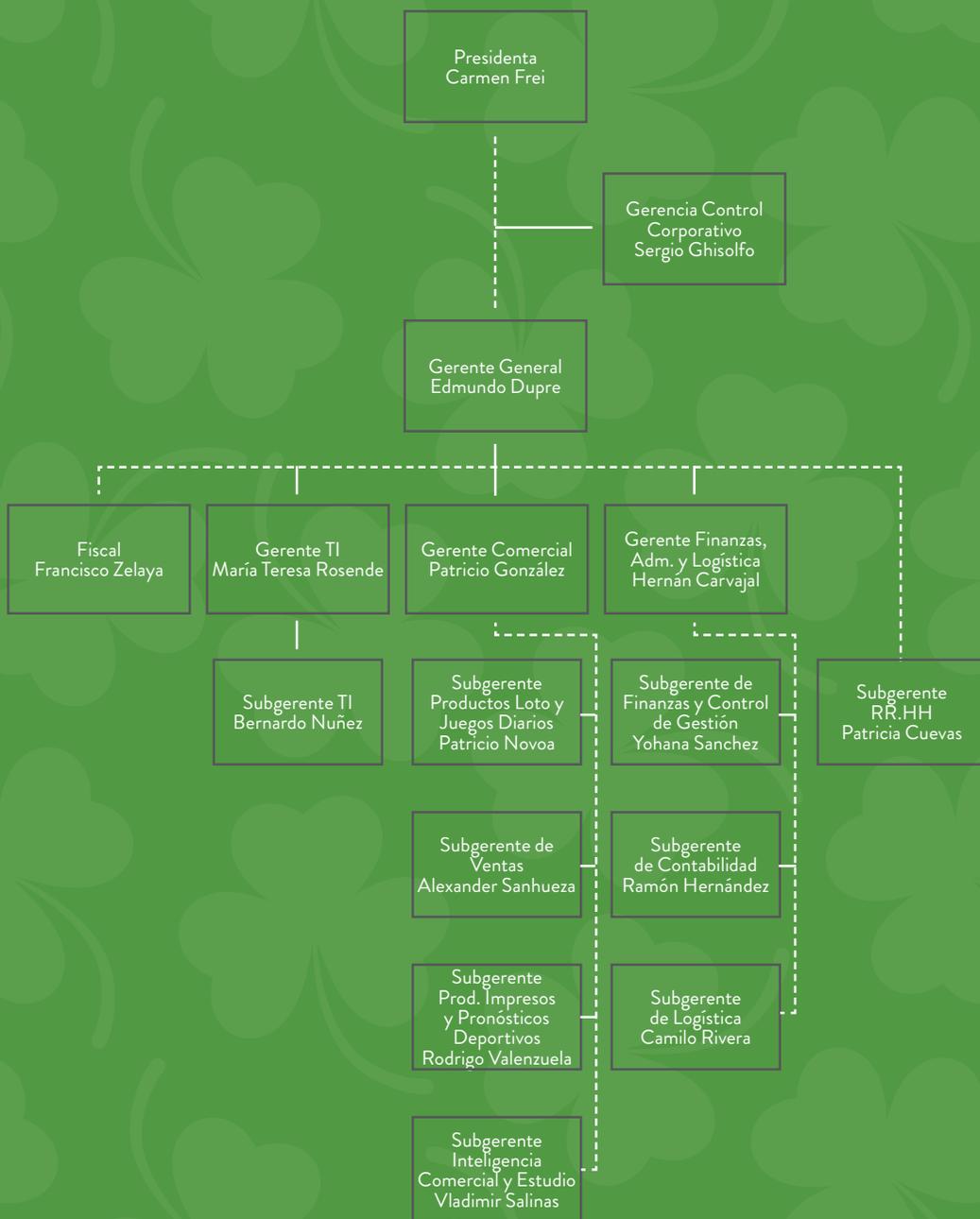
[G4-35] [G4-36]

El Directorio de la compañía delega parte de sus funciones en el Gerente General, quien a su vez entrega partes de sus funciones en las distintas

gerencias que abordan aspectos técnicos del negocio, financieros, tecnológicos, comerciales, de recursos humanos, entre otros a fin de gestionar la empresa de forma sustentable en el largo plazo.



ORGANIGRAMA



ÉTICA Y BUENAS PRÁCTICAS

[G4-41] [G4-56]

Entre las funciones del comité de auditoría se encuentra la gestión del Modelo de Prevención de Delitos, en conjunto con el comité de ética, el cual se encarga de recibir las denuncias que llegan a través del canal de denuncias.

MODELO DE PREVENCIÓN DE DELITOS

En el marco de la Ley 20.393 que establece y regula la responsabilidad penal de las personas jurídicas, es que hemos implementado un Modelo de Prevención de Delitos, que nos permite administrar y supervisar los hechos relacionados con delitos de lavado y bloqueo de activos, financiamiento del terrorismo, cohecho a funcionarios públicos nacionales y extranjeros, y receptación. Nuestro modelo se encuentra actualmente certificado hasta el año 2019.

El modelo cuenta con los siguientes pilares:

- ➔ Encargado de prevención.
- ➔ Definición de medios y facultades del encargado.
- ➔ Establecer un sistema de prevención de delitos, supervisarlos y certificarlos.

Con el propósito de dar cumplimiento a esto, hemos implementado nuevas herramientas, políticas y procedimientos que nos permitan hacer efectivo este sistema. Para ello implementamos un canal de denuncia en la web y un servicio telefónico internacional gratuito, para que nuestros grupos de interés y el público en general puedan comunicarse con nosotros de forma confidencial y hagan llegar directamente al comité de ética de la empresa sus denuncias y/o comentarios.

CANAL DE DENUNCIAS

[G4-57] [G4-58]

Polla Chilena de Beneficencia tiene una alianza con EthicsPoint (en la actualidad Navex). Este proveedor

externo ofrece a sus clientes, trabajadores, agentes y sus dependientes, proveedores y público en general, una vía directa, confiable y sin riesgos, para informar de modo confidencial las actividades que pueden implicar irregularidades, un uso inadecuado de bienes o recursos de nuestra compañía, incluyendo potenciales conductas abusivas, violaciones al ordenamiento jurídico vigente o de nuestras políticas corporativas. Se mantiene un compromiso por asegurar un adecuado, efectivo y diligente seguimiento de estas denuncias, con el propósito de cumplir con los mayores estándares éticos.

ESTÁNDARES DE CONDUCTA EN LOS NEGOCIOS

[G4-57] [G4-58] [G4-SO4]

En Polla Chilena contamos con un estándar de Conducta en los Negocios, el cual tiene por objetivo promover valores y principios éticos que guíen la cultura organizacional, las decisiones, y el proceder de los trabajadores, ejecutivos o gerentes y directores de Polla Chilena de Beneficencia, su alcance es aplicable a directores, gerentes o ejecutivos principales y a los trabajadores de Polla.

Es estándar se relaciona con la visión, que tenemos como empresa: ser una empresa de excelencia, líder en los mercados de los juegos de azar, reconocida internacionalmente y caracterizada por una cultura de innovación, entretención y responsabilidad social, y a la vez, nos entrega un marco de actuación que se relaciona con nuestros valores y principios: transparencia, lealtad, colaboración y satisfacción del cliente.

Asimismo, mediante este documento, abordamos aspectos relacionados con los Derechos Humanos, como la dignidad de las personas y relaciones entre los miembros de la compañía, mediante lo cual, nos comprometemos a velar por el respeto irrestricto a la dignidad humana, eliminando todo trato prepotente, irrespetuoso o discriminatorio entre jefaturas y trabajadores, y manteniendo un ambiente de mutuo respeto entre hombres y mujeres.

Asimismo, el Estándar contempla ítems relacionados con conflictos de interés, manejo y uso de la



Reunión de trabajo del directorio con el gerente general y la gerenta de TI.

información, uso adecuado de los bienes de la compañía, regalos e invitaciones, fraude, ejercicio de autoridad, responsabilidad penal de las personas jurídicas, canal de denuncias, difusión y administración.

GESTIÓN DE RIESGOS

[G4-2]

En Polla Chilena hemos identificado un conjunto de riesgos que son inherentes a nuestra actividad, las cuales se asocian a nuestra imagen, riesgos tecnológicos y de administración de los activos financieros. La materialización de estos riesgos implica la posibilidad de fallas operacionales, mal funcionamiento de la plataforma tecnológica, fraude al interior o exterior de la organización, errores en la prestación de servicios, incumplimiento de la normativa vigente, inadecuada gestión de proveedores, problemas en los canales de venta o en la distribución de productos.

Es por ello, que el directorio y la administración de la empresa promueven el compromiso de mantener y fortalecer los mecanismos y sistemas de control interno y la implementación de las mejores prácticas a nivel de mercado, de este modo se busca integrar estas medidas a la gestión de la empresa y a los nuevos desarrollos comerciales de la compañía.

Dentro de esto es clave el rol que cumple el comité de auditoría, quien es responsable de dar seguimiento al Plan Anual de Gestión de Riesgos.

CERTIFICACIÓN DE PROCESOS

Actualmente contamos con la certificación de 12 procesos en base a la ISO 9.001 – 2008, por parte de una empresa auditora independiente, estos procesos son: administración de agencias, compras, remuneraciones, administración de activo fijo, inversión publicitaria, proceso contable, TI, cuentas corrientes, tesorería, requerimientos de software, agencia virtual de Polla y asignación de Giftcard, esta certificación tiene vigencia hasta 2017 y tenemos como desafío la re certificación.

La certificación de procesos hace que la labor se mantenga en el tiempo y, paulatinamente, se incorporen elementos de mejora continua en los métodos, permitiendo que la empresa fluya en su quehacer y desarrollo. Ello permite comprender la importancia de la labor de cada uno de los trabajadores, posibilitando el mejoramiento de los flujos de trabajo, facilita la asignación de responsabilidades, y la inducción de nuevos empleados transparentado su desempeño.

F

NUESTRA GESTIÓN EN SUSTENTABILIDAD



LA SUSTENTABILIDAD EN NUESTRA EMPRESA

La sustentabilidad constituye el marco operativo de nuestra gestión de negocio. Es por ello, que entendemos la sustentabilidad como la construcción de relaciones de largo plazo con nuestros grupos de interés, considerando la transparencia del quehacer de nuestra empresa, rindiendo cuenta ante ellos, promoviendo el juego responsable y, a la vez, abriendo canales de denuncia de ilícitos en relación al juego.

Para ello son clave nuestros valores corporativos, como la integridad y transparencia, equidad, lealtad y respeto, bajo los cuales nos vinculamos con nuestro entorno y son el pilar fundamental de nuestro negocio.

Para nuestra empresa, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) surge al reconocer que el desarrollo de nuestro negocio genera impactos positivos y negativos en nuestros grupos de interés.

De este modo, a través de las prácticas de gestión sustentable buscamos establecer un equilibrio entre los aspectos económicos, sociales y ambientales. Por ello, nos comprometemos a tener una gestión activa en las siguientes áreas:



➔ Gestión ambiental.



➔ Promoción del desarrollo personal y profesional de nuestros trabajadores.



➔ Promoción del juego responsable, previniendo y mitigando los efectos nocivos derivados de la participación disfuncional en los juegos de azar.



➔ Patrocinio de iniciativas sociales y ambientales.



➔ Impulso de prácticas sustentable en la cadena de valor.



SISTEMA DE EMPRESAS PÚBLICAS

En Polla somos partes del Sistema de Empresas Públicas (SEP), que es un organismo técnico del Estado de Chile, creado con la finalidad de representar los intereses del Estado en las empresas en que es socio, accionista o propietario y agrupa a 22 empresas de la industria portuaria, transporte y servicios. SEP representa los intereses estatales en estas compañías y cumple la función de organismo técnico asesor, evaluando la gestión del desempeño de cada organización y el gobierno corporativo de cada empresa.

- ✓ Transparencia
- ✓ Lealtad
- ✓ Colaboración
- ✓ Innovación
- ✓ Excelencia operacional
- ✓ Responsabilidad social
- ✓ Satisfacción del cliente

”

POLÍTICA DE RSE

[G4-14]

Contamos con una política de Responsabilidad Social Empresarial, que refleja nuestro compromiso en materia de sustentabilidad y nos entrega un marco de acción formal. Esta política se encuentra aprobada por nuestro directorio y la aplicamos a través de principios que conforman la columna vertebral de nuestro negocio:

Esta política tiene por objetivo orientar un desempeño corporativo económico, social y ambientalmente responsable, que permita generar valor compartido y esté en concordancia con nuestro plan de negocios, valores y principios, propiciando la participación de nuestros grupos de interés bajo criterios de transparencia y ética, gestionando sus necesidades, expectativas e impactos de nuestro negocio.



De este modo, aspiramos a ser una empresa líder en el mercado de los juegos de azar, reconocida internacionalmente, y caracterizada por una cultura de innovación, entretenimiento y responsabilidad social.

En cuanto al alcance de esta política, aplica a todos los trabajadores de Polla y a quienes contraigan contratos con nuestra empresa.

DIAGNÓSTICO DE SUSTENTABILIDAD

Como compañía, hemos optado por desarrollar un diagnóstico en materia de sustentabilidad, en el cual nos planteamos los siguientes objetivos:



- ✓ Evaluar la gestión de Polla Chilena de Beneficencia en base a cuatro pilares: ambiental, proveedores, reportabilidad y recursos humanos.



- ✓ Establecer una línea base de los aspectos de sustentabilidad que gestiona la compañía actualmente.



- ✓ Identificar brechas de gestión en cada ámbito, tomando como base estándares internacionales relativos a cada materia.

El diagnóstico lo elaboramos en base a estándares internacionales en materia de sustentabilidad:

- ➔ Global Reporting Initiative
- ➔ Dow Jones Sustainability Index
- ➔ Guía Responsabilidad Social Empresarial SEP
- ➔ ISO 26.000 Guía de Responsabilidad Social

Los resultados obtenidos, nos permitieron determinar que, en general, contamos con una gestión que aborda tópicos en la materia, asimismo hemos definido como áreas prioritarias en materia de trabajo: recursos humanos, medio ambiente, proveedores, juego responsable y reportabilidad.

NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS [G4-24] [G4-25] [G4-26] [G4-27]

En Polla realizamos un ejercicio de mapeo de grupos de interés que consideró la consulta a nuestros gerentes y subgerentes en dos etapas.

En primer lugar, realizamos entrevistas semiestructuradas con el propósito de conocer los grupos de interés con los cuales interactúa cada área. De este modo, identificamos un total de 16 grupos de interés:

En una segunda etapa, con el objetivo de establecer la importancia de cada grupo de interés, realizo implementamos una encuesta con escala Likert de 1 a 5, considerando dos variables:

- ➔ Poder que el grupo de interés tiene sobre Polla.
- ➔ Influencia del grupo de interés sobre el desarrollo de nuestro negocio.

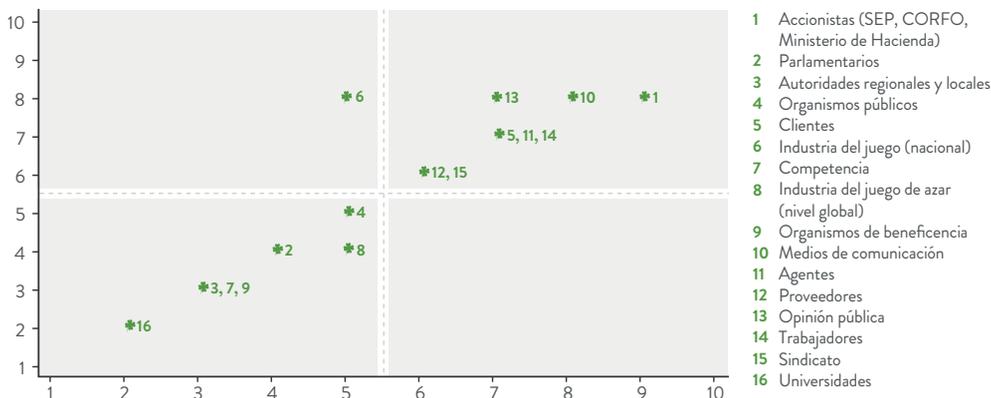
GRUPOS DE INTERÉS CON LOS QUE NOS RELACIONAMOS

	Accionistas (SEP, CORFO, Ministerio de Hacienda)		Organismos de beneficencia
	Parlamentarios		Medios de comunicación
	Autoridades regionales y locales		Agentes
	Organismos públicos		Proveedores
	Clientes		Opinión pública
	Industria del juego (nacional)		Trabajadores
	Competencia		Sindicato
	Industria del juego de azar (nivel global)		Universidades

De este modo, los resultados obtenidos nos permiten establecer y visualizar la importancia de cada grupo de interés en una matriz. Es así como los grupos de interés más importantes para nuestro negocio son:

accionistas, medios de comunicación, opinión pública, clientes, agentes, trabajadores. A continuación, presentamos los resultados generales de este proceso:

MATRIZ DE GRUPOS DE INTERÉS DE PULLA CHILENA DE BENEFICENCIA





Fiscal de Polla, Francisco Zelaya, en acto de lanzamiento de estudio sobre hábitos de juego en Región Metropolitana.

NUESTRA GESTIÓN EN MATERIA DE JUEGO RESPONSABLE

Una de las principales preocupaciones que enfrentamos como empresa del rubro de los juegos de azar y también como empresa del Estado, es la proliferación de casinos ilegales y máquinas tragamonedas, negocios que no se encuentran regulados, que se sitúan principalmente en sectores en situación de vulnerabilidad. Esto, en general, trae consigo la ludopatía o juego problemático, que se entiende como la incapacidad de controlar la cantidad de dinero y/o la frecuencia con que se juega, de modo que las personas se dañan a sí mismas y a su entorno inmediato. Los estudios realizados en Chile revelan que la mitad de los jugadores patológicos se encuentran en los estratos socioeconómicos más bajos.

Por ello, en conjunto con otras organizaciones, hemos decidido crear la Corporación de Juego Responsable, organización a través de la cual generamos sinergia para promover el juego responsable y combatir el juego ilícito y problemático.

CORPORACIÓN DE JUEGO RESPONSABLE

Actualmente pertenecemos a la Corporación de Juego Responsable (CJR), que es una entidad

sin fines de lucro, integrada por Polla Chilena de Beneficencia, la Asociación Chilena de Casinos de Juego, Asociación de Jugadores en Terapia, y los casinos DREAMS y ENJOY.

Misión

Desarrollaremos acciones y alianzas para la instauración permanente de buenas prácticas que fomenten el juego responsable a nivel nacional e internacional, y en los ámbitos individual y social

Visión

Ser referentes en el desarrollo, investigación y promoción de las buenas prácticas del juego responsable y legal, a nivel nacional e internacional.

Asimismo, la CJR se ha planteado como objetivo promover el estudio y la investigación del juego responsable, establecer y articular alianzas con organizaciones relacionadas a los juegos de azar con el fin de promover buenas prácticas en la materia. Así como también, entregar aportes para el desarrollo de la legislación en torno al juego responsable y promover y difundir de forma directa sus buenas prácticas.



El Dr. César Sánchez Bello expone en seminario internacional organizado por la Corporación de Juego Responsable de la cual es integrante Polla Chilena de Beneficencia.

SEMINARIO DE JUEGO RESPONSABLE

Con el propósito de promover las buenas prácticas de juego responsable a nivel nacional e internacional, la Corporación de Juego Responsable realizó la segunda versión de su seminario internacional, denominado “Hacia dónde van las políticas de juegos de azar en el mundo: una propuesta para el Juego Responsable en Chile”.

En esta instancia se abordaron experiencias y políticas a nivel mundial y se revisaron los riesgos e implicancias del juego patológico en la sociedad, profundizando en aspectos como la incidencia de la proliferación de casinos ilegales en los niveles de ludopatía, lo cual es de suma importancia, una vez que la Superintendencia de Casinos y Juegos, indica que en Chile existen 33 mil máquinas ilegales operando en las principales comunas del país.

Para abordar esta temática, el seminario contó con la presencia del Dr. César Sanchez Bello, premio nacional de psiquiatría en Venezuela, con amplia experiencia en prevención, tratamiento y políticas públicas relacionadas con los juegos de azar y adicción, quien abordó las tendencias actuales en las políticas públicas de los juegos de azar y en la promoción del juego responsable.

Asimismo, existieron otras exposiciones que estuvieron a cargo del Dr. Daniel Martínez Aldunate, médico psiquiatra y director del Instituto de Bienestar en Chile, que expuso sobre la prevención integral del juego patológico.

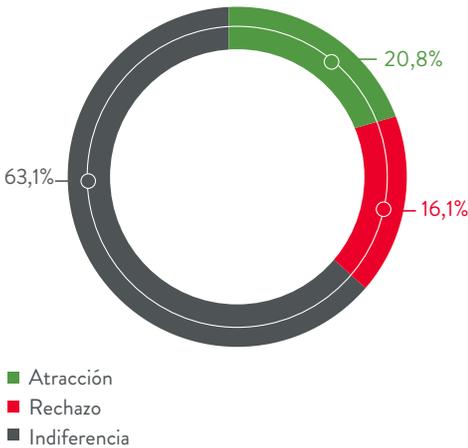
ENCUESTA DE HÁBITOS DE JUEGO

En el marco de nuestra participación en la Corporación de Juego Responsable, en 2016 desarrollamos la encuesta de Hábitos de Juego, el objetivo del estudio fue caracterizar los hábitos y conductas de juego, prevalencia de juego patológico y otras temáticas relacionadas.

	Diseño	Estudio cuantitativo
	Grupo objetivo	Población mayor de 18 años en la ciudad de Temuco
	Tamaño muestral	1.100 casos
	Instrumentos de medición	Cuestionario estructurado con preguntas cerradas
	Período de medición	Trabajo de campo realizado entre el 7 de enero y 19 de febrero

Los resultados que nos arrojó este estudio, nos indican que el 43,2% de los entrevistados dicen sentirse familiarizados con el mundo de los juegos de azar y las apuestas.

Al consultar ¿Qué siente con respecto a los juegos de azar o a las apuestas? En términos generales se observa lo siguiente:



Asimismo, al realizar un desglose por nivel socioeconómico, observamos que existe una tendencia general a la indiferencia hacia los juegos de azar. No obstante, en los niveles socioeconómicos más altos percibimos una mayor atracción hacia el juego y/o las apuestas.

Por otra parte, un 54,8% de los encuestados señaló que cuando se le presenta la oportunidad de jugar o apostar, lo realiza. En este sentido, el segmento ABC1 es quien mayor disposición a jugar presenta al existir la oportunidad de jugar, mientras que el segmento D, en general presenta una menor inclinación a jugar ante la posibilidad de jugar y/o apostar.

Asimismo, al hacer el análisis por tipo de juego, nos encontramos con que el Loto es jugado principalmente por personas que pertenecen al segmento socioeconómico C3 (70%) y el segmento que menos juega es el D (59%). En el caso de los raspes el segmento que más juega es el C3 y en las

apuestas a pronósticos deportivos quien más juega es el segmento socioeconómico ABC1.

Asimismo, al consultar a los entrevistados ¿cuáles son las actividades que más disfruta? La mayoría de los entrevistados indicó que jugar Loto, Kino, etc... y las rifas, sorteos, bingo y loterías de caridad.

Por último, al analizar las razones por las cuales participa en las actividades mencionadas, nos encontramos con que la mayoría lo hace para apoyar la recolección de fondos, seguido de con el propósito de ganar dinero y entretenimiento. No obstante, al realizar el desglose por nivel socioeconómico, nos encontramos con que un 10% del segmento ABC1 señala participar en estas actividades con el propósito de socializar, mientras que en el tramo D un 1% lo hace por esta razón. Por su parte, en los niveles socioeconómicos (NSE) C2 y C3, el 36% y 35% respectivamente declaran participar con este propósito.

INVESTIGACIÓN SOBRE JUEGO PROBLEMÁTICO: USO DE MÁQUINAS TRAGAMONEDAS EN CHILE

Como compañía hemos impulsado un estudio que nos permita comprender el alcance, impacto y cobertura del juego problemático asociado al “Uso de Máquinas Tragamonedas en Chile”, el objetivo es: caracterizar el alcance y uso de máquinas de juego en tres comunas de Chile.

COMUNAS

- ➔ Antofagasta
- ➔ Peñalolén
- ➔ Temuco

En cada comuna el trabajo de terreno se enfocó en locales que al menos tuvieran un tragamonedas, los cuales fueron categorizados como: almacenes, minicasinos, clandestinos y otros.

Los resultados generales de esta investigación, nos indican que en su mayoría los usuarios de máquinas tragamonedas son hombre y mujeres de entre 30 y 64 años.

Se percibe que el tipo de usuario varía según el tipo de local:

Almacenes:

Los usuarios suelen ser mujeres adultas y adultas mayores, que aprovechan de jugar una vez hechas sus compras.



Minicasinó y locales clandestinos:

Asisten tanto hombres como mujeres. Por las tardes tiende a aumentar la afluencia dado que la gente juega después de su jornada laboral. En cambio, quienes visitan estos locales durante la mañana son principalmente hombres que trabajan de forma independiente o tienen flexibilidad en sus horarios de trabajo, o mujeres dueñas de casa. En general los usuarios, tienen enseñanza media incompleta o enseñanza media completa.

La mayoría de los jugadores, señaló que juega habitualmente y asiste a jugar sin compañía. Asimismo, el monto en dinero invertido varía según el tipo de local:



“La mayoría de los jugadores afirma que la principales razones para jugar son pasarlo bien y despejarse. En algunos casos también se menciona que el juego es la única fuente de entretenimiento que se tiene al alcance. La mayor parte de las personas afirmó que el juego no le ha traído problemas”



➔ Almacenes:
promedio \$ 3.000



➔ Minicasinó y locales clandestinos:
promedio \$ 10.000

Fuente	Tipo de local	Antofagasta	Peñalolén	Temuco
Información oficial (Municipalidad)	N° de locales patentados	8	134	73
	N° total de máquinas patentadas	323	361	1.593
	Promedio de máquinas por local	40,4	5,4	21,8

GESTIÓN AMBIENTAL

Al ser una empresa administradora de juegos de azar en que la mayor parte de nuestras actividades se realizan en nuestras oficinas corporativas, no presentamos impactos ambientales relevantes.

Sin embargo, creemos que nuestros impactos, que están asociados principalmente al uso de papel y energía eléctrica, requieren una gestión que permitan reducir su consumo. Por ello, desde el año 2013 hemos llevado a cabo un programa de modernización de las instalaciones eléctricas, realizando una inversión de \$ 11 millones, lo cual nos ha permitido ser más eficientes en el uso de la electricidad, ello ha sido acompañado de modernizaciones en la distribución de espacios a fin de utilizar de mejor forma la luz natural, así como en el recambio de las conexiones eléctricas y de parte de nuestras instalaciones lo cual nos ha permitido ser más eficientes en el consumo de energía.

NUESTRA GESTIÓN ENERGÉTICA

[G4-EN3] [G4-EN5] [G4-EN6]

Durante el 2016, hemos logrado una reducción de un 29%, gracias al recambio en luminarias a LED, renovación de equipos de climatización y renovación y mantenimiento de infraestructura eléctrica. Asimismo, nuestro consumo a nivel de edificio nos significa una intensidad de 5.1 KWh/m²

A continuación, presentamos los datos de consumo de energía, correspondientes al período 2016:

Consumo energético en KW/h	
2013	24.000
2015	17.000
2016	17.000

G

NUESTROS TRABAJADORES



En Polla Chilena reconocemos la importancia de las personas que componen la organización como pilar fundamental del funcionamiento de la empresa, por lo que dotarnos del personal adecuado y calificado para cada cargo es clave para nuestros niveles de productividad y eficiencia, así como para el logro de nuestros objetivos estratégicos.

En materia de gestión de personas nos enfocamos fundamentalmente en estimular a los trabajadores para lograr progresivamente mayores niveles de eficiencia dentro de la empresa, mediante mecanismos de participación, capacitación y desarrollo, y a la vez nos preocupamos por promover la competitividad y sentido de productividad en los trabajadores a fin de operar de forma más eficiente.

Asimismo, otro de los focos de trabajo que tenemos como organización, radica en la mejora continua de nuestro clima laboral, dado que consideramos que un

ambiente de trabajo sano es fundamental tanto para el bienestar de nuestros trabajadores como para el desarrollo de la organización.

DOTACIÓN

[G4-10] [G4-LA1] [G4-9]

Al 31 de diciembre de 2016 contamos con un total de 81 trabajadores entre ejecutivos, administrativos y profesionales. El 35,9% de nuestros trabajadores son mujeres y al analizar el desglose por rango etario es posible observar que el 65% de los profesionales y administrativos de la organización tienen entre 51 y 60 años de edad, mientras que aquellos menores a 30 años de edad representan el 6%. Por otra parte, al analizar la antigüedad en la compañía, nos encontramos con que el 55% de los profesionales y administrativos tiene más de 12 años de permanencia continua en Polla.



Trabajadores de PCHB en actividades recreativas
y de capacitación .

	Hombres	Mujeres
Dotación*	17	8
Profesionales Administrativos	23	17
Total	40	25

	Hombres	Mujeres
Ejecutivos		
Gerentes	5	2
Subgerentes	7	2
Total	12	4

DESGLOSE DE PROFESIONALES Y ADMINISTRATIVOS POR RANGO DE EDAD Y CATEGORÍA PROFESIONAL

Años	Profesional	Administrativos	Hombres	Mujeres
< 30	3	1	3	1
30 Y 40	13	2	10	5
41 Y 50	6	9	9	6
51 Y 60	3	24	15	12
61 Y 70	-	4	3	1

DESGLOSE DE PROFESIONALES Y ADMINISTRATIVOS POR ANTIGÜEDAD

Años	Profesional	Administrativos	Hombres	Mujeres
< 3	5	2	5	2
3 Y 6	6	4	7	3
+6 Y 9	8	2	8	2
9 Y 12	-	2	1	1
+ 12	6	30	19	17

ROTACIÓN LABORAL

Rotación	2014		2015		2016	
	Egresos	Ingresos	Egresos	Ingresos	Egresos	Ingresos
Hombre	4	5	3	4	6	4
Mujer	3	0	2	1	0	2
Total	7	5	5	5	6	6

CAPACITACIÓN Y DESARROLLO

[G4-LA10]

En Polla Chilena nos preocupamos por formar y entrenar a nuestros trabajadores respecto de competencias laborales, conocimientos y herramientas que son necesarias para el desarrollo del cargo y el logro de los objetivos organizacionales.

De este modo, las capacitaciones son organizadas en base a un plan anual de acuerdo a las necesidades de capacitación detectadas, las cuales surgen de los objetivos y metas anuales de la empresa, evaluaciones de desempeño y las necesidades propias de cada área.

Durante el 2016 las instancias de capacitación más importantes fueron:

- ➔ Seminario sobre Reforma Tributaria impartida por asesores financieros.
- ➔ Charla de orientación respecto al beneficio de las pensiones (AFP).
- ➔ Capacitación de implementación del Office 365.
- ➔ Inducción en políticas, procedimientos y estándares de seguridad TI.

- ➔ Capacitación interna y actualización en la Ley 20.393, Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas antes la introducción del delito de receptación.

RELACIONES LABORALES

SINDICATOS

[G4-11]

En marzo del 2014 se acordó el convenio colectivo entre Polla Chilena de Beneficencia S.A y los trabajadores afiliados al sindicato. Este acuerdo tiene una vigencia de cuatro años, desde el 5 de junio de 2014 a la misma fecha del 2018. Actualmente el 53% de los trabajadores de Polla Chilena se encuentra sindicalizado.

PORCENTAJE DE EMPLEADOS CUBIERTOS POR CONVENIOS COLECTIVOS



56,6%

Año 2014



56%

Año 2015



53%

Año 2016

BENEFICIOS

[G4-EC3] [G4-LA2]

En el convenio colectivo antes mencionado se acordaron los siguientes beneficios corporativos:

- ➔ Reajuste de sueldos cada seis meses en relación al índice de precios al consumidor (IPC).
- ➔ Asignación de fin de año.
- ➔ Asignación de movilización.
- ➔ Comisión de servicios fuera de la Región Metropolitana, viáticos.
- ➔ Pago de escolaridad equivalente de 3 UF por cada hijo hasta los 26 años, incluyendo jardín y enseñanza prebásica.
- ➔ Vestuario sin costo para los trabajadores de acuerdo a la labor que realizan.
- ➔ Beneficio de colación proporcionado en el casino.
- ➔ Seguro de vida.
- ➔ Seguro de salud y dental.
- ➔ Seguro de viaje.
- ➔ Becas de estudio.
- ➔ Capacitaciones.
- ➔ Celebraciones varias, como navidad y fiestas patrias.
- ➔ Subsidio de los 3 primeros días de licencia.

CALIDAD DE VIDA LABORAL

CLIMA LABORAL

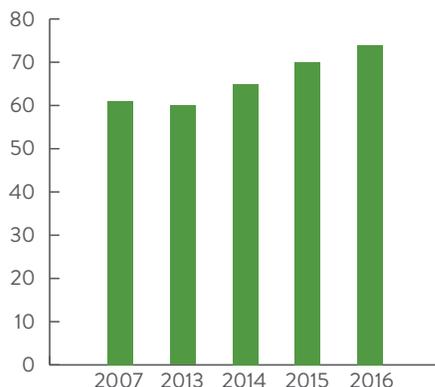
Anualmente evaluamos el clima laboral mediante una encuesta de clima, la que nos permite conocer las percepciones compartidas de los trabajadores respecto del estado en que nos encontramos como organización en distintos aspectos, tales como la comunicación, espacios físicos, condiciones salariales, relación con jefaturas e interpersonales, reconocimiento, entre otros.

Los resultados de esta encuesta nos permiten generar planes de mejora en aquellos aspectos que los trabajadores valoran más y que requieren de atención. Como parte de las actividades enfocadas en esto, en 2016 hemos realizado actividades orientadas a mejorar la retroalimentación con los trabajadores, esto se hizo desarrollando focus group con los trabajadores,

desayunos con el gerente general y actividades de integración como la semana de la cordialidad.

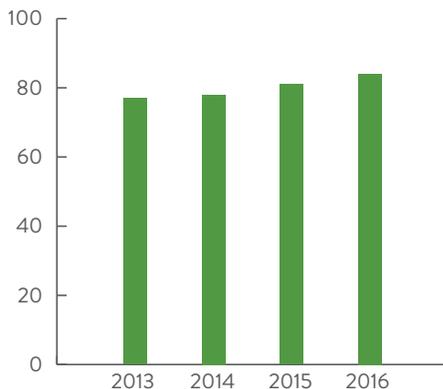
La evaluación que realizamos en 2016 nos arrojó que la satisfacción global en clima laboral es del 74%, lo cual nos alegra dado que este indicador ha venido progresando paulatinamente. A continuación, presentamos los resultados obtenidos:

ENCUESTA CLIMA LABORAL



Asimismo, junto con la encuesta de clima laboral, realizamos la encuesta de servicios transversales, la cual evalúa la calidad del servicio ofrecido por las áreas que son transversales en la organización, en esta oportunidad se evaluó a las áreas de logística, soporte TI y recursos humanos respecto de las cualidades de oportunidad, precisión y amabilidad. Al igual que en clima laboral, los resultados han mejorado paulatinamente, llegando en el 2016 a un 84% de satisfacción.

ENCUESTA SERVICIOS TRANSVERSALES



Además de reforzar constantemente el mejoramiento del clima laboral y las comunicaciones internas a través del boletín trimestral, el decálogo de liderazgo y las reuniones con líderes, como incentivo a todos los trabajadores, se entregan los premios “Espíritu Polla” y el premio a “Calidad de Servicio Individual”.

En el premio “Espíritu Polla” evaluamos a todos los trabajadores de la empresa con respecto a su orientación a resultados, planificación y aseguramiento de resultados, compromiso con la organización, flexibilidad, iniciativa y proactividad, trabajo en equipo y orientación al cliente.

EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

[G4-LA11]

La evaluación de desempeño es un elemento central en la política de gestión de recursos humanos, la evaluación periódica e informada del personal con objeto de estimular el mejoramiento continuo de su desempeño en su función asignada y su satisfacción laboral. Para ello empleamos el sistema de evaluación individual actual, con el objeto de conocer periódicamente el desempeño de nuestros trabajadores, estableciendo una comunicación constructiva en términos laborales entre supervisor y subordinado, que permita guiar su desarrollo.

En Polla Chilena el sistema de evaluación individual de desempeño (EID), constituye una herramienta de gran utilidad tanto para la empresa como para los trabajadores, dado que nos permite alinear los esfuerzos en materia de gestión de recursos humanos con los objetivos y metas organizacionales.

La evaluación es aplicada a todos los trabajadores con más de seis meses de permanencia en la empresa, pertenecientes a todos los segmentos: ejecutivos, jefaturas, profesionales y administrativos de la empresa.

La evaluación se realiza bajo un único formato que considera los siguientes ítems:

- ➔ Funciones del cargo: se refiere al conjunto de tareas o atribuciones que se ejercen de manera sistemática para dar cumplimiento al cargo, contenidas implícita o explícitamente en la descripción del mismo.
- ➔ Competencias: se refiere a aquellas conductas observables, críticas para el cargo. Es el estilo de gestión o la “forma de hacer las cosas”, necesaria para el logro de las metas de negocio.

REMUNERACIONES

La política de remuneraciones e incentivos económicos de Polla, contempla una estructura de remuneraciones que considera las condiciones de mercado del cargo, las competencias y méritos del trabajador, nivel de responsabilidad, el marco regulatorio establecido por el SEP y criterios de equidad interna y externa.

Además, incorporamos la remuneración variable en la estructura de compensaciones de acuerdo a los indicadores de gestión y metas realizadas por el trabajador.

RENDA VARIABLE A DICIEMBRE 2016

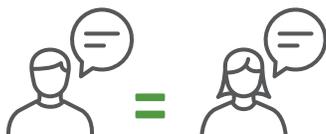
	Otros Haberes	Bono Gestión	Utilidad Contable	KPI Ventas	Gratificación	Total Haberes	Alcance Líquido
Ejecutivo	1.041.064.332	174.930.605	-	-	19.539.125	1.235.534.062	929.004.133
Administrativo	597.326.938	-	7.847.608	87.631.548	43.786.687	736.592.781	585.722.747
Jefatura Administra	101.299.565	-	619.548	-	3.434.250	105.353.363	82.962.977
Jefatura Profesional	258.614.531	33.770.528	619.548	-	9.952.966	302.957.573	244.809.595
Profesional	372.114.779	62.041.918	619.548	-	16.408.083	451.184.328	364.644.653
Total	2.370.420.145	270.743.051	9.706.252	87.631.548	93.121.111	2.831.622.107	2.207.144.105



Gerente comercial, Patricio González, junto a agentes de Polla Chilena.

[G4-LA13]

La equidad interna es uno de los valores y características del sistema de remuneraciones de Polla, mostrando pequeñas diferencias en la proporción del sueldo bruto entre hombres y mujeres en todos los segmentos de los trabajadores.



IGUALDAD DE RETRIBUCIÓN ENTRE MUJERES Y HOMBRES

Cargo, Responsabilidad o Función	Proporción del sueldo bruto promedio entre hombres y mujeres
Administrativos	92,66%
Profesionales	90,01%
Gerentes	90,10%
Subgerentes	112,38%

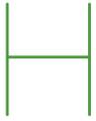
SALUD Y SEGURIDAD

[G4-LA5] [G4-LA6]

El 100% de los trabajadores de Polla Chilena se encuentran representados en los comités formales de seguridad y salud, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral. A todos los trabajadores se les imparte la charla de inducción general según lo establecido en el D.S 40, Art 21° denominada “Derecho a Saber” donde se da a conocer los riesgos a los que están sometidos durante su jornada laboral.

Como medida de prevención y seguridad, contamos con un Plan de Emergencia y Evacuación conocido por todos los trabajadores, con el objeto de preservar la integridad de todos los colaboradores que participan dentro de las instalaciones de la empresa. En este documento se contemplan procedimientos para diversas emergencias como: incendios, sismo, asalto, inundación, fuga de gas, amenaza de bomba, atasco en ascensor y atención de lesionados.

Cabe mencionar que en 2016 la compañía no registró bajas debido a lesiones, enfermedades profesionales, accidentes laborales ni mortales.



CLIENTES Y CALIDAD DE SERVICIO



ENFOQUE DE GESTIÓN

En Polla Chilena consideramos fundamental ofrecer servicios que consideren aspectos relacionados con la entretención, que sean innovadores y atractivos, de modo de acercar al público a jugar con nuestros productos. Para esto buscamos permanentemente nuevas opciones para mejorar los productos que ya ofrecemos e incorporar nuevos juegos.

Es por ello que nuestra estrategia comercial contempla aspectos relacionados con la oferta de valor de nuestros productos, desarrollo de canales electrónicos, aumento de la cobertura territorial, gestión de los puntos de venta y la publicidad.

ESTRATEGIA COMERCIAL

Nuestra estrategia comercial se basa en el crecimiento de las ventas, cuidando los costos y considerando los factores de éxito de las loterías más importantes a nivel global. Por ello consideramos factores como:

- ➔ Migrar del azar a la entretención
- ➔ Crecer y gestionar con inteligencia comercial
- ➔ Hacer publicidad entretenida



NUESTRA ESTRATEGIA SE SOSTIENE EN CINCO PILARES:

1. Propuesta de valor de los productos

Avances

- ➔ Mejoras al producto y precios del Loto / actualización periódica de los modelos: demanda, control de riesgo, lanzamiento de productos
- ➔ Innovación constante en desarrollo de instantáneas / modelo Conjoint
- ➔ Ampliación del portafolio en juegos de pronósticos deportivos

2. Desarrollo de canales electrónicos

Avances

- ➔ Migración de boletos a terminales electrónicas (sin perder apostadores)
- ➔ Crecimiento de AVP (7% de la venta total, a nivel de países desarrollados)
- ➔ Aplicación para juegos vía móviles (11% de la venta AVP)

3. Crecimiento en cobertura

Avances

- ➔ Incorporación de puntos de venta en base a demanda no cubierta
- ➔ Incorporación de canal B2B

4. Gestión del punto de venta

Avances

- ➔ Gestión focalizada y detallada de la fuerza de venta
- ➔ Énfasis en Trade Marketing
- ➔ Gestión dedicada a clientes KAM

5. Publicidad

Avances

- ➔ Optimización de la publicidad alineada al nivel de pozo del Loto
- ➔ Publicidad con estrategia de marca de producto y marca de Polla Chilena, como fuente de entretenimiento e ilusión





Esta estrategia nos permite gestionar y mitigar partes de los efectos negativos de las amenazas presentes en nuestro entorno, intentar convertir nuestras debilidades en fortalezas y potenciar las

fortalezas que tenemos actualmente y desarrollar las oportunidades que tenemos actualmente, a continuación, presentamos el detalle del análisis FODA.



Fortalezas

- ➔ Líder del mercado.
- ➔ Desarrollo de ventajas competitivas.
- ➔ Control de gestión alineado a la estrategia.
- ➔ Proveedor externo de excelencia.
- ➔ Desarrollo de inteligencia comercial.
- ➔ Estructura coherente.
- ➔ Empresa pública de excelencia.



Oportunidades

- ➔ Cambio de proveedor tecnológico.
- ➔ Potenciar marca institucional.
- ➔ Cambio de Payout.



Debilidades

- ➔ Bajo crecimiento de la cobertura en la red tradicional.
- ➔ Lento desarrollo en B2B.
- ➔ Baja asociación de productos con marca institucional.



Amenazas

- ➔ Nivel de Payout inadecuado.
- ➔ Competencia ilegal.

RESULTADOS DE NUESTROS PRINCIPALES JUEGOS



LOTO

En 2016 las ventas de Loto fueron por \$ 132 mil millones, cifra que representa un 12% más de ventas en relación al período 2015, que era considerada la mayor cifra histórica alcanzada por Loto y sus variantes.

Esto es de suma importancia dado que nos ha permitido lograr los objetivos trazados por la gerencia comercial, contando con la venta base como un elemento central y dependiendo en menor medida de la acumulación de pozos.

La venta base aumenta debido al crecimiento que ha tenido en los últimos dos años el Jubilazo y Ahora sí que sí, que en 2016 se han consolidado y han tenido una gran aceptación por parte de los apostadores, llegando a significar el 14% de las ventas de Loto y superando a juegos como la Revancha y Desquite.

Asimismo, en los meses de septiembre y octubre, registramos una acumulación del pozo total por \$ 8.500 millones, respecto de esto realizamos una gestión comercial que nos permitió sobrepasar las ventas estimadas por nuestro Modelo de Demanda de Apuestas. Algunas de las acciones que realizamos para lograr esto fueron:

- ➔ Intensificación en la pauta de colas de pozos
- ➔ Placements en programas con alto rating y dirigidos a un target específico
- ➔ Publicaciones en prensa para comunicar los grandes pozos y el pozo más grande de la historia a página completa
- ➔ Mailing directo a la base de jugadores de AVP
- ➔ Pop ups en AVP
- ➔ Post intensivos a través del fan page de Loto en Facebook
- ➔ Publicaciones de colas de pozos en redes sociales
- ➔ Apariciones en los noticieros de los canales de televisión y de fuentes digitales



XPERTO

En 2016, continuamos potenciando este juego bajo el lema “Usa todo lo que sabes y gana con Polla Xperto”, trabajamos la comunicación utilizando distintos medios, apelando principalmente al interés deportivo de los apostadores, más sus conocimientos en la materia.

De esta forma, nos comunicamos con nuestros apostadores a través de diversos medios relacionados con el fútbol como: CDF, radios deportivas, portales de internet y avisos de prensa, pero también con medios más tácticos como ligas y portales de fútbol. Asimismo, mantuvimos una comunicación segmentada y continuada con la base de apostadores de internet, a quienes se les llama los iluminados, y

se les invita a jugar mediante internet y a participar de promociones.

Entendiendo que en general el jugador de Xperto tiene un perfil más tecnológico y que las ventas online van en aumento, continuamos implementando mejoras en los canales para apostar. Además, en este período ampliamos la gama para realizar apuestas, implementamos mejoras en la gráfica, incorporamos promociones donde se regalan jugadas gratis e incluimos videos tutoriales.

Estas medidas nos permitieron lograr un desempeño en ventas que superó los \$ 10.000 millones, superando en un 4% la meta, y con un 37% de apuestas digitales.

NUESTROS AGENTES

Total de agencias de
Polla Chilena en el país:
2.267

Listado total de agencias en las distintas comunas de la RM:



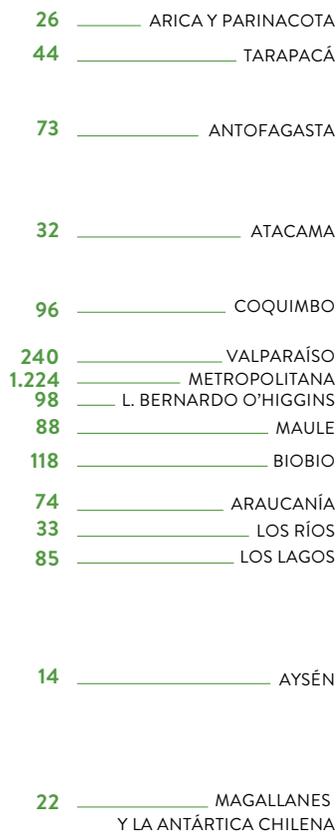
Buín	13
Calera de Tango	3
Cerrillos	17
Cerro Navia	13
Colina	16
Conchalí	22
Curacaví	5
El Bosque	23
El Monte	4
Estación Central	27
Huechuraba	16
Independencia	22
Isla de Maipo	5
La Cisterna	28
La Florida	54
La Granja	9
La Pintana	21

La Reina	22
Lampa	18
Las Condes	69
Lo Barnechea	11
Lo Espejo	11
Lo Prado	14
Macul	20
Maipú	86
María Pinto	2
Melipilla	13
Nuñoa	46
Padre Hurtado	9
Paine	8
Pedro Aguirre Cerda	16
Peñaflor	15
Peñalolén	35
Pirque	2

Providencia	43
Pudahuel	26
Puente Alto	71
Quilicura	31
Quinta Normal	28
Recoleta	42
Renca	20
San Bernardo	36
San Joaquín	18
San José de Maipo	3
San Miguel	23
San Ramón	6
Santiago	117
Santiago Centro	32
Talagante	9
Tiltil	8
Vitacura	16



A continuación presentamos los datos relacionados con nuestra red de agentes a nivel nacional:



TRABAJO CON AGENTES

El año 2016 estuvo marcado por una serie de iniciativas que implementamos con nuestros agentes, ello con el propósito de entregar herramientas que les permitan entregar un mejor servicio con los juegos que comercializamos y a la vez fortalecer una relación de confianza entre la compañía y este grupo de interés que es clave para desarrollar nuestro negocio.

FOCOS DE TRABAJO

➔ 2015

El enfoque estuvo en mejorar la experiencia de compra en los puntos de venta.

➔ 2016

El foco estuvo en potenciar Polla Preferente, que es un plan de relacionamiento orientado a motivar a las principales agencias del país mediante concursos mensuales para la venta de nuestros juegos.

Un total de 800 agentes participan de este programa, mediante el cual son premiados con giftcard, productos o invitaciones, una vez que logran sus metas de venta mensual.

Asimismo, la gerencia de TI desarrolló un sitio web donde los agentes inscritos en este plan, pueden consultar sus avances mensuales y las premiaciones.

PROGRAMA DE CAPACITACIONES POLLA DUOC UC PARA AGENTES

Durante 2016, implementamos el primer programa de capacitación para agentes: “Venta, atención y retención de clientes”, el cual estuvo dirigido a los agentes de la zona sur de la Región Metropolitana. Participaron agentes de las comunas de La Cisterna, La Florida, La Granja, La Pintana, Peñalolén, Puente Alto, Ñuñoa y San Bernardo. En total se dictaron 24 horas pedagógicas en sesiones de tres horas.

NUEVO SISTEMA DE ADMINISTRACIÓN DE INFORMACIÓN DE AGENTES

Nuestros agentes han planteado como parte de sus principales inquietudes y necesidades respecto de nuestra gestión, dos elementos:

- ➔ Problemas operacionales y de continuidad de los sistemas de ventas.
- ➔ Adecuada visibilidad de sus ventas según producto, las comisiones asociadas a dichas ventas y la facturación efectuada por la empresa.



SONY

9:54 93%

asistente.pollachilena.cl:81/

113631 Menu Agentes

- Navegación
- Recibo de Pago
- Liquidación Semanal
- Actividad Semanal
- Ingresos Mensuales
- Guías Pendientes



La primera inquietud la hemos resuelto mediante la licitación del nuevo proveedor tecnológico. No obstante, para solucionar el segundo punto, hemos trabajado en la implementación de un nuevo proyecto que está pensado para mejorar la calidad de servicio y actualizar el sistema de administración de información de agentes, entregándoles información transparente y oportuna en relación con sus ventas, comisiones y pagos.

Con ello, logramos ser más transparentes en la entrega de información, lo cual nos permite fortalecer nuestras relaciones con los agentes y potenciar un vínculo bajo un criterio “win – win”, dado que este servicio se encuentra disponible a través de la página web en internet y mediante el teléfono móvil, facilitando a los agentes el control sobre sus cuentas.

Esto, además, nos ha permitido disminuir las consultas y reclamos de los agentes, y promueve el buen funcionamiento de los incentivos asociados al cumplimiento de las metas.

CRECIMIENTO DE LA RED DE AGENTES

Durante los últimos años hemos tenido un foco de trabajo en desarrollar y perfeccionar un método de análisis que, complementado por herramientas de georreferenciación, nos ha permitido avanzar en el perfeccionamiento de una red de agencias con la cobertura necesaria para dar cuenta de la demanda potencial en el territorio.

La definición del foco territorial, responde a la necesidad de saber dónde debemos estar ubicados para poder crecer y satisfacer la demanda de nuestros productos. Esto nos ha permitido identificar zonas geográficas de Chile que tienen un potencial de desarrollo, lo cual se captura mediante la prospección e incorporación de nuevos puntos de ventas tradicionales o cadenas de terceros.

Asimismo, con este sistema hemos logrado contar con el conocimiento adecuado del punto de venta y su entorno; el perfil demográfico de los jugadores; puntos cercanos de comercio y flujos peatonales; lo que nos permite segmentar los puntos de ventas y realizar una gestión ad hoc con el perfil de cada punto, optimizando las inversiones.

Actualmente, tenemos el desafío de comprender y replicar que los factores que determinan el desempeño de los puntos de venta en el territorio se traduzcan en un mayor conocimiento del mercado, y en una ventaja competitiva para focalizar nuestros esfuerzos comerciales en los segmentos que nos significan un mayor retorno.

MODELO DE DEMANDA

En 2016 nos dedicamos a mejorar el Modelo Econométrico de Demanda de Loto, lo cual nos ha permitido mejorar la gestión comercial. A partir de la consideración de aspectos sociales, climáticos y/o de contexto, hemos logrado determinar que las ventas de este juego se ven afectadas positiva o negativamente, por ejemplo, por las lluvias, protestas, el día del sorteo, entre otros.

Esta información -que es objetiva- nos ayuda a comprender y ordenar por importancia los factores que inciden en las ventas de los juegos y, de este modo, guiar acciones comerciales que permitan corregir la curva de demanda o bien fortalecer la gestión comercial.

DESARROLLO DE VENTAJAS COMPETITIVAS

Este conjunto de herramientas, antes mencionadas, nos ha permitido contar con ventajas competitivas que nos ayudan a segmentar a los apostadores, mejorando la oferta de productos y focalizando las acciones de control de la fuerza de venta en la calle. Así también nos ha ayudado a mejorar las relaciones con los agentes, aumentar la productividad de los vendedores y ha aumentado la satisfacción de los apostadores respecto de los servicios ofrecidos.

RECONOCIMIENTOS

En 2016 la compañía fue reconocida en el Festival ACHAP 2016, por el comercial “la suerte de ser chileno”, el cual recibió numerosas distinciones, destacando incluso como la mejor campaña corporativa del año, también fue condecorado como el mejor film publicitario con la campaña “la suerte de ser chileno 18 de septiembre” y además fuimos distinguidos como el mejor avisador del año.

NUESTROS PROVEEDORES

[G4-12]

Para nuestro negocio, el proceso de abastecimiento es clave. Por ello en los procesos de licitación se ponderan aspectos laborales, de cumplimiento de Ley 20.393, factibilidad técnica y económica.

Asimismo, cabe mencionar que una parte importante de nuestro negocio se encuentra tercerizado, lo cual implica que debemos trabajar con proveedores de excelencia, que nos permitan estar a la altura de las loterías más grandes del mundo.

Actualmente los proveedores más relevantes para el desarrollo de nuestro negocio son: el proveedor tecnológico, que es responsable de suministrar el software de administración de juegos, el centro de cómputos y los terminales para la captación de juegos en línea y su procesamiento.

Otro ámbito en el cual tenemos proveedores importantes es en materia de publicidad, en juegos instantáneos, y de productos impresos.

NUEVO PROVEEDOR TECNOLÓGICO

En el mes de enero de 2016 firmamos el contrato con nuestro nuevo proveedor tecnológico, la empresa griega INTRALOT, en base a lo establecido contractualmente, comenzamos a trabajar con la ejecución de la plataforma y la instalación de los equipos en terreno.

La fecha de inicio de la operación del nuevo proveedor tecnológico, fue el 17 de enero de 2017. Proceso que fue acompañado por Deloitte, quien realizó las pruebas y certificó la corrección del proceso y sus resultados, y por Plus Consultores, quienes efectúan las labores de PMO.



La inclusión de esta nueva plataforma nos obligó a modernizar todos nuestros sistemas de tecnología de la información.

A continuación, detallamos algunas de las principales actividades que desarrollamos durante este período en este proceso de cambio:

- Capacitación a agentes
- Desarrollo e implementación de un sistema de gestión de las cuentas corrientes de los agentes
- Sistema de gestión de calidad
- Implementación de la norma de seguridad en tecnologías de información ISO 27.001: 2013.
- Roles y perfiles SAP
- CFLOW de raspes físicos
- Plataforma XYGO de georreferenciación de puntos de venta
- Desarrollo de sistema para simular comisiones
- Pruebas de sitio de contingencia
- Sitio colaborativo

J ANEXOS



[G4-SO5]

En 2016 no se registraron casos de corrupción.

[G4-SO7]

No registramos casos de prácticas monopolísticas o contra la libre competencia.

[G4-SO8]

En primer lugar, registramos una multa en el Juzgado de Policía Local de Quintero por Protección al Consumidor, por falta de publicidad para los pronósticos deportivos de Polla Gol por un monto de 30 UTM a beneficio fiscal por infracción al art 28 de la ley 19.496 (cifra equivalente a \$ 1.379.770).

Además, registramos una sanción por un recurso de protección en la Corte de Apelaciones de Santiago, interpuesto por un apostador dado que existía una normativa que no le permitía cobrar un premio por la suma \$ 5.250, la corte lo acogió y la multa fue de \$ 150.000.

Por último, hubo una demanda laboral de procedimiento de tutela laboral, la cual fue interpuesta ante el Segundo Juzgado de Letras del Trabajo por parte de una trabajadora de Polla Chilena y se llegó a un avenimiento judicial en que hubo un pago de una determinada cantidad más sus indemnizaciones laborales correspondientes, poniéndose término a su contrato de trabajo.

[G4-HR3]

En 2016 no registramos casos de discriminación.



K

TABLA DE CONTENIDOS GRI

Indicador	Descripción	Verificación externa	Página
Contenidos básicos generales			
Estrategia y análisis			
G4-1	Carta del Presidente.	No	4
G4-2	Principales efectos, riesgos y oportunidades.	No	23
Perfil de la organización			
G4-3	Nombre de la organización.	No	8, 12
G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes de la organización.	No	12
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede de la organización.	No	12
G4-6	Número de países en donde opera la organización y países donde la organización lleva a cabo operaciones significativas o que tienen una relevancia específica para los asuntos de sostenibilidad objeto de la memoria.	No	12
G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.	No	12
G4-8	Mercados servidos (con desglose geográfico, por sectores y tipos de clientes y destinatarios).	No	12
G4-9	Determine la escala de la organización, indicando: Número de empleados; número de operaciones; ventas netas (para las organizaciones del sector privado) o ingresos netos (para las organizaciones del sector público); capitalización, desglosada en términos de deuda y patrimonio (para las organizaciones del sector privado); y cantidad de productos o servicios que se ofrecen.	No	15, 32



Indicador	Descripción	Verificación externa	Página
G4-10	a. Número de empleados por contrato laboral y sexo. b. Número de empleados fijos por tipo de contrato y sexo. c. Tamaño de la plantilla por empleados, trabajadores contratados y sexo. d. Tamaño de la plantilla por región y sexo. e. Indique si una parte sustancial del trabajo de la organización lo desempeñan trabajadores por cuenta propia reconocidos jurídicamente, o bien personas que no son empleados ni trabajadores contratados, tales como los empleados y los empleados subcontratados por los contratistas. f. Comunique todo cambio significativo en el número de trabajadores (por ejemplo, las contrataciones estacionales en la temporada turística o en el sector agrícola).	No	32
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	No	34
G4-12	Describa la cadena de suministro de la organización.	No	46
G4-13	Comunique todo cambio significativo que haya tenido lugar durante el periodo objeto de análisis.	No	8
G4-14	Indique cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución.	No	25
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.	No	17

Indicador	Descripción	Verificación externa	Página
G4-16	Lista de las asociaciones (por ejemplo, las asociaciones industriales) y las organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece y en las cuales: ostente un cargo en el órgano de gobierno; participe en proyectos o comités; realice una aportación de fondos notable, además de las cuotas de membresía obligatorias; considere que ser miembro es una decisión estratégica.	No	17
Aspectos materiales y cobertura			
G4-17	a. Elabore una lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes. b. Señale si alguna de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes no figuran en la memoria.	No	12
G4-18	a. Describa el proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto. b. Explique cómo ha aplicado la organización los Principios de elaboración de memorias para determinar el Contenido de la memoria.	No	9
G4-19	Lista de los aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria.	No	9
G4-20	Indique la cobertura dentro de la organización de cada aspecto material.	No	9
G4-21	Indique la cobertura fuera de la organización de cada aspecto material	No	9
G4-22	Consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas.	No	8
G4-23	Cambios significativos en el alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a memorias anteriores.	No	8
Participación de los grupos de interés			
G4-24	Lista de los grupos de interés vinculados a la organización.	No	27
G4-25	Indique en qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja.	No	27
G4-26	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, o señale si la participación de un grupo se realizó específicamente en el proceso de elaboración de la memoria.	No	27
G4-27	Cuestiones y problemas clave que han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés y la evaluación hecha por la organización, entre otros aspectos mediante su memoria. Especifique qué grupos de interés plantearon cada uno de los temas y problemas clave.	No	27
Perfil de la memoria			
G4-28	Periodo objeto de la memoria (por ejemplo, año fiscal o año calendario).	No	8
G4-29	Fecha de la última memoria (si procede).	No	8
G4-30	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	No	8

Indicador	Descripción	Verificación externa	Página
G4-31	Punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido de la memoria.	No	Contratapa
G4-32	a. Indique qué opción «de conformidad» con la Guía ha elegido la organización. b. Facilite el Índice de GRI de la opción elegida. c. Facilite la referencia al informe de Verificación externa si la memoria se ha sometido a tal verificación. GRI recomienda la verificación externa, aunque no es obligatoria para que la memoria sea «de conformidad» con la Guía.	No	8
G4-33	a. Describa la política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria. b. Si no se mencionan en el informe de verificación adjunto a la memoria de sostenibilidad, indique el alcance y el fundamento de la verificación externa. c. Describa la relación entre la organización y los proveedores de la verificación. d. Señale si el órgano superior de gobierno o la alta dirección han sido partícipes de la solicitud de verificación externa para la memoria de sostenibilidad de la organización.	No	8
Gobierno			
G4-34	Estructura de gobierno de la organización, sin olvidar los comités del órgano superior de gobierno.	No	18, 20
G4-35	Proceso mediante el cual el órgano superior de gobierno delega su autoridad a la alta dirección y a determinados empleados en cuestiones de índole económica, ambiental y social.	No	20
G4-36	Indique si existen en la organización cargos ejecutivos o con responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales, y si sus titulares rinden cuentas directamente ante el órgano superior de gobierno.	No	20
G4-38	Composición del órgano superior de gobierno y de sus comités.	No	18, 20
G4-39	Indique si la persona que preside el órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo. De ser así, describa sus funciones ejecutivas y las razones de esta disposición.	No	18
G4-40	Describa los procesos de nombramiento y selección del órgano superior de gobierno y sus comités, así como los criterios en los que se basa el nombramiento y la selección de los miembros del primero.	No	18
G4-41	Describa los procesos mediante los cuales el órgano superior de gobierno previene y gestiona posibles conflictos de intereses.	No	22
G4-42	Describa las funciones del órgano superior de gobierno y de la alta dirección en el desarrollo, la aprobación y la actualización del propósito, los valores o las declaraciones de misión, las estrategias, las políticas y los objetivos relativos a los impactos económico, ambiental y social de la organización.	No	20

Indicador	Descripción	Verificación externa	Página
G4-43	Medidas que se han adoptado para desarrollar y mejorar el conocimiento colectivo del órgano superior de gobierno con relación a los asuntos económicos, ambientales y sociales.	No	18
G4-46	Función del órgano superior de gobierno en el análisis de la eficacia de los procesos de gestión del riesgo de la organización en lo referente a los asuntos económicos, ambientales y sociales.	No	18
G4-47	Indique con qué frecuencia analiza el órgano superior de gobierno los impactos, los riesgos y las oportunidades de índole económica, ambiental y social.	No	20
G4-48	Indique cuál es el comité o el cargo de mayor importancia que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización y se asegura de que todos los aspectos materiales queden reflejados.	No	18
G4-51	Describa las políticas de remuneración para el órgano superior de gobierno y la alta dirección.	No	20
Ética e integridad			
G4-56	Describa los valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos.	No	14, 22
G4-57	Describa los mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita, y para consultar los asuntos relacionados con la integridad de la organización, tales como líneas telefónicas de ayuda o asesoramiento.	No	22
G4-58	Describa los mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización, tales como la notificación escalonada a los mandos directivos, los mecanismos de denuncia de irregularidades o las líneas telefónicas de ayuda.	No	22

Contenidos básicos específicos

Categoría: Economía

G4-EC1	Valor económico directo generado y distribuido.	No	15
G4-EC3	Límite de las obligaciones de la organización debidas a programas de prestaciones sociales.	No	35

Categoría: Medio ambiente

G4-EN3	Consumo energético interno.	No	31
G4-EN5	Intensidad energética.	No	31
G4-EN6	Reducción del consumo energético.	No	31

Categoría: Desempeño social

Prácticas laborales y trabajo digno

G4-LA1	Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por edad, sexo y región.	No	32
G4-LA2	Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no se ofrecen a los empleados temporales o a media jornada, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.	No	35

Indicador	Descripción	Verificación externa	Página
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.	No	37
G4-LA10	Programas de gestión de habilidades y formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales.	No	34
G4-LA11	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional.	No	36
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.	No	18
G4-LA13	Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.	No	37
G4-LA15	Impactos significativos, reales y potenciales, de las prácticas laborales en la cadena de suministro, y medidas al respecto.	No	37
Derechos Humanos			
G4-HR3	Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	No	48
Sociedad			
G4-SO4	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.	No	22
G4-SO5	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	No	48
G4-SO7	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	No	48
G4-SO8	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa.	No	48



[G4-31]

Contacto:

Sergio Ghisolfo

Gerencia Control Corporativo

sergio.ghisolfo@pollachilena.cl

