



CASA DE MONEDA DE CHILE

REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2017







CASA DE MONEDA DE CHILE

REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2017



CARTA DEL PRESIDENTE DE LA EMPRESA

Visión y estrategia de sostenibilidad



Queremos manifestar nuestra satisfacción por haber iniciado este camino con gran esfuerzo, con el **compromiso de que avanzaremos** cada año en esta senda, en línea con las políticas del Estado de Chile.

Estimados,

Casa de Moneda de Chile, como la empresa más antigua del país, busca mantener altos estándares de calidad y seguridad, por esto resulta fundamental el desarrollo y aplicación de una política de sostenibilidad que nos permita posicionarnos como líderes en la región en materias de sostenibilidad empresarial. Entendemos que hoy no es sensato administrar una empresa sin considerar a la comunidad y al medioambiente, actores que han tomado una relevancia a la altura de los accionistas de la compañía.

Nuestra política de sostenibilidad contiene 4 pilares fundamentales que guiarán las actividades a implementar para una operación responsable y sostenible:

Primero, en el ámbito de gobierno corporativo, hemos sofisticado nuestros procesos con la finalidad de incorporar fuertemente el compromiso con la transparencia, alcanzando los más altos

niveles en las empresas SEP. A su vez, comprendemos que la ética es un valor preponderante a la hora de desarrollar negocios, junto con el respeto por la legalidad y los derechos humanos.

En segundo lugar, el ámbito económico resulta un pilar fundamental en nuestra gestión como empresa de todos los chilenos, procurando un equilibrio entre la rentabilidad económica y el desarrollo de negocios sostenibles. Buscamos el liderazgo en la región y sostener relaciones a largo plazo con nuestros clientes, entregando productos de alta calidad y seguridad. Por otra parte, la productividad resulta un factor crucial para una sostenibilidad financiera, por lo que el bienestar laboral es un eje central, el cual fomentamos con prácticas laborales justas en un ambiente de trabajo seguro y favorable. Por último, la innovación se ha transformado en un desafío permanente debido a los cambios disruptivos del mercado.

El tercer pilar es el ambiental, ante lo cual hemos comprendido el impacto que generamos en nuestro entorno, desarrollando medidas y mecanismos de protección al medioambiente, a través de procesos establecidos en la ISO 14001. También estamos trabajando en migrar parte de nuestra matriz energética a energías renovables no convencionales que nos permitirán mantener bajos niveles de emisiones a partir del año 2019.

Por último, el pilar social, que de manera interna busca brindar beneficios reales a nuestros colaboradores(as), generando mayores espacios de igualdad entre hombres y mujeres y ayuda a conciliar de mejor manera la vida laboral con la personal. También entendemos que es importante el relacionamiento de la empresa con la comunidad cercana, fomentando la participación activa entre distintos actores locales, propiciando espacios de articulación y reflexión con miras a un territorio sostenible.

Queremos manifestar nuestra satisfacción por haber iniciado este camino con gran esfuerzo, con el compromiso de que avanzaremos cada año en esta senda, en línea con las políticas del Estado de Chile el cual ha suscrito el Acuerdo de París, la Agenda 2030 de los 17 objetivos de Desarrollo Sostenible. Todo esto, porque entendemos que la sostenibilidad más que un deber, debe ser parte de la cultura empresarial, la que nos permitirá a futuro obtener mayores niveles de rentabilidad para esta empresa de todos los chilenos y chilenas.

Muchas gracias,

Sergio Henríquez Díaz
Presidente del Directorio
Casa de Moneda de Chile S.A.

CARTA DEL GERENTE GENERAL

Estrategia y desarrollo de acciones específicas



Aumentar el valor de una compañía y la sostenibilidad no son términos contradictorios y se relacionan con el horizonte de vida esperado de la empresa.

El término “sustentable” se aplicó inicialmente a los denominados ecosistemas y se refiere a un entorno biológico que es capaz de crecer y sostenerse a sí mismo sin ayuda externa y sin agotar los recursos.

Por analogía, en el mundo empresarial, una empresa sostenible es aquella que es capaz de crear valor económico, medioambiental y social en el corto y largo plazo, contribuyendo así al progreso de las generaciones actuales y futuras. Está implícito en su definición que una empresa sostenible es aquella que seguirá existiendo en el largo plazo.

¿Por qué las empresas deberían incorporar en sus objetivos corporativos el tema de la sostenibilidad? El objetivo de todas las empresas es maximizar su valor y existe la percepción de que cuando se habla de sostenibilidad se termina aumentando el costo de los procesos productivos, sin que ello se traduzca en beneficios para la compañía.



Aumentar el valor de una compañía y la sostenibilidad no son términos contradictorios y se relacionan con el horizonte de vida esperado de la empresa. Si los dueños de una compañía están visualizando un tiempo de vida de su empresa relativamente corto, la sostenibilidad no tiene sentido. Por el contrario, si los dueños aspiran a que la compañía se mantenga en el largo plazo, la sostenibilidad es clave, aún cuando en el corto plazo deban asumir una utilidad algo menor que la deseada o posible. La ciudadanía está exigiendo a las empresas que cada día sean más responsables en temas medioambientales y sociales y esta exigencia crece a pasos agigantados.

Décadas atrás, la subsistencia de las empresas sólo estaba relacionada con sus resultados económicos, es decir, que fueran un buen “negocio” para sus dueños. Hoy en día -y en el futuro cada vez más-, la subsistencia de una empresa requiere además que los ciudadanos perciban que su existencia o permanencia es buena, útil y necesaria para la sociedad.

Los inversionistas están mirando cada día con mayor interés este tipo de evaluaciones, por cuanto se han dado cuenta que los riesgos de invertir en empresas “sostenibles” son menores, y eso ha provocado que las empresas denominadas “sostenibles” aumenten su valoreconómico. Portanto, sostenibilidad y creación de valor económico no son cuestiones contradictorias como se piensa.

El trabajo de CMCH en este tema se inició durante el 2015, con la reformulación de su Política de RSE y Valor Compartido

La ciudadanía
está exigiendo a
las empresas que
cada día sean
más responsables
en temas
medioambientales
y sociales y esta
exigencia crece a
pasos agigantados.



(aprobada en dic-2015), conforme a los lineamientos del SEP y la incorporación de la Sostenibilidad como un objetivo estratégico.

Esto que suena simple, no lo es. Incorporar dentro de una empresa como un objetivo estratégico el concepto de sostenibilidad, es una tarea larga y compleja que requiere muchas horas de conversación del equipo ejecutivo de modo que se entienda el concepto. Una vez que el equipo ejecutivo dispone de un acuerdo básico, se puede iniciar el trabajo con las colaboradoras y colaboradores.

CMCH es una empresa cuyo equipo administrativo es reducido y por tanto, para avanzar en el tema de sostenibilidad en el 2016, contrató la asesoría externa de la empresa Triple Impacto. Lo primero que se realizó fue un diagnóstico interno y externo para entender el lugar que ocupa la empresa y su impacto en sus grupos de interés. Para ello, entre otras cosas, se aplicaron encuestas a las colaboradoras y colaboradores, clientes, proveedores y comunidad, con la finalidad de contar con información específica que sirviera de insumo para la elaboración de las líneas de trabajo.

En una segunda etapa se diseñaron dichas líneas de trabajo con proyectos específicos para analizar su viabilidad y su posible implementación en la empresa. Es así como desde 2016 comenzó a sesionar la Mesa Territorial, que está conformada por más de 15 organizaciones del sector, con el objetivo de avanzar hacia un territorio inteligente y sostenible. Otro de los proyectos que se definió y se implementará antes de fin de año es el Jardín Ecológico, que

pretende ser un espacio de aprendizaje para los niños y niñas y toda la comunidad de Casa de Moneda. En forma paralela se ha trabajado con las gerencias de la empresa para impregnar el concepto de sostenibilidad en todos los colaboradores(as) y hacerlo parte del cotidiano, tarea no menor y que implica un cambio cultural.

En este espacio de aprendizaje, entendimos que al certificarnos en la norma de Igualdad de Género y Conciliación de la vida laboral, familiar y personal (NCh 3262), estábamos también avanzando en sostenibilidad; porque es un hecho que las organizaciones que mantienen equipos más equilibrados son más productivas, y que las buenas prácticas y detección de brechas contribuyen a ambientes laborales más comprometidos.

Toda esta información recopilada es un insumo valioso a la hora de comenzar el nuevo proceso que permitirá a Casa de Moneda elaborar su primer Reporte de Sostenibilidad, el cual será entregado en marzo de 2018.

De esta forma, la sostenibilidad pasa a ser un pilar estratégico en el quehacer de la empresa, porque entendemos que esta nueva visión que fue plasmada en los objetivos de la Agenda para el Desarrollo Sostenible, y que ha suscrito nuestro país con Naciones Unidas, es un proceso que no tiene vuelta atrás. Aunque el desafío es enorme, estamos conscientes de que no podemos quedar ajenos a esta nueva mirada más profunda de cómo hacemos las cosas y su impacto directo en nuestro entorno.







INDICE

	Pag
Carta del	
- Presidente de la empresa	4
Carta del	
- Gerente General	6
01 Casa de Moneda de Chile	13
02 Gobierno Corporativo	37
03 Nuestros Colaboradores(as)	49
04 Relación con los Proveedores	61
05 Relación con la Comunidad	71
06 Nuestros Clientes	79
07 Materialidad	83
08 Grupos de Interés	91
09 Proyectos de Sostenibilidad	97
10 Vinculación con los Objetivos para el Desarrollo Sostenible	109
11 Sobre este Reporte	115
12 Compromisos	119





CAPÍTULO 01 / CASA DE MONEDA DE CHILE

NUESTRA HISTORIA E INFORMACIÓN RELEVANTE



RESEÑA HISTÓRICA



1743

CREACIÓN

Por cédula del Rey de España Felipe V, se crea la Casa de Moneda de Chile.



1770

INCORPORACIÓN

El Rey Carlos III incorpora a Casa de Moneda al patrimonio de la corona.

1783

NUEVO EDIFICIO

El arquitecto Joaquín Toesca comienza la construcción del nuevo edificio de Casa de Moneda, hoy llamado Palacio de La Moneda.



1846

CASA DE GOBIERNO

La residencia presidencial, las oficinas de la presidencia y algunos ministerios se trasladan al edificio de Casa de Moneda de Chile, donde cohabitan con la acuñación de monedas.



1927

FUSIÓN

Casa de Moneda se fusiona con la Fábrica de Billetes y Especies Valoradas, lo que da origen a la Casa de Moneda y Especies Valoradas.

Una moneda de oro con la imagen del Rey Fernando VI de España fue la primera pieza que se acuñó en los talleres de Casa de Moneda de Chile. Con casi tres siglos de historia es la empresa más antigua de Chile en el rubro de la acuñación de monedas y la impresión de billetes que aún se encuentra en funcionamiento.



1749

PRIMERA MONEDA

Se acuña la primera media onza de oro con la imagen de Fernando V.

1772

PRIMER SUPERINTENDENTE

Mateo de Toro y Zambrano es nombrado Superintendente de la institución y la Casa de Moneda de Chile se traslada al Colegio Máximo de San Miguel.



1805

INAUGURACIÓN

Casa de Moneda se instala en su nuevo edificio, construcción que actualmente es la sede del gobierno nacional.

1914

IMPRESOS VALORADOS

Se crea la Fábrica de Billetes y Especies Valoradas.



1953

NOMBRE OFICIAL

Se oficializa el actual nombre de la empresa, Casa de Moneda de Chile.



2009/2010 SOCIEDAD ANÓNIMA

Casa de Moneda de Chile se constituye como sociedad anónima cerrada. La empresa comienza un profundo plan de reestructuración para convertirse en líder de la industria en Latinoamérica.



2014 PLAN DE INVERSIÓN ETAPA A2

Comprende nuevas obras de habilitación de la línea de billetes, para cumplir los estándares de calidad y seguridad que exigen nuestros clientes. Se construyen nuevas bóvedas y se aumentan las prestaciones del sistema de seguridad. Asimismo, se actualizan los procedimientos de impresión. Una vez terminadas estas obras, fue posible iniciar en enero del 2015 la fabricación de billetes con la nueva tecnología.



2016 CAMBIO CULTURAL

Concluye la Etapa B y se realizan las gestiones para iniciar la Etapa C, que considera la remodelación de las dependencias de Acuñación Monetaria. Se realiza también una reestructuración del área productiva, creando la Gerencia de Producción

Asimismo, en este año, se concreta un nuevo Plan Estratégico para los próximos años, cuyo acuerdo involucra todos los niveles de la empresa. Se comienza con el diagnóstico interno y externo de la empresa en materias de sostenibilidad y el desarrollo de lineamientos de trabajo.



2011/2013 PLAN DE INVERSIÓN ETAPA A1

El gobierno de Chile aprueba un plan de inversión cercano a los US\$ 90 millones para que Casa de Moneda de Chile S.A. adquiera una línea de producción de billetes de última tecnología y realice mejoras en sus instalaciones. La Etapa A1 de esta inversión es inaugurada a fines del 2013.

2015 NUEVA LÍNEA BILLETES ETAPA B

Se inicia el plan de modernización aprobado, que comprende un conjunto de obras que permiten mejorar sustancialmente la operación interna de la empresa. Las obras incluyen un acceso independiente para valores, así como la ampliación de las oficinas de administración. Se concretan los primeros contratos de impresión.

Se define la Política de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de Casa de Moneda, en su continuo compromiso de avanzar hacia una empresa sostenible.

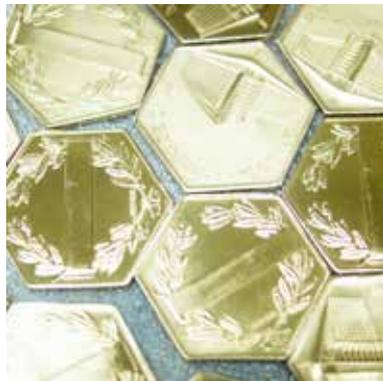
2017 EXCELENCIA OPERACIONAL

Se continúa con el plan estratégico con foco en la excelencia operacional.

Se evalúa y se aprueba por decreto el proyecto de remodelación del edificio de acuñación monetaria, el cual se ejecutará el 2018.

Se trabaja en la implementación de la estrategia de sostenibilidad de Casa Moneda, desarrollando el Reporte de Sostenibilidad para el ejercicio 2017, que será el puntapié inicial para abordar y gestionar de manera eficiente este tema.





En respuesta a las demandas del mercado, Casa de Moneda ha avanzado en la modernización y especialización de sus plantas productivas.



NUESTRO NEGOCIO

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2 74 años de trayectoria, ubican a Casa de Moneda de Chile S.A. como la empresa más antigua del país. Su objeto social, señalado en la Ley N° 20.309, corresponde a la fabricación de cuños y la elaboración de monedas; la fabricación de planchas, la impresión de billetes y la creación de otros instrumentos para la transferencia de fondos y medios de pago.

También se incluye la impresión, creación y/o elaboración de especies valoradas y documentos o elementos de fe pública que requieran de altos estándares de seguridad; como la fabricación de timbres y certificados para diversos documentos de carácter público y privado que son objeto de pago de algún tributo. La empresa además está a cargo de la producción de todas las placas patentes de los vehículos motorizados que circulan en el país.

En respuesta a las demandas del mercado, Casa de Moneda ha avanzado en la modernización y especialización de sus plantas productivas, destacando el fortalecimiento de las dos líneas de negocios creadas el 2016, estas son la fabricación de tarjetas inteligentes en el mercado nacional y latinoamericano y la custodia de valores para la banca chilena.

Garantizar altos estándares de seguridad, calidad y confiabilidad es una premisa fundamental para todos (as) quienes forman parte de Casa de Moneda de Chile, la cual está plasmada en sus valores y es aplicada a sus diversas unidades de negocio, con el fin de garantizar un producto de excelencia a todos(as) sus clientes.



PRINCIPALES LÍNEAS DE NEGOCIO



IMPRESIÓN DE BILLETES DE SEGURIDAD

Los billetes, también conocidos como “papel moneda”, son instrumentos negociables que se utilizan como tipo de dinero en forma de pagaré y son emitidos por los bancos centrales y gobiernos de los países.

Casa de Moneda ha producido billetes desde principios del siglo XX. Los diseños combinan múltiples componentes que potencian tanto los elementos visuales como los artísticos a través de procesos que se centran en dibujos y entintados. A partir del 2013 se ha instalado una nueva línea de producción de billetes con la más alta tecnología disponible en el mercado, lo que nos permite producir billetes tanto a nivel nacional como en Latinoamérica.



ACUÑACIÓN MONETARIA

Las monedas se acuñan en un proceso por medio del cual se imprime un sello o relieve sobre un cospel metálico. Cada moneda se golpea por ambos lados con un cuño único que genera una imagen en el anverso y otra en el reverso, de esta forma creamos las monedas que se usan tanto en Chile como en diversos países de Latinoamérica.

Casa de Moneda acuña monedas desde 1749. Primero se hizo para el país, cuando aún era una colonia española, y actualmente se hace también para otras naciones; en línea con la estrategia de posicionamiento que posee para Latinoamérica. Para ello se utilizan máquinas automáticas, ajustándonos así a las altas exigencias de las normas internacionales vigentes para la producción de monedas.





IMPRESIÓN DE DOCUMENTOS DE SEGURIDAD

Casa de Moneda cuenta con una línea de impresión de productos tales como: Licencias de Conducir, Certificados de Revisión Técnica (y sus derivados) y Permisos de Circulación para vehículos motorizados. A esto, se suma una infraestructura de seguridad en todo el proceso productivo que permite proporcionar calidad y confiabilidad a los clientes.

La empresa no solo busca fabricar estos productos sino también entregar valor agregado a nuestros clientes nacionales mediante el desarrollo de tecnologías que refuercen la seguridad y trazabilidad de estos documentos valorados.



CUSTODIA DE VALORES

Se cuenta con seguridad, infraestructura y marco normativo necesario para la custodia de valores para la banca nacional, dentro de sus instalaciones CMCH cuenta con bóvedas de alta seguridad con tecnología de punta que incluyen:

- Cámaras de Seguridad.
- Detectores de Humo.
- Sensores de Movimiento.
- Sistemas de Vigilancia.



Garantizar altos estándares de **seguridad, calidad y confiabilidad** es una premisa fundamental para todos(as) quienes forman parte de Casa de Moneda de Chile, la cual está plasmada en sus valores y es aplicada a sus diversas unidades de negocio.



PLACAS PATENTES

La moderna línea de producción de placas patentes con la que cuenta la empresa, permite satisfacer la necesidad del mercado nacional, al contar con altos estándares de seguridad y tecnología. Las placas vehiculares pueden ser fabricadas en una amplia gama de colores, tamaños y diseños. En los últimos años se ha aumentado la seguridad de este producto mediante un holograma de seguridad y la incorporación de una nueva tipografía para evitar su falsificación.



TARJETAS INTELIGENTES

Desarrollo y fabricación personalizada de Smart Card o Tarjetas Inteligentes tanto para clientes nacionales como internacionales. Cuentan con la más alta seguridad del mercado y la mejor tecnología para proteger la información y los productos de sus clientes. CMCH está acreditada por Metro de Santiago, Metro de Valparaíso y Banco Estado.

Además, la empresa cuenta con un software de base de datos certificado y aprobado de nivel mundial, lo que fortalece la gestión de la información y permite la personalización de productos, según las necesidades del cliente. Por último, tenemos disponible el servicio de implementación de sistema de seguridad

y manejo de datos, a través de tarjetas inteligentes y otros medios, que consiste en apoyar a nuestro cliente en el diseño y materialización de su sistema de control de acceso y manejo de datos sensibles. Casa de Moneda de Chile cuenta con la experiencia y acreditaciones internacionales para convertirse en un referente nacional en esta materia. Nuestros productos son:

- Tarjetas con Tecnología RFID.
- Tarjetas Bancaria.
- Tarjetas Complejas de Datos.
- Tarjetas de Identificación y/o credenciales.
- Tarjetas Tipo Monedero.
- Gift Cards.



ESTRUCTURA DE PROPIEDAD

Casa de Moneda es una sociedad anónima cerrada de propiedad del Estado, dedicada al giro de acuñación e impresión de valores y documentos de fe pública. La creación de CMCH fue autorizada por Ley de Quórum Calificado N° 20.309 promulgada el 2 de diciembre de 2008, y publicada el 11 de diciembre del mismo año. Se constituyó por escritura pública el 1 de junio de 2009, ante Notario Público Titular de Santiago, doña Nancy de la Fuente Hernández.

La inscripción del extracto se realizó en el registro de comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago a fojas 24.870 N° 16.972 de 3 de junio de 2009 y se publicó en Diario Oficial N° 39.378 con fecha 4 de junio de 2009.

El capital inicial ascendía a CLP \$26.258.193.191, dividido en 10.000.000 de acciones nominativas y sin valor nominal. Su capital se encuentra aportado, suscrito y pagado, dividido en 9.900.000 acciones equivalentes al 99% del capital social pertenecientes a CORFO y 100.000 acciones equivalente al 1% del capital social pertenecientes al Fisco de Chile.

Según el último aumento de capital acordado en la Junta Extraordinaria de Accionistas del 30 de enero de 2014, el capital estatutario de la empresa quedó en \$35.079.993.191 pesos dividido en 13.360.000 acciones, de las cuales 13.226.400 acciones equivalentes al 99% del capital social pertenecen a CORFO y 133.600 acciones equivalente al 1% del capital social pertenecen al Fisco de Chile.

Queremos manifestar
nuestra satisfacción
por haber iniciado
este camino con
gran esfuerzo, con el
compromiso de que
avanzaremos cada
año en esta senda, en
línea con las políticas
del Estado de Chile.



99%



1%



Su capital se encuentra aportado, suscrito y pagado, dividido en acciones equivalentes al 99% del capital social pertenecientes a CORFO y al 1% del capital social pertenecientes al Fisco de Chile.





DESEMPEÑO ECONÓMICO Y FINANCIERO

RÉGIMEN ECONÓMICO Y FISCALIZACIÓN

Para efectos de publicidad y divulgación de información, Casa de Moneda de Chile S.A. se encuentra bajo la supervisión de la Superintendencia de Valores y Seguros. Los estados financieros son auditados por firmas externas y la Contraloría General de la república es el organismo encargado de fiscalizar los aportes y subvenciones del fisco.

Además, la empresa está supeditada a la evaluación de su gestión estratégica, a través del Sistema de Empresas Públicas (SEP), que actualmente agrupa a 22 empresas cuyo propietario o accionista es el Estado de Chile y representa los derechos de CORFO como accionista mayoritario.

IDENTIFICACIÓN DE LA COMPAÑÍA

Nombre

Casa de Moneda de Chile S.A.

Nombre de Fantasía

Casa Moneda, CMCH.

Rol Único Tributario

N° 60.806.000-6

Domicilio Legal

**Avenida Portales N°3586, Estación
Central, Santiago, Chile.**

Teléfono

+562 2598 5100

Dirección Internet

www.casamoneda.cl

E-mail de contacto

contacto@casamoneda.cl



VALOR ECONÓMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO

El valor económico generado por Casa de Moneda durante el ejercicio 2017 asciende a la suma de MUSD 58.390, lo que equivale a un crecimiento de un 11% respecto del valor generado en el año 2016, esto se debe principalmente a los mayores ingresos por contratos de monedas adjudicados durante el año con el Banco Central de Chile y a los ingresos de nuestra línea de negocios de tarjetas.

Por otro lado, el valor económico distribuido en el período es de MUSD 55.922, lo que corresponde a una variación de un 8% con respecto al período anterior, producto de los mayores costos de ventas incurridos en la fabricación y distribución de nuestras líneas principales.

VALOR ECONÓMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO		M\$USD		
		2016	2017	VAR
Valor económico generado		52.781	58.390	11%
	Ingresos ordinarios	52.045	57.963	11%
Ingresos	Ingresos Financieros	63	76	20%
	Otros Ingresos	673	350	-48%
Valor económico Distribuido		51.598	55.922	8%
Costos	Costos de ventas	32.270	35.252	9%
operativos	Otros Costos de ventas	3.330	2.875	-14%
Gastos financieros		2.173	2.146	-1%
Gastos de administración y otros		13.825	15,649	13%
EBITDA		7.325	9.114	24%
Utilidad después de impuestos		522	1.863	257%

PRINCIPALES RESULTADOS DEL PERÍODO

Durante el ejercicio 2017, los activos totales disminuyeron en alrededor de un 7% respecto del año 2016, esto se debe principalmente a la amortización de deuda de largo plazo en alrededor de MUSD 5.000 y la inversión ha sido menor a la depreciación este año.

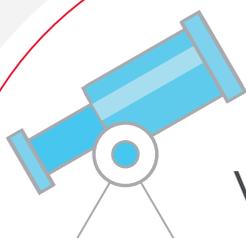
Los principales gastos financieros están asociados al financiamiento por la compra de las máquinas de la línea de billetes, crédito obtenido con el Banco BNP Paribas en el año 2013.

A su vez la capacidad de generar valor aumentó considerablemente, el EBITDA superó en un 24% lo logrado durante el 2016, alcanzando los MUSD 9.114.

La ganancia del período alcanzó MUSD 1.863, triplicando a la utilidad del año 2016.

■ Para más información revisar nuestra memoria corporativa donde están los estados financieros.





VISIÓN

Honrar nuestros compromisos con clientes de Chile y Latinoamérica como un fabricante de excelencia de valores y documentos de seguridad para la ciudadanía, aplicando los más altos estándares de calidad mundial.



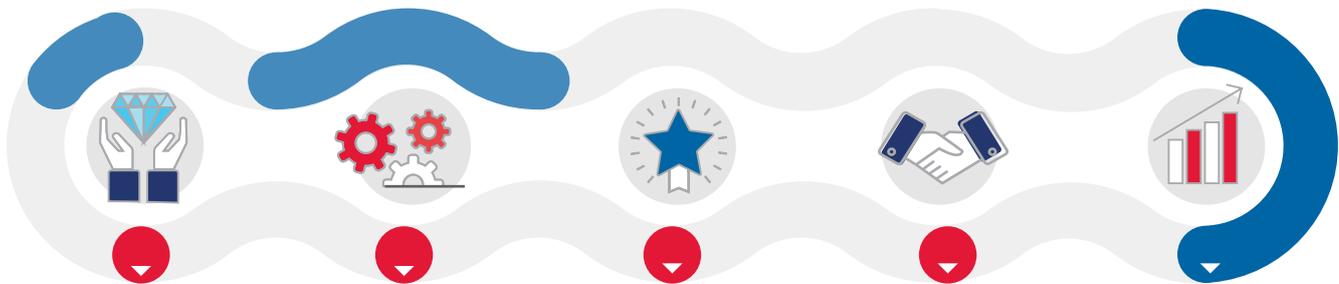
MISIÓN

Proveer a sus clientes estatales o privados, nacionales e internacionales, de productos y servicios de impresión de alta seguridad, acuñación, identificación, trazabilidad fiscal y otras especies valoradas, de forma competitiva y confiable, cumpliendo con los más altos estándares mundiales de calidad y seguridad, dentro de un riguroso marco ético y de respeto hacia la comunidad y el medioambiente.

NUESTRA ESTRATEGIA

IDENTIDAD CORPORATIVA

VALORES



HONRAR

Por sobre todo, actuar con respeto ante nuestros clientes y colaboradores(as).

COMPROMISO

Lograr mejores resultados colaborando con otros.

EXCELENCIA

Hacer el trabajo superando las expectativas del cliente interno y externo.

CONFIANZA

Cultivar día a día nuestras competencias y habilidades

CRECER

Ser protagonista del crecimiento, asumiendo la responsabilidad como si fuera tu propio negocio.

PILARES



PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Durante el período 2016 - 2017, se ha desarrollado el proceso de planificación estratégica, el cual permitirá seguir manteniendo el liderazgo en la región. No ha sido un proceso fácil, ya que la empresa ha pasado por un importante cambio de cultura organizacional y empresarial, pasando de ser un servicio público a una sociedad anónima, y modernizando la línea de billetes para poder ser un actor relevante a nivel nacional e internacional. Junto a esto, se ha empezado el proceso para ser proveedores certificados del Banco Central de Chile (BCCH). Éste ha sido un largo y profundo proceso de reingeniería, para lo cual se han definido 5 focos estratégicos.



FOCO 1

RESULTADOS FINANCIEROS:

Se está creando una cultura de rendición de cuentas a nivel gerencial y táctico por negocio, ampliando la visión de los resultados a indicadores de proceso, monitoreando mensualmente los indicadores clave para la gestión del negocio.



FOCO 2

CAPTURA DE NEGOCIOS

MERCADO LATAM: Se está ampliando la cartera de clientes, con especialización en denominaciones de baja y media complejidad, a su vez se profundizando en el relacionamiento comercial con clientes y proveedores.



FOCO 3

INGRESOS POR NUEVOS

PRODUCTOS Y SERVICIOS:

La nueva línea de tarjetas permite diversificaciones en torno a las nuevas demandas de la sociedad actual. A su vez el servicio de custodia de valores permite ofrecer a los bancos un servicio único, con altos niveles de seguridad propios de nuestra empresa. Por último estamos trabajando fuertemente con municipios y organismos reguladores para poder abordar de mejor manera las nuevas necesidades existentes y dar soluciones de alta calidad.



FOCO 4

EXCELENCIA OPERACIONAL: Se logra a través de las certificaciones, las que demuestran el compromiso que tiene la empresa con la calidad. A su vez, la mejora continua en los procesos permite un aprendizaje constante que da garantías de los altos estándares de calidad que tenemos.



FOCO 5

CLIMA LABORAL: Los colaboradores(as) están en el centro del negocio, así se definió en este foco. La implementación de la norma de igualdad de género y conciliación de la vida laboral, personal y familiar permite empujar los estándares internos a un alto nivel, centrando los esfuerzos en mejorar el clima laboral, y elevar el nivel de satisfacción y calidad de vida de las personas. Casa de Moneda busca ser una empresa que atraiga talento y desarrolle innovación como principal factor para competir en el mercado. Todo lo anterior va en la dirección de promover el desarrollo sostenible de CMCH.



POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL



SOSTENIBILIDAD

La política de sostenibilidad se enmarca en la búsqueda de la mejora continua y está en línea con el desarrollo de las políticas públicas y los lineamientos del Sistema de Empresas Públicas (SEP).

Posicionarse como un actor social dentro del ámbito de interés es un factor relevante, es por esto que se desarrolla e implementa la primera política de Sostenibilidad, la que tiene como objetivo definir los impactos y riesgos que genera la operación de la empresa, los alcances de responsabilidad e influencia de éstos y las actividades de mitigación y generación de valor para una operación responsable y sostenible en el tiempo, que permita crear ventajas competitivas, valor social y ambiental de acuerdo a la relación con los distintos grupos de interés.

De acuerdo al contexto planteado anteriormente, se han definido 4 pilares fundamentales que guiarán las actividades a implementar para una operación responsable y sostenible:



1. GOBIERNO CORPORATIVO:
Reconocer la importancia de los procesos para la correcta toma e implementación de decisiones para lograr los objetivos, los cuales se enmarcan dentro de un sistema de gestión eficaz. Estos son; el compromiso con la transparencia, la ética, el respeto a la legalidad y a los derechos humanos, considerando buenas prácticas empresariales de acuerdo a la misión, visión y valores de CMCH





2. ECONÓMICO:

El ámbito económico es un pilar fundamental en la gestión, por lo que se entiende la importancia de la debida sostenibilidad financiera, el desarrollo de la marca corporativa, el fomento de las relaciones con los clientes, la protección de la privacidad de los grupos de interés y la gestión de la cadena de valor. A esto se suma el bienestar laboral, fomentando prácticas laborales justas y un ambiente de trabajo seguro y favorable para el desarrollo de los colaboradores (as). También en el ámbito de lo económico, se incorpora la innovación y la mejora continua de tecnologías y procesos como parte fundamental de la operación.



3. AMBIENTAL:

Entender la relevancia de desarrollar medidas y mecanismos de protección del medio ambiente, en línea con las políticas públicas y los estándares internacionales, implementando buenas prácticas en la operación, gestionando los impactos y riesgos medioambientales, considerando el uso eficiente de recursos y la rendición transparente de cuentas dentro del marco de un sistema de gestión integrado.



4. SOCIAL:

El valor generado por la empresa debe beneficiar tanto a la organización como a los distintos grupos de interés, basándose en buenas prácticas laborales y sociales. Se debe aportar al desarrollo de las comunidades relacionadas con la organización, considerando el respeto a los derechos humanos e implementando estrategias y mecanismos de inversión social.

Las actividades de estos 4 pilares serán implementadas y gestionadas con el objetivo de alcanzar el desarrollo sostenible, para lo cual se debe implementar un cronograma anual de trabajo, procedimientos y reportabilidad, basado en los lineamientos previamente establecidos.



ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

La estrategia de sostenibilidad que se ha instalado en Casa de Moneda se sitúa como el eje rector, para empujar desde la empresa el Desarrollo Sostenible, el cual se entiende como:

La capacidad de satisfacer las necesidades del presente, sin comprometer las necesidades de futuras generaciones.

Es importante comprender el contexto en el cual se desenvuelve la empresa; siendo por un lado una empresa pública, que debe mantener altos estándares de calidad para abordar su misión y a su vez una ética propia de una empresa del Estado. Por otra parte, la industria de casas de moneda a nivel mundial presenta ciertas particularidades, como el hecho de no presentar competencia directa a nivel nacional, pero sí regional, y el hecho de que en general las casas de moneda a nivel internacional se encuentran muy poco avanzadas en temas de sostenibilidad, lo cual se observa como una oportunidad al entender que se puede obtener una diferenciación y ventajas competitivas con la estrategia sostenible planteada.

La estrategia de Sostenibilidad de Casa de Moneda de Chile busca en primera instancia la generación de una cultura organizacional sostenible, teniendo en cuenta que los colaboradores (as) son el eje central del desarrollo de la empresa. Por ende, son estos quienes le dan vida a los profundos cambios con miras a un futuro que esté acorde con los Objetivos de Desarrollo Sostenible planteados en la agenda 2030. Todo esto permitirá

que la Sostenibilidad se transforme en el centro de la estrategia de negocios, desarrollando proyectos afines y de valor compartido, logrando rentabilizar estas acciones en el mediano y largo plazo, éstas últimas, con mayor competitividad y menores riesgos sociales y ambientales.

Otro punto central será la fuerte relación con los grupos de interés, en especial con los colaboradores (as), principales clientes y proveedores estratégicos. De esta forma se profundizarán relaciones con miras al desarrollo de proyectos en conjunto y a la mitigación de potenciales externalidades negativas.

ACCIONES 2015



- Se sanciona política de Responsabilidad Social Empresarial por el Directorio.

ACCIONES 2016

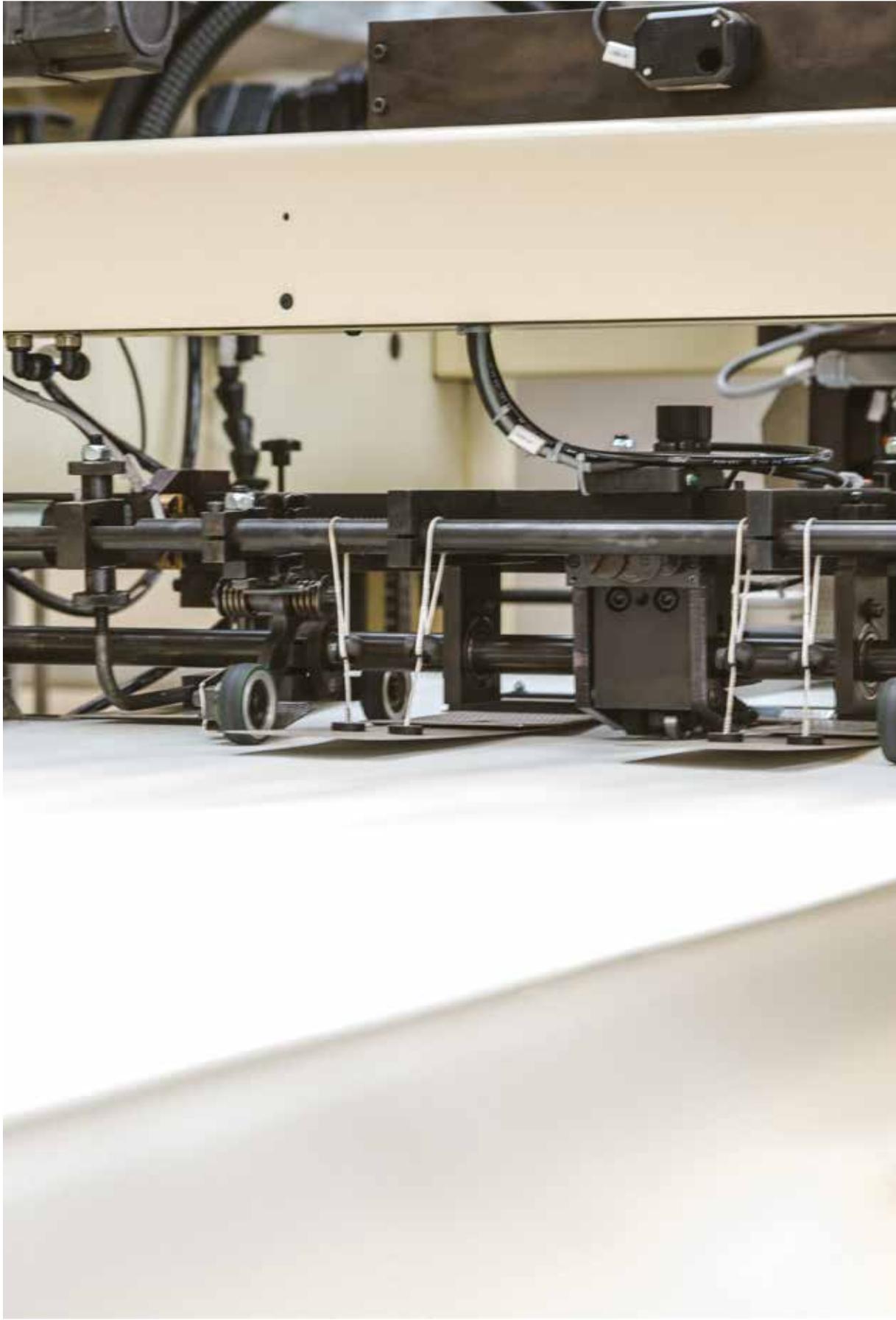


- **Diagnóstico de las externalidades de la empresa:** Entendido como el impacto tanto positivo o negativo que generan las operaciones de la empresa.
- **Materialidad:** Son aquellos aspectos de mucha relevancia e importancia que pueden afectar significativamente el actuar de la empresa.
- **Grupos de interés:** Son todas las partes interesadas de la empresa, llámese clientes, trabajadores, proveedores, organismos públicos, comunidad, entre otros.
- **Desarrollo de proyectos específicos:** Se ha desarrollado un portafolio de proyectos en base al diagnóstico realizado de la empresa.

ACCIONES 2017



- **Implementación de Proyectos:** Implementación y desarrollo de los diversos proyectos de sostenibilidad.
- **Vinculación Grupos de Interés:** Vinculación y entrega de información sobre sostenibilidad a diversos grupos de interés.
- **Desarrollo de Reporte de Sostenibilidad ejercicio 2017.**





CAPÍTULO 02 / GOBIERNO CORPORATIVO

EMPRESA DE TODOS LOS CHILENOS



El administrar una empresa de todos los chilenos **conlleva una responsabilidad mayor.** Ante esto, se ha adoptado la visión de la sostenibilidad empresarial para velar por el futuro de la empresa a mediano y largo plazo.

EMPRESA PÚBLICA

EMPRESA DE TODOS LOS CHILENOS

Casa de Moneda de Chile S.A., es una empresa pública, de propiedad estatal, que forma parte del Sistema de Empresas Públicas (SEP), organismo técnico asesor del Estado creado por la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), que se encarga de evaluar la gestión del gobierno corporativo de las empresas estatales, representando los intereses del Estado de Chile –en su calidad de dueño- en las empresas que éste es directa o indirectamente, socio, accionista o propietario, designando los miembros del directorio o consejos y evaluando la gestión estratégica de dichas empresas.

El SEP agrupa a 22 empresas en los rubros portuario, transportes y servicios. A su vez, CMCH es una sociedad anónima, por lo que se rige por las normas de sociedades anónimas abiertas, estando sometidos a la fiscalización de la Superintendencia de Valores y Seguros (SVS) y a las normas generales de derecho aplicable a dichas sociedades.

El administrar una empresa de todos los chilenos conlleva una responsabilidad mayor. Ante esto, se ha adoptado la visión de la sostenibilidad empresarial para velar por el futuro de la empresa a mediano y largo plazo.



DIRECTORIO Y PLANA EJECUTIVA

Tanto el directorio como los altos ejecutivos, son profesionales con vasta trayectoria, que velan por los intereses de Casa de Moneda, bajo el entendimiento de que es una empresa pública.

El directorio está compuesto por 5 miembros, destacando la presencia de 3 mujeres, motivo de coherencia con la norma de igualdad de género.

SERGIO HENRÍQUEZ DÍAZ

Presidente Directorio

C.I. 6.241.379-4

Ingeniero Comercial, U. de Chile

Vigencia del cargo: Desde 22/4/2014

ALICIA FROHMANN STEINBERG

Vicepresidenta Directorio

C.I. 9.215.862-4

Licenciada en Historia y Geografía, U. de Buenos Aires, Argentina

Vigencia del cargo: Desde 22/4/2014

CHRISTIAN VALENZUELA LORCA

Director

C.I. 10.776.980-3

Licenciado en Antropología Social, U. de Chile

Magíster (e) en Antropología y Desarrollo, U. de Chile

Vigencia del cargo: Desde 22/5/2014

EUGENIA MANCILLA MACÍAS

Directora

C.I. 7.795.993-9

Ingeniero Comercial, U. de Magallanes.

Contador Auditor, U. de Magallanes.

Vigencia del cargo: Desde 18/10/2016

ELENA SERRANO PERÉZ

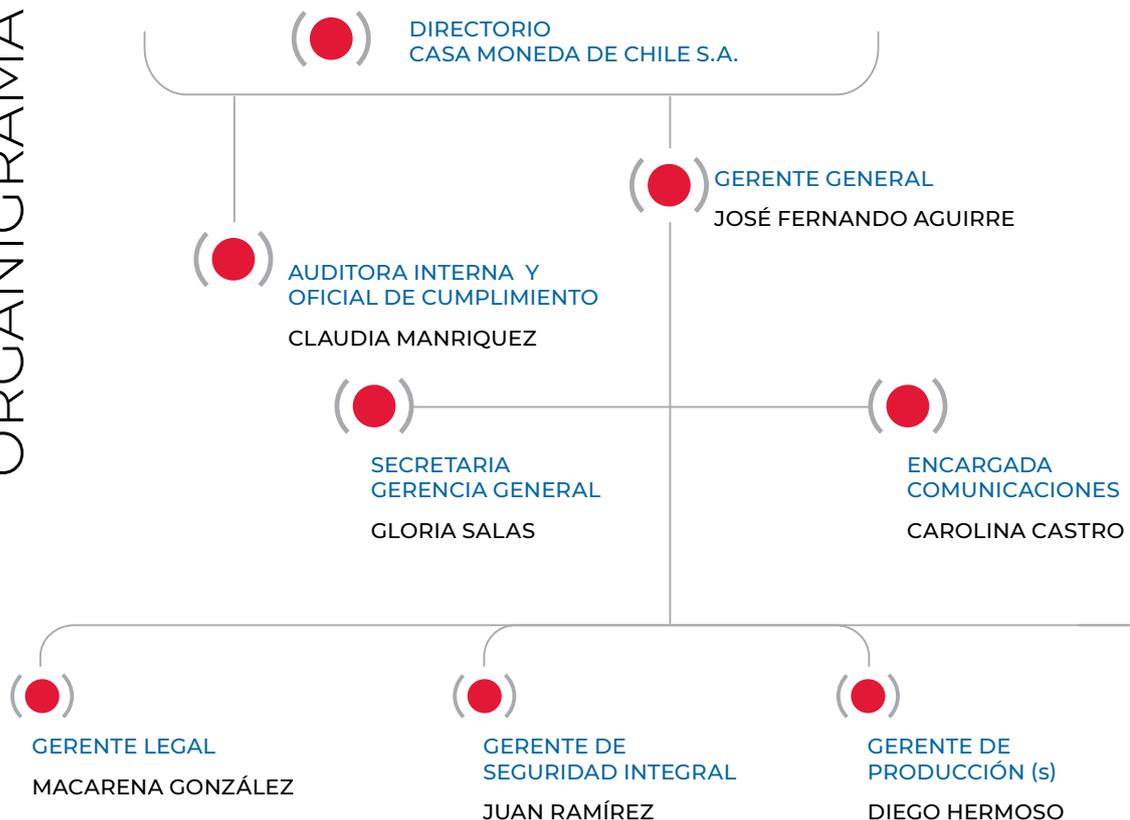
Directora

C.I. 5.197.825-0

Abogada, U. Católica de Chile.

Vigencia del cargo: Desde 26/01/2017

ORGANIGRAMA



COMITÉS DEL DIRECTORIO

COMITÉ DE OPERACIONES E INVERSIONES:

Este comité revisa, analiza y propone al directorio la aprobación de inversiones, revisión de proyectos y sus avances.

COMITÉ COMERCIAL: Este comité analiza, revisa, aprueba y da seguimiento a materias vinculadas a licitaciones de ventas, fijación de precios, contratos, nuevos mercados y productos.

COMITÉ DE AUDITORÍA – RIESGO – SEGURIDAD: Su objetivo es supervigilar la existencia, aplicación y perfeccionamiento del sistema de control interno de CMCH, considerando como base las mejores prácticas nacionales e internacionales del mercado. Aborda las materias de Auditoría, Cumplimiento, Gobierno Corporativo, Gestión de Riesgos, Seguridad de la Información y Seguridad Patrimonial.

“La misión del directorio es velar por el cumplimiento de los lineamientos estratégicos de la compañía, y para apoyar la gestión ha conformado comités con la asistencia de miembros de la administración, en los cuales se analizan y estudian materias específicas”



GERENTE DE
ADMINISTRACIÓN Y PERSONAS
LUIS FELIPE LE-FORT



GERENTE COMERCIAL
FELIPE MIRA

PLANA EJECUTIVA DE CMCH



José Fernando Aguirre Díaz,
GERENTE GENERAL



Luis Felipe Le-Fort Varela,
GERENTE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS Y RRHH



Eugenio Stamm Moreno,
GERENTE DE PRODUCCIÓN*



Felipe Andrés Mira Rodríguez,
GERENTE COMERCIAL



Macarena González Martel,
GERENTE LEGAL



Juan Alejandro Ramírez Aravena,
GERENTE DE SEGURIDAD INTEGRAL



Claudia Manríquez Díaz,
AUDITOR INTERNO



Jenny Fuentes Garrido,
SUB GERENTE CONTABILIDAD Y TESORERÍA



Álvaro Rodrigo Vidal Olmos,
SUB GERENTE GAM



Eduardo Elías Riady Hasbún,
SUB GERENTE DE PRODUCCIÓN*



Hernán Mauricio Soto Arancibia,
SUB GERENTE DE PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE GESTIÓN



Diego Hermoso Zorrilla,
SUB GERENTE LÍNEA BILLETES Y OTROS IMPRESOS VALORADOS



Cristian Orlando Díaz Soto,
SUB GERENTE DE RECURSOS HUMANOS

*Finalizaron su período en 2017

CUMPLIMIENTO EN MATERIAS DE GOBIERNO CORPORATIVO

AUDITORÍA INTERNA

El plan de auditoría Interna que fue aprobado por el Directorio, hace énfasis en la revisión de los procesos de la empresa que representan un alto impacto, según el enfoque de riesgos, los informes de auditoría interna y los avances en la implementación de recomendaciones (internas y externas).

Además, cumplió labores de revisión independiente de los temas encomendados por el Directorio y/o Comité de Auditoría, como por ejemplo: la Ley de Transparencia, la información financiera contable, las comunicaciones con organismos reguladores y fiscalizadores, colaborando así en el fortalecimiento del control interno.

En las funciones de Oficial de Cumplimiento, durante el ejercicio 2017, se realizó el mejoramiento continuo de riesgos e implementación de controles asociados al Modelo de Prevención de Delitos en el marco de la ley N°20.393, logrando la certificación de dicho Modelo en Mayo de 2017. Algunos de los elementos clave del Modelo incluyen el Código de Conducta y Buenas Prácticas, procedimiento y canal de denuncias, cláusulas contractuales, procedimientos y controles específicos, capacitaciones periódicas para las personas que trabajan en CMCH, entre otros.



ÉTICA Y BUENAS PRÁCTICAS

MODELO DE PREVENCIÓN DE DELITOS

Al incorporarse Chile como miembro de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), debió suscribir la “Convención para combatir el cohecho de servidores públicos y extranjeros en transacciones comerciales internacionales” y a su vez, debió cumplir con la exigencia normativa de que su legislación incluyera la responsabilidad penal de las personas jurídicas.

Es ante esto que en el 2009 se promulga la ley 20.393, la cual establece “responsabilidad penal de las personas jurídicas en los delitos de lavado de activos, financiamiento del terrorismo y delitos de cohecho”, la que abarca a todas las empresas tanto públicas como privadas. Con posterioridad se sumó el delito de “Receptación”.

Frente a lo anterior, Casa de Moneda de Chile incorporó el Modelo de Prevención del Delito, que establece un conjunto de diversas herramientas y actividades de control, las cuales son de carácter preventivo, correctivo, detectivo y de supervisión y monitoreo, que se realizan sobre todos los procesos y/o actividades que realiza la empresa.

La responsabilidad del Modelo de Prevención de Delitos está anclada al directorio y a la alta administración, y se posiciona como un factor relevante para mantener la seguridad y transparencia propia de una empresa pública, avalando la credibilidad y confianza que distingue a CMCH.





CANAL DE DENUNCIAS

Para mantener y proteger los valores y principios corporativos, así como también el irrestricto cumplimiento a las leyes, normativas y regulación vigente, nace el canal de denuncias; una plataforma tecnológica que posibilita dejar comentarios o denuncias de alguna actividad relacionada con la empresa, la cual pudiese implicar alguna violación a leyes, normativas, códigos, reglamentos, políticas internas o principios éticos en general.

A través de esta vía de comunicación, se busca mantener contacto directo y por sobre todo seguro entre los colaboradores(as), cautelando absoluta confidencialidad de la información entregada. Asegurar un adecuado y efectivo seguimiento a los comentarios o denuncias en forma independiente, sin represalias, cumpliendo con los estándares éticos y de servicio a la comunidad.



GESTIÓN DE RIESGOS

Gestionar los riesgos es un factor fundamental para mantener la continuidad de la empresa y sus procesos, en línea con el cumplimiento de la misión, la visión, las metas y los objetivos estratégicos que se han planteado. A su vez, proporciona la capacidad de identificar, evaluar, medir y controlar todos aquellos riesgos que afectan el cumplimiento de leyes, normativas y procedimientos que rigen el funcionamiento empresarial. Todo lo anterior permite ser más efectivos y gestionar de mejor manera la organización.

Se entiende como un riesgo el efecto de la incertidumbre en la consecución de los objetivos, en otras palabras, es todo lo que puede dificultar y/o retrasar el logro de estos al interior de la empresa. Los riesgos se evalúan dentro de un modelo de gestión que considera su identificación de estos e impacto en la estrategia de la empresa, actualización continua de los procesos críticos, su

evaluación y la revisión de los controles y su eficacia, así como el desarrollo de los planes de acción y seguimiento.

Para esto, se considera la normativa específica entregada por la Comisión de Auditoría Interna General del Gobierno (CAIGG), el código del Sistema de Empresas Públicas (SEP), las guías de gobierno corporativo del SEP, las normativas de la Superintendencia de Valores y Seguros (SVS), las buenas prácticas del mercado (COSO) y la norma de Gestión de Riesgos ISO 31000.

El siguiente paso importante en la gestión de riesgos es sensibilizar a los colaboradores (as) “dueños de procesos” y a sus usuarios, con el fin de aplicar el modelo de gestión en cada una de sus áreas. La idea es que comprendan la importancia de mantener controlados sus riesgos y cómo impacta esa gestión en el logro de los objetivos estratégicos de la empresa.

TRANSPARENCIA ACTIVA

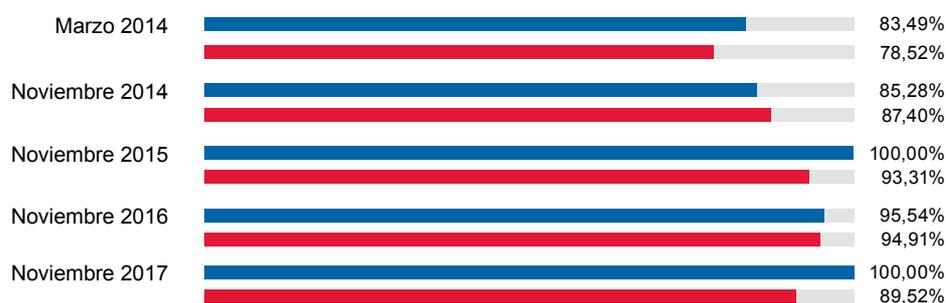
Casa de Moneda de Chile S.A., sostiene un constante y permanente compromiso con la transparencia entregando la información al público en forma periódica y actualizada, compromiso que está plasmado en su Código de Conducta Ética y Buenas Prácticas, el cual está alineado con lo dispuesto en

la Ley de Transparencia de la Función Pública y de Acceso a la Información de la Administración del Estado, aprobada por el artículo 1° de la Ley N° 20.285, de 2008, y de la Instrucción General N° 5 del Consejo para la Transparencia.

En este marco, Casa de Moneda de Chile S.A., ha tenido los siguientes resultados:

CUMPLIMIENTO HISTÓRICO

■ Porcentaje Cumplimiento CMCH
■ Promedio 30 Empresas Publicas (*)



*Fuente: Informes de Fiscalización Consejo para la Transparencia.

En virtud de las buenas prácticas sugeridas por el Consejo de Transparencia, Casa de Moneda de Chile mantiene su organigrama interactivo y un cuadro de

su dotación, desglosando el personal por género y unidad, lo que va en línea con la implementación de la Norma 3262 de Igualdad de Género y Conciliación de la Vida laboral, familiar y personal.







CAPÍTULO 03 / NUESTROS COLABORADORES (AS)

EL CORAZÓN DE CASA DE MONEDA





COLABORADORES Y COLABORADORAS

Durante el año 2017 se trabajó fuertemente en una mirada interna como empresa, que permitiera fortalecer las relaciones laborales, generando lazos de mayor confianza entre todos(as) los colaboradores(as).

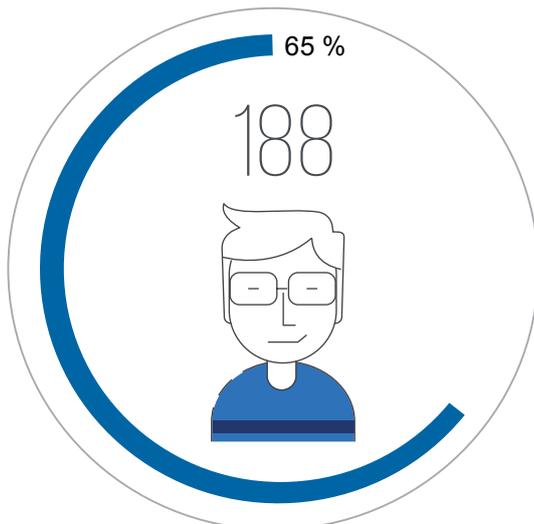
Es así como se definió el modelo de gestión de personas, donde los colaboradores y colaboradoras se ubican en el centro de la pirámide (figura1), lo que permite direccionar de mejor manera las propuestas en materia

de calidad de vida y fortalecimiento del liderazgo, todo esto con el objetivo de alcanzar constantemente la excelencia.

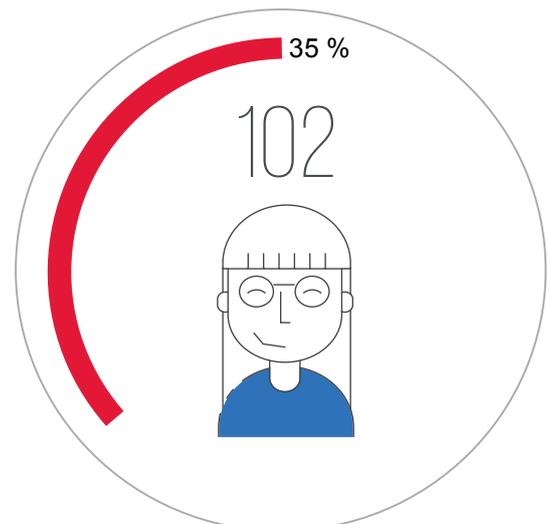
Lo que busca este modelo de gestión es acompañar la estrategia de CMCH, porque las personas son quienes permiten consolidar el negocio y lograr mejores resultados.



Figura1



HOMBRES



MUJERES

EQUIPO HUMANO

El equipo humano de Casa de Moneda de Chile S.A. lo conforman 290 colaboradores (as), que están distribuidos en 6 unidades internas:

- Gerencia de producción.
 - o Sub-Gerencia de acuñación monetaria (GAM).
 - o Sub-Gerencia de impresión de documentos valorados (GIV).
- Gerencia de administración y finanzas
 - o Sub-Gerencia de gestión de personas.
- Gerencia legal.
- Gerencia comercial.
- Gerencia de seguridad integral.
- Auditoría.

Para efectos de estructura organizacional, los colaboradores (as) se distribuyen en seis categorías: Gerentes, subgerentes, jefaturas, supervisores, administrativos y operarios.

El rango etario promedio de los colaboradores(as) de CMCH se sitúa en los 45,4 años de edad. En relación a cada

cargo. Del total de 290 trabajadores/as, el 65% corresponde a hombres y el 35% a mujeres.

En relación a cada cargo:

CARGO	GENERO	PROMEDIO DE EDAD
Administrativo	Femenino	43
	Masculino	46
Gerente	Femenino	45
	Masculino	50
Jefatura	Femenino	44
	Masculino	45
Operarios	Femenino	46
	Masculino	45
Supervisor	Femenino	51
	Masculino	46
SuBgerente	Femenino	45
	Masculino	39
TOTAL		45

Se observa una homologación entre los rangos etarios en la empresa.

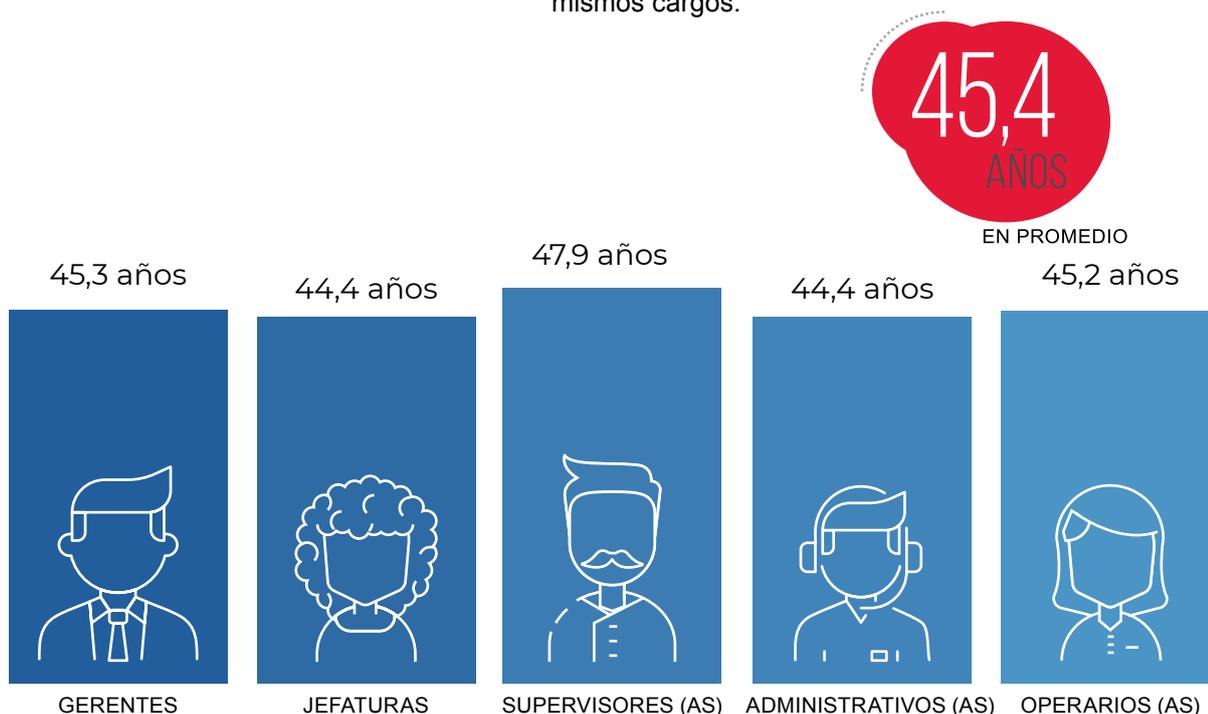
Con la finalidad de lograr igualdad de género en términos de renta el 2017 se trabajó en la estandarización y evaluación de cargos a través de la metodología “HAY”, la cual establece escalas y perfiles de valoración de puestos de trabajo, en función de tres elementos principales: **Responsabilidad, Solución de Problemas y Competencia**, y asigna diferentes puntajes según el cargo.

Al cierre del 2017 se dio término al proceso de calibración de puntos “HAY”, insumo que también permitió avanzar en la definición de compensaciones de los colaboradores (as) a nivel interno y con el mercado, evaluando la competitividad de las compensaciones de Casa de Moneda.

El estudio arrojó la definición de 6 niveles de cargos. En la siguiente tabla se observan las rentas promedio mensuales de los cargos por género.

CARGO	GENERO	RENTA PROMEDIO MENSUAL
Administrativo	Femenino	\$908.850
	Masculino	\$875.616
Gerente	Femenino	\$4.232.803
	Masculino	\$5.075.176
Subgerente	Femenino	\$3.415.607
	Masculino	\$3.755.151
Jefatura	Femenino	\$1.751.259
	Masculino	\$1.978.872
Operarios	Femenino	\$652.120
	Masculino	\$796.585
Supervisor	Femenino	\$934.928
	Masculino	\$1.170.594

El cuadro expone la brecha salarial que existe entre hombres y mujeres, donde las mujeres obtienen un 12,5% menor renta promedio mensual respecto de los hombres. En CMCH se está trabajando por nivelar los sueldos entre hombres y mujeres que se desempeñan en los mismos cargos.



FORMACIÓN Y DESARROLLO PROFESIONAL

CURSOS Y CAPACITACIONES



ASISTENTES



CURSOS



HORAS DE
CAPACITACIÓN

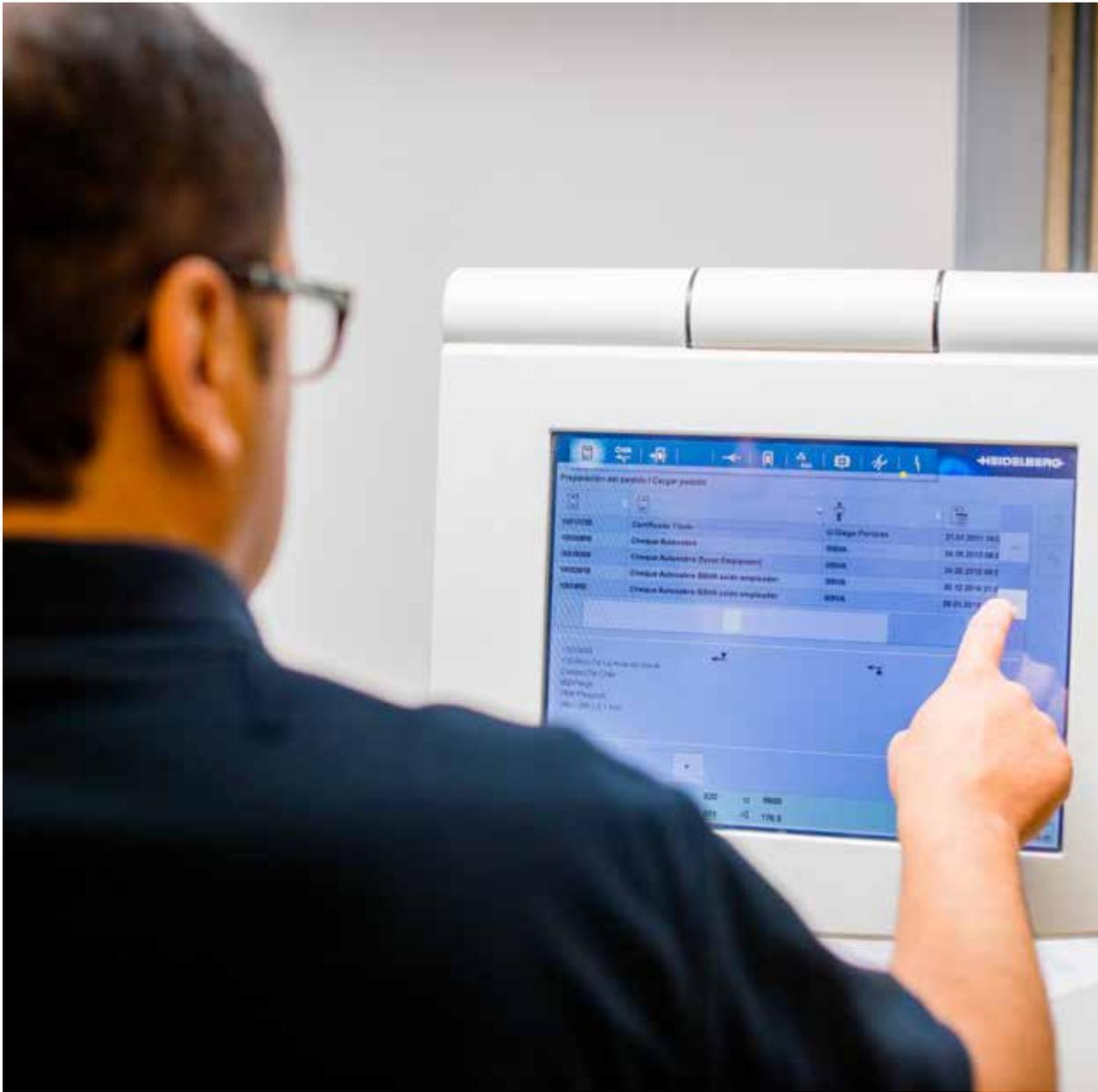
En términos de planes de formación y entrenamiento, los últimos años se ha desarrollado un trabajo de “Detección de Necesidades de Capacitación” que apunta a fortalecer brechas en el desempeño de algunos colaboradores(as) y potenciar aspectos fuertes de otros, siempre con foco en respaldar y desarrollar competencias que estén alineadas a los objetivos de CMCH.

El total de horas de capacitación para el año 2017 fue de 17.787 lo que significa un gran salto en esta materia, ya que

prácticamente duplicó la cifra respecto al periodo anterior, donde se alcanzaron 9.875.

Para el año 2018, la Gerencia de Recursos Humanos implementará la Academia Casa de Moneda, la que se sustenta en 4 pilares: Liderazgo, Normativa, Entrenamiento Técnico y Detección de Necesidades de Capacitación, lo que llegará a todo el personal de la empresa.

	2017	2016	2015	2014
Nº de Capacitaciones	59	57	102	49
Nº de Horas de Capacitación	17.787	9.875	7.066	6.652
Nº Personas Capacitadas	984	1.162	532	293



CALIDAD DE VIDA LABORAL

CLIMA LABORAL

Del 2016 al 2017, se avanzó en 4 puntos en la tasa de respuesta (81% a 85%) sobre un total de 93% habilitado para responder la encuesta de Clima Laboral 2017.

Se proyectó una mejora en el índice de satisfacción global de 61% en 2016 a 67% en 2017, logrando finalmente un 70% de satisfacción, lo que significó un 3% de aumento, superando así las expectativas fijadas para 2017.

En la encuesta se evaluaron 10 dimensiones que dan origen a los planes de trabajo que abarcan desde aspectos de infraestructura, capacitación, competencias, liderazgo y otros. Dentro de las dimensiones que experimentaron mejoras se encuentra el liderazgo, donde los colaboradores(as) destacan mayor valoración en el trabajo de las personas. Aquellas que están en nivel óptimo, son la comunicación y el trabajo en equipo donde el personal destaca la necesidad de seguir trabajando esta competencia. Por último, de las dimensiones a mejorar, están las características del trabajo que incluye aspectos como infraestructura, remuneración y otros.

RESULTADOS GLOBALES

70 %

2017

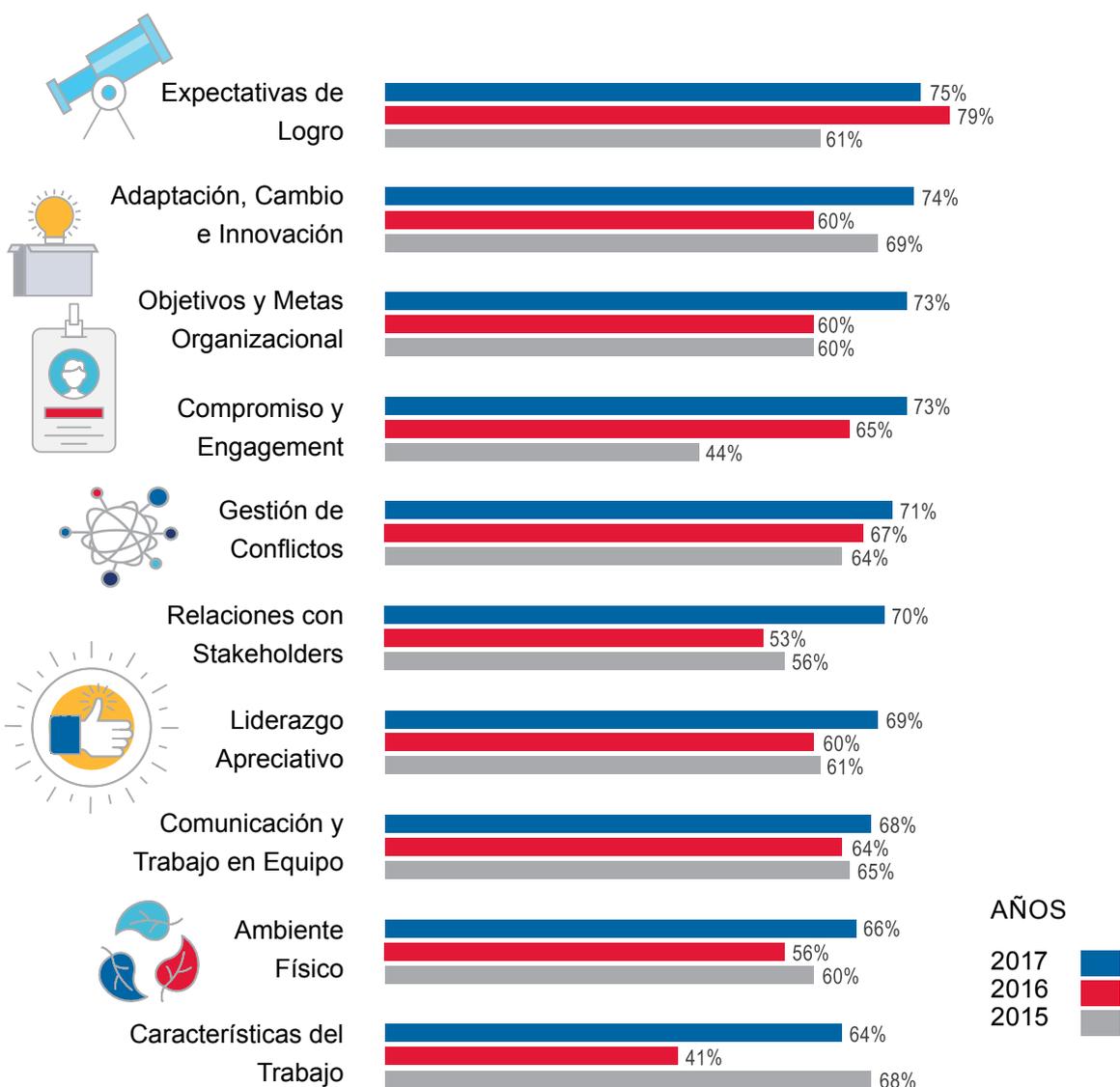
61 %

2016

62 %

2015

RESULTADOS HISTÓRICOS ENCUESTA DE CLIMA



BENEFICIOS

SALA CUNA Y JARDÍN INFANTIL

En la continua búsqueda de una equidad de género, es que en Casa de Moneda la sala cuna y el jardín infantil son utilizados tanto por madres como por padres. Esto demuestra el compromiso que se ha adquirido a través de la norma NCH 3262 de igualdad de género. El uso de las instalaciones es el siguiente:

	NIÑOS	NIÑAS	TOTAL
Sala Cuna	4	1	5
Jardín Infantil	5	7	12
Total General			17



CASINO

Es un beneficio de alimentación para todos los colaboradores(as) de la empresa, el cual es revisado mensualmente por una comisión que la encabeza:

- 1 colaborador(a) de la operación de Casa de Moneda.
- 1 dirigente sindical.
- 1 colaborador(a) de RRHH.
- La nutricionista de la empresa.
- La administradora del casino.

El casino cuenta con un foco de alimentación saludable y nutritiva, velando por la salud de los colaboradores(as). Este menú cuenta con:

- 2 variedades de sopa.
- 6 variedades de ensalada.
- 3 variedades de plato de fondo (contando siempre con legumbres como opción).
- 6 variedades de postre.



DEPORTE

Se promueven las actividades deportivas de los colaboradores(as), canalizándolas a través de la organización deportiva, la cual es coordinada por la gerencia de Recursos Humanos. Durante el segundo semestre 2017 se realizaron las siguientes actividades:

YOGA: Un grupo de colaboradores(as) participan 2 días a la semana -en la sala de capacitación de Casa de Moneda-, en clases de Yoga.



FÚTBOL FEMENINO: Se apoya a un grupo de colaboradoras que semanalmente (2 veces a la semana) desarrollan esta actividad en un recinto deportivo cercano a las instalaciones de la empresa.



GIMNASIA DE PAUSA: Se ha desarrollado -con el apoyo de la ACHS-, un programa de gimnasia de pausa en las distintas áreas de la empresa. Semanalmente asiste una instructora que realiza ejercicios junto a los colaboradores(as), en el puesto de trabajo.







CAPÍTULO 04 / RELACIÓN CON LOS PROVEEDORES

RELACIONES SOSTENIBLES A LARGO PLAZO





PROVEEDORES

PROVEEDORES ESTRATÉGICOS

Los proveedores estratégicos están relacionados con las principales líneas de negocio de Casa de Moneda, éstas son; la de acuñación monetaria (fabricación de monedas) y la de impresos valorados (fabricación de billetes). Estos son considerados estratégicos ya que forman parte crítica de la cadena de valor de la empresa.

Se consideran estratégicos, para el caso de acuñación, a aquellos que están vinculados con la fabricación de cospeles, y para el caso de fabricación de billetes a aquellos vinculados con papel, tintas, maquinaria y sustratos de algodón y polímero.

COSPELES

El cospel es el insumo base de la acuñación monetaria, ya que sobre éste se acuña (marca/imprime) el diseño que hace reconocible a una moneda y le incorpora la “denominación” o “valor facial”. Esto último es la diferencia más importante entre una moneda y una medalla.

Según su composición, los cospeles se clasifican en dos tipos:

COSPEL DE ALEACIÓN: Cospel de Aleación: Confeccionados con aleaciones de metales especialmente formuladas para cada tipo de moneda. Los bancos centrales buscan diferenciar sus monedas entre ellas y con las de otros países. Por eso son aleaciones especiales que se usan principalmente para la fabricación de monedas. Los cospeles de aleación pueden ser de Cobre-Níquel-Aluminio, Cobre- Níquel, Cobre-Zinc-Níquel o Aluminio- Magnesio, entre otros.

COSPEL ELECTRO-DEPOSITADOS: Son confeccionados en base a un núcleo o centro de acero de bajo porcentaje de carbono, recubierto de una o varias capas electro depositadas de Cobre, Níquel o aleaciones de Cobre-Zinc (aleación llamada también Latón).



SUSTRATOS

El papel utilizado para la fabricación de billetes se denomina sustrato y puede ser de dos tipos: polímero y algodón.

POLÍMERO: es un insumo utilizado en la industria de la fabricación de billetes a nivel mundial y posee algunas ventajas en durabilidad y seguridad en comparación a los materiales tradicionalmente utilizados como el algodón. Dentro de sus desventajas figura, principalmente, su mayor costo de fabricación.

En el caso de los proveedores de polímero, el mercado es prácticamente único, siendo el principal proveedor mundial, la empresa australiana Innovia Security. El otro fabricante de polímero, es la compañía inglesa De la Rue, especialista en la impresión de billetes y fabricación de pasaportes, entre otros productos de alta seguridad.

Cabe consignar que el consumo de este sustrato aún no se masifica en el mercado, por lo que actualmente no son más de una veintena de países los que están elaborando su circulante con este material.

ALGODÓN: el papel de algodón se viene utilizando desde hace siglos y hoy en día sigue constituyendo la base de las divisas de todo el mundo. Su desventaja radica en su durabilidad.

Para el papel de algodón existen más proveedores que en polímero, siendo Arjowiggins de Francia el más importante del mundo y que tradicionalmente ha tenido la mayor participación de mercado. Arjowiggins, a diferencia de

otros proveedores, sólo produce papel y no imprime billetes. Otro proveedor relevante de papel de algodón es el fabricante británico De La Rue, que es uno de los impresores de billetes más importante del mundo.

Adicionalmente, estas empresas, así como muchas otras, proveen papel de seguridad (no billetes) para otros documentos valorados como pasaportes, cédulas de identidad, etc.

TINTAS DE ALTA SEGURIDAD

La empresa Suiza SICPA es el mayor proveedor de tintas de seguridad de la industria. Consede en Lausanne, produce la mayoría de las tintas encontradas en los billetes de todo el mundo. También compiten en este mercado, Gleitsmann de Alemania, Luminescence de Inglaterra, Petrel de Francia y otras compañías más pequeñas.

MAQUINARIA PARA IMPRESIÓN DE BILLETES

En este ámbito, existen proveedores que ofrecen maquinaria para la fabricación, producción (impresión) y empaquetado de billetes. KBA NotaSys, es el mayor proveedor de maquinaria para producción de billetes en el mundo. Esta empresa compite principalmente con Komori de Japón.



LA SOSTENIBILIDAD EN NUESTROS PROVEEDORES ESTRATÉGICOS

La siguiente lista de proveedores es de aquellos que cuentan con políticas, estrategias y/o acciones de sostenibilidad y responsabilidad social corporativa/empresarial.

PROVEEDOR	PAIS	POLÍTICAS Y/O ACCIONES DE SOSTENIBILIDAD
ACUÑACIÓN MONETARIA		
Poongsan	Corea de Sur 	<ul style="list-style-type: none">■ Enfoque ético de sus negocios, basado en 6 pilares:<ol style="list-style-type: none">1. Desarrollan una cultura organizacional ética.2. Buen clima laboral y respeto de sus trabajadores.3. Cumplimiento de leyes, regulaciones y transparencia.4. Privacidad y protección de la información de sus clientes.5. Beneficios para los accionistas a través de una administración ética.6. Responsabilidad social enfocada en la comunidad.
GURT	Rusia 	<ul style="list-style-type: none">■ Producción ecológica y limpia: mantienen un complejo enfoque ambiental de reutilización y cuidado de los recursos en sus plantas.■ Reducción del uso de la energía y el agua en la producción. Han instalado sistemas de tratamiento de agua para cumplir con las estrictas medidas requeridas para la conservación de áreas verdes.



PROVEEDOR	PAIS	POLÍTICAS Y/O ACCIONES DE SOSTENIBILIDAD
-----------	------	--

SUSTRATO

ArjoWiggins Security	Francia	 <p>Aborda la visión de la sostenibilidad desde la integración de la compañía en la ISO 26.000, sobre Responsabilidad Social Empresarial y el Pacto de Naciones Unidas. Entre las acciones que realiza se destacan:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Gobierno corporativo. ■ Recursos naturales. ■ Recursos Humanos. ■ Empleados. <p>Hace ya varios años que Arjowiggins Graphic introdujo una política medioambiental responsable y ambiciosa destinada a reducir el impacto medioambiental de sus actividades y a proponer soluciones concretas a sus clientes, mediante la adopción de nuevos comportamientos. Una estrategia basada en 6 ejes fundamentales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Certificaciones más exigentes para los productos (FSC® y Etiqueta Ecológica Europea). ■ Revalorización del reciclaje e introducción de una oferta completa de productos reciclados. ■ Certificación ISO 14001. ■ Programa de reducción de las emisiones de CO2 ■ ACV (Análisis del Ciclo de Vida). ■ Reducción del impacto medioambiental de la producción.
----------------------	---------	--

Louisenthal	Alemania	 <p>Política de Responsabilidad Social Corporativa.</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ “La sostenibilidad se vuelve cada vez más importante para los negocios, en estos días la administración responsable de los recursos naturales y la continua mejora de las políticas de recursos humanos, son el foco central de discusión sobre los impactos del desarrollo tecnológico en la sociedad”. ■ “Orientamos nuestras operaciones de negocios hacia valores y principios sostenibles, actualmente estamos intensificando el trabajo con nuestros colaboradores, el medioambiente, la seguridad de las comunidades en nuestras actividades. Todo esto, a través de un amplio trabajo con nuestros grupos de interés”. ■ “Hemos estado participando desde septiembre del 2010 en UN Global Compact, como una iniciativa voluntaria. Nuestra compañía participa en las actividades de derechos humanos, trabajo, medioambiente y anticorrupción”.
-------------	----------	---



PROVEEDOR	PAIS	POLÍTICAS Y/O ACCIONES DE SOSTENIBILIDAD
-----------	------	--

SUSTRATO

PT Pura Barutama	Indonesia	 <p>Enfoque en Responsabilidad Social Corporativa.</p> <p>Programas de trabajo con la comunidad y con el medioambiente.</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Pura Cerdas: Se trabaja en apoyar la continuidad educacional de los hijos(as) de sus colaboradores. ■ Pura Peduli: Alianza con Green Muria Consrotium, junto al gobierno central de Java, para preservar la montaña Muria, fuente de agua para la región. ■ Pura Pintar: Clases y tutorías para estudiantes de Pura Group. ■ Pura Terampil: Programa de entrenamiento para madres y adolescentes para aprender habilidades que les permitan emprender. ■ Pura Ramah: Actividad para reciclar desechos. <p>Otras actividades de RSC:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ISO 14000. ■ Utilización de tecnologías amistosas con el medioambiente para procesar desechos líquidos, emisiones, y materiales pesados. ■ Cumplimiento del programa ambiental del Ministerio del medioambiente. ■ Reutilización de los desechos para la creación de nuevos productos. ■ Capacitaciones para el uso de desechos domésticos para fertilizantes orgánicos. ■ Participación en los programas escolares de educación ambiental. ■ Reciclaje.
Crane	Estados Unidos	 <p>Sostenibilidad, Responsabilidad Social y BankNote Ethics.</p> <p>“Todas las compañías deben cumplir con las leyes y regulación ambiental. Para Crane Currency, nuestra ambición está un paso más adelante y continuamente vamos mejorando nuestro desempeño. Esto significa que conducimos nuestro negocio de una forma sostenible y contribuimos a las comunidades que nos rodean en este trabajo”. “Enfocamos nuestras acciones en:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Programa de prevención de desechos, reutilizando los residuos del papel y uso de energías alternativas. ■ Preservación del agua a través de sistemas de recuperación y sustitución de materiales químicos de bajo impacto ambiental. ■ Responsabilidad social en las comunidades donde operan, siendo un “buen ciudadano corporativo”. ■ Prácticas éticas de negocios, miembros del BnEI (Banknote Ethics Initiative)”.



PROVEEDOR	PAIS	POLÍTICAS Y/O ACCIONES DE SOSTENIBILIDAD
SUSTRATO		
De La Rue	Inglaterra 	<p>Responsabilidad Social Corporativa.</p> <p>“Reconocemos que las prácticas de responsabilidad corporativa son la clave para el éxito en los negocios. Trabajamos en robustecer nuestro sistema de trabajo ético y en mejorar la salud y seguridad de nuestros colaboradores, minimizamos el impacto ambiental y jugamos un rol positivo en las comunidades donde operamos”.</p> <p>“Como miembros del FTSE4 Good Index, una serie de índices diseñados para facilitar las inversiones en compañías que son reconocidas globalmente con estándares de responsabilidad social corporativa, De La Rue mejora constantemente sus prácticas de cuidado ambiental, social y altos estándares de gobierno coporativo”.</p> <p>“Dentro de los temas que abordamos están:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Ética. ■ Equidad y diversidad. ■ Compromiso y desarrollo de los grupos de interés. ■ Derechos Humanos. ■ Salud y seguridad ocupacional. ■ Protección al medioambiente. ■ Comunidad”.
CCL {ex innovia security}	Australia 	<p>Seguridad integral y el programa ético, han sido diseñados para cumplir y exceder los estándares internacionales, incluyendo los requerimientos del UK Bribery Act 2010. El diseño de ambos programas aborda políticas relacionadas con la anticorrupción, donaciones, conflictos de interés, protección a los consumidores, sanciones, sponsor, entre otros.</p> <p>“Nos encontramos suscrito al Global Business Ethics Guide, donde abordamos las temáticas de:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Conflicto de interés. ■ Derechos humanos. ■ Ambiente laboral. ■ Salud, seguridad y entorno. ■ Ética”.

PROVEEDOR	PAIS	POLÍTICAS Y/O ACCIONES DE SOSTENIBILIDAD
-----------	------	--

TINTAS

Sicpa	Suiza	 <p>Responsabilidad Social Corporativa. La sostenibilidad está en el centro del negocio de SICPA, siendo parte de su visión y valores. “Nuestro acercamiento a la sostenibilidad es a través de conducir nuestros negocios y cómo estos impactan en los sistemas económicos, sociales y ambientales. Está basada en los siguientes pilares claves:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Nuestros mercados: cómo estos interactúan e impactan en la sostenibilidad de las economías y los mercados. ■ Nuestra gente: cómo nos vinculamos con los trabajadores. ■ Medioambiente: cómo nuestras operaciones impactan el medioambiente. ■ Comunidades: cómo nos integramos a las comunidades donde operamos”.
-------	-------	--

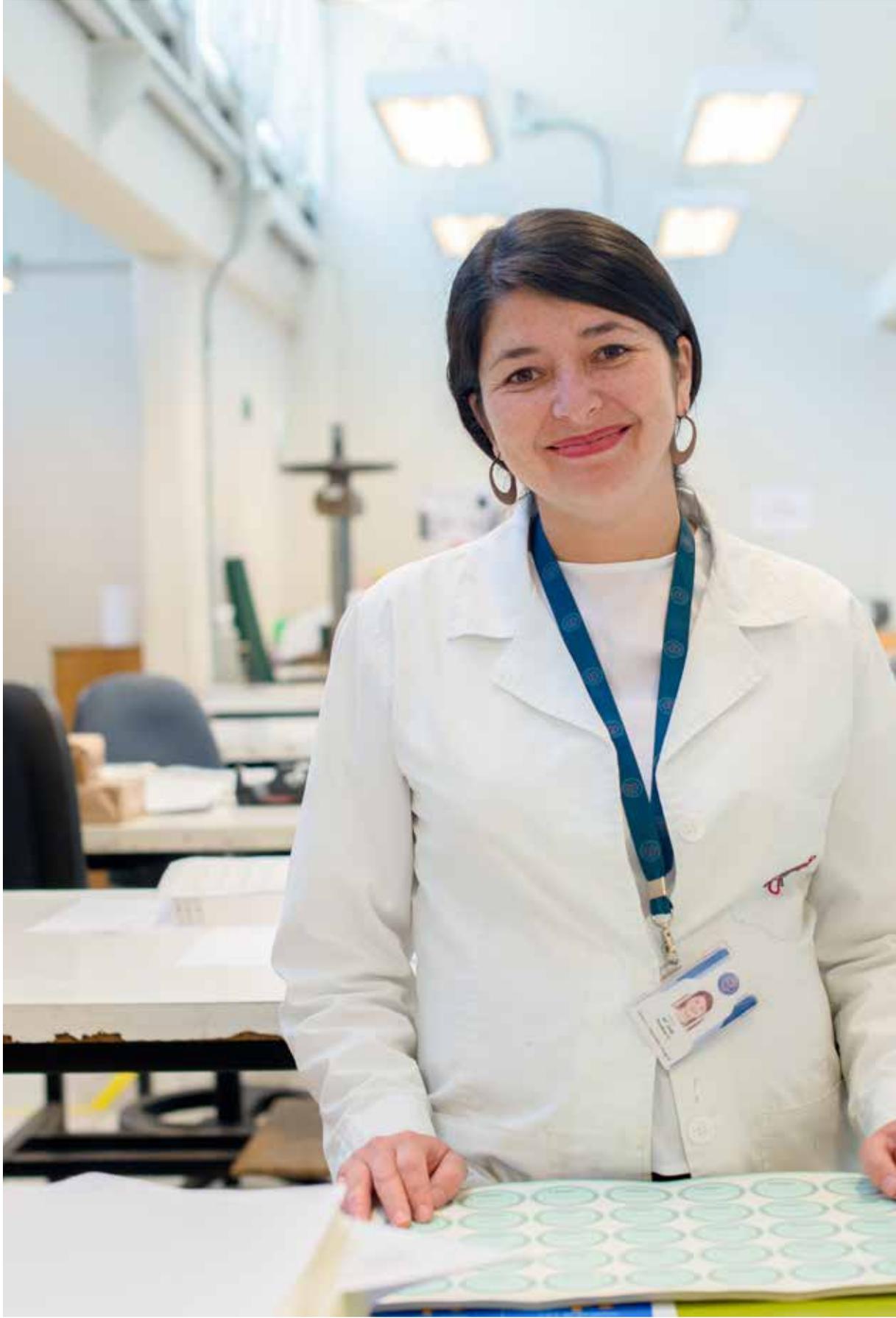
MAQUINARIA Y SOFTWARE DE IMPRESIÓN

KBA Nota Sys	Suiza	 <p>“Nuestras actividades están siempre guiadas por los más altos estándares de integridad y ética, trabajando a través de nuestro programa de Responsabilidad Social Corporativa”. KBA-NOTASYS es una de las primeras compañías en suscribir al BnEI (BankNote Ethics Initiative). “Nuestra responsabilidad ambiental se desarrolla a través de las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Continuamente desarrollamos nuevas formas de reducir nuestro impacto ecológico. ■ Nuestras nuevas instalaciones en Lausanne son Carbono Neutral, colocando un gran énfasis en la separación de los diferentes tipos de residuos que generan nuestros procesos”.
Graebener	Alemania	 <p>Administración ambiental, poseen certificación ISO 14.001. “Pensamos y actuamos responsablemente con el medioambiente” es la filosofía corporativa de Graebener.</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Políticas medioambientales sostenibles y una constante actualización de los objetivos ambientales, alineados con la reducción de recursos, reducción del uso de agua y emisiones. A la vez, existe una preocupación constante de sus colaboradores y del cuidado en la cadena de valor de los temas ambientales. ■ El sistema de administración ambiental está integrado con el sistema de administración de calidad, adaptándose año a año para resguardar la naturaleza y reducir los impactos medioambientales en las operaciones, los productos y los servicios.

PATENTES

UTSCH – Tonnjes	Alemania	 <p>Certificación en ISO 14.001, manteniendo un estricto enfoque de cuidado al medioambiente.</p>
--------------------	----------	--





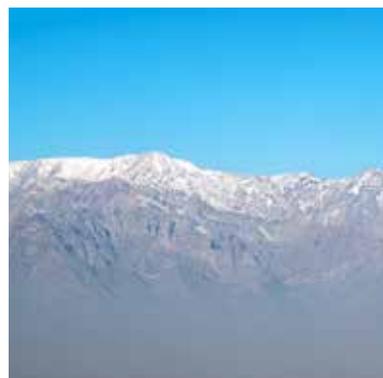


CAPÍTULO 05 / RELACIÓN CON LA COMUNIDAD

COMPRENDIENDO EL IMPACTO EN EL TERRITORIO



“Impulsar un trabajo asociativo y horizontal con múltiples organizaciones del territorio, ha permitido mantener una relación profunda y de largo plazo, (...) y mejorar su gestión y coordinación en temas de sostenibilidad”.



COMUNIDAD

Casa de Moneda, como cualquier otra empresa, se encuentra inserta en un territorio específico, afectando de manera directa e indirecta a las comunidades aledañas. Ante esto es importante en primera instancia hacerse consciente de los impactos, tanto positivos como negativos que se generan motivo de las operaciones de la empresa, para posteriormente identificarlos y trabajar en planes de mitigación para los negativos y potenciar los positivos.

Para lograr un efectivo relacionamiento con la comunidad es central innovar en las maneras de generar lazos y espacios de conversación con los grupos de interés. Atendiendo a esta necesidad, en conjunto con la Universidad de Santiago de Chile (USACH) se ha desarrollado el proyecto de la **Mesa para un territorio inteligente y sostenible**, el cual tiene como objetivo impulsar un territorio sostenible junto a los diversos actores que lo componen.

Estos son:

- Casa de Moneda de Chile.
- Universidad de Santiago de Chile.
- Museo Artequin.
- Parque Quinta Normal.
- Dirección de Meteorología de Chile.
- Jardín Infantil Villa Portales.
- Junta de Vecinos Villa Portales.
- Estadio Maristas.
- Municipalidad de Estación Central.
- Municipalidad de Santiago – Jardínes.
- Municipalidad de Santiago – IMS.

Lograr impulsar un trabajo asociativo y horizontal con múltiples organizaciones del territorio, ha permitido mantener una relación profunda y de largo plazo con éstas, aunando criterios y desarrollando líneas de trabajo que permiten a todas las organizaciones mejorar su gestión y coordinación en temas de sostenibilidad y a la vez impulsar e impactar a los habitantes del territorio mejorando su calidad de vida.



ÁREA DE INFLUENCIA

El área de influencia comprende el espacio geográfico donde se manifiestan los impactos sociales y ambientales -actuales y futuros-, que se pueden producir como consecuencia directa o indirecta de la ejecución de las operaciones empresariales. Ésta tiene dos ámbitos principales, el área de influencia directa (AID) e indirecta (AII). La primera es el espacio geográfico en el cual se manifiestan los impactos directos de manera significativa y cuantificable, la segunda comprende un espacio distinto, en el cual se manifiestan impactos por consecuencia y estos tienden a ser relativos y leves.

Las operaciones empresariales se realizan en la comuna de Estación Central, en Avenida Portales #3586, en la Región Metropolitana. Los actores relevantes son:

- Municipalidad de Estación Central
- Museo Artequin.
- Estadio Marista (Centro Deportivo).
- Villa Portales.
- Armada de Chile.
- Universidad de Santiago de Chile.
- Municipalidad de Santiago.
- Parque Quinta Normal.
- Dirección Meteorológica de Chile.

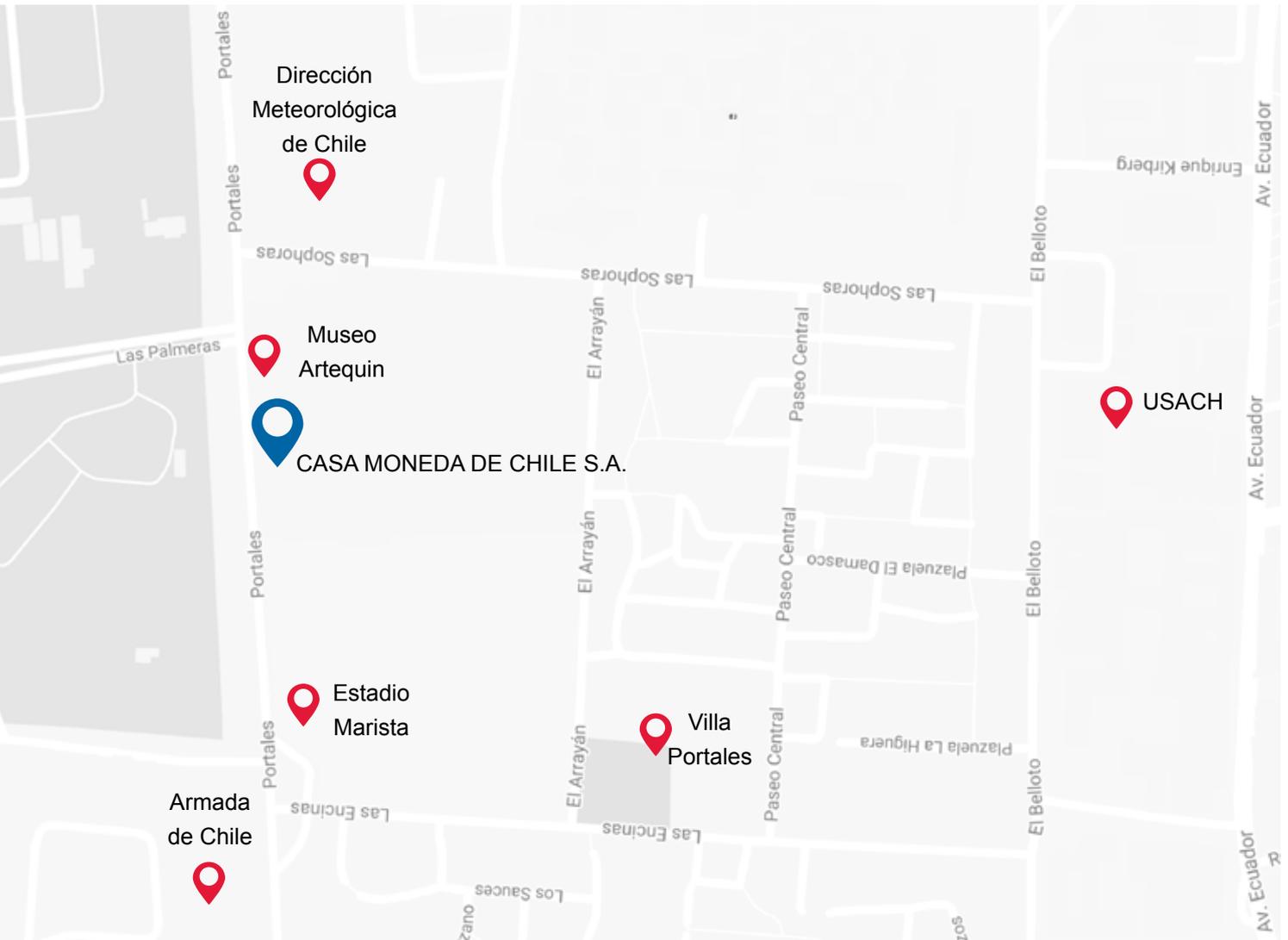
El impacto en los ámbitos sociales y ambientales no produce mayores externalidades, debido a que las operaciones tienen una consecuencia sumamente baja en el territorio. Tanto las emisiones y el ruido producto de las operaciones, presentan un impacto relativamente bajo. Se puede considerar



cómo estos afectan de mayor manera a las zonas aledañas a las instalaciones, con quienes se está trabajando en conjunto.

Por otra parte, para comprender el área de influencia indirecta, se profundizará en los proveedores y clientes nacionales e internacionales, entendiendo que la

trazabilidad en las compras genera impacto en las instalaciones y lugares de operaciones de los proveedores. De todas formas, se posee un impacto positivo al brindar a los clientes billetes y monedas para poder hacer funcionar sus sistemas económicos y sociales.



**PROVEEDORES DE CASA
DE MONEDA DE CHILE**



EUROPA

Proveedores

- Arjowiggins Security, Francia.
- SICPA, Suiza.
- Kinegram, Suiza.
- KBA Nota Sys, Suiza.
- UTSCH – Toonjes, Alemania.
- Graebener, Alemania.
- Louisenthal, Alemania.
- GMBh, Alemania.
- Freiburger Eurommetal, Alemania.
- De La Rue, Inglaterra.
- Sempsa, España.
- CESO S.A., España.
- Mint of Finland, Finlandia.
- DUCS, Holanda.
- Monea, Eslovaquia.
- Austrian Mint, Austria.

ASIA

Proveedores

- Poongsan, Korea.
- Gurtz, Rusia.
- PT Pura Barutama, Indonesia.
- Altek, Turquía.

AFRICA

Proveedores

- South African Mint, Sud Africa.

OCEANIA

Proveedores

- CCL (ex Innovia Security), Australia.





CAPÍTULO 06 / NUESTROS CLIENTES

LIDERAZGO EN LA REGIÓN





CLIENTES

PRINCIPALES CLIENTES

Los principales clientes de Casa de Moneda de Chile son:

Bancos Centrales de Latinoamérica y el Caribe.

- 1. Banco Central de Chile.
- 2. Banco Central de Honduras.
- 3. Banco Central de Guatemala.
- 4. Banco Central de República Dominicana.
- 5. Banco Central de Paraguay.
- 6. Banco Central de Argentina.
- 7. Banco Central de Uruguay.

Otros Clientes

- Servicio de Registro Civil e Identificación.
- Plantas de revisión técnicas de todo el país.
- Municipalidades de todo el país.
- Banco Estado de Chile.
- Metro S.A.
- Metro Valparaíso.

LICITACIONES GANADAS DURANTE EL PERÍODO 2017

- BC Honduras
 L 10
- BC Guatemala
 Q 10
 Q 1
 50 centavos
 25 centavos
- BC República Dominicana
 RD \$500
- Servicio Civil e Identificación
 Placas Patentes
- Banco Estado
 Tarjetas Cuenta RUT
 Medallas por Años de Servicio
- Ministerio de Relaciones Exteriores
 Pasaportes
 Placas Patentes Diplomáticas
- Licitaciones por Licencias de conducir, permisos de circulación y distintivos verdes a distintas municipalidades del país.

VENTAS POR CADA LÍNEA DE NEGOCIO

Acuñación de Monedas BCCH		MUSD \$34.600
Impresión de Documentos de Seguridad		MUSD \$14.002
Impresión de Billetes		MUSD \$ 0
Placas Patentes		MUSD \$ 2.683
Acuñación de Monedas Otros Bancos		MUSD \$ 3.822
Servicios de Custodia		MUSD \$ 1.009
Tarjetas Inteligentes		MUSD \$ 1.847





CAPÍTULO 07 / MATERIALIDAD

LOS ASPECTOS IMPORTANTES A REPORTAR



“(…)Resulta fundamental la capacidad futura de relacionarse con los grupos de interés para el desarrollo de proyectos eficientes que aborden las problemáticas en conjunto identificadas”.



MATERIALIDAD

a materialidad es el foco bajo el cual se plantea la gestión de la estrategia de sostenibilidad. En primera instancia se entiende por materialidad:

“Aquellos aspectos que son relevantes debido a que impactan de manera significativa en la capacidad que tiene la empresa de generar valor económico – sostenible en el mediano y largo plazo, estos aspectos son internos y externos, tanto de la empresa como de los grupos de interés.”

Esta definición se centra en 4 ejes fundamentales:

- **ESTRATÉGICA:** La definición de aspectos materiales de CMCH debe ser entendida desde la estrategia de negocio y su gestión, dado que son los aspectos más relevantes en los que se desarrollarán las operaciones en búsqueda de la creación de valor económico sostenible.
- **GRUPOS DE INTERÉS:** Es importante destacar que a la sociedad no le podemos asignar una identidad tipo. Si bien existen métodos de consulta, estos son complejos y no son parte de la estrategia de la compañía. Para profundizar en este ámbito, es que nos hemos relacionado fuertemente con los grupos de interés, obteniendo la información relevante y necesaria de los impactos producidos por las operaciones empresariales.
- **VARIABILIDAD:** Los grupos de interés tendrán sus propias ideas de lo que es material para ellos. Sus diferentes significados y visiones son legítimos, sin embargo, no quiere decir que coincidan necesariamente con los definidos por Casa de Moneda. Es ante esto que la materialidad depende del contexto, del momento y es relativa, si bien en algunos casos puede ser continua, esta tiende a variar constantemente, ante lo que su monitoreo es relevante.
- **PRIORIZACIÓN:** Es posible que no se pueda abarcar a todos los aspectos materiales determinados tanto por la empresa como por los grupos de interés, dado que estos son muchos más de los que se pueden abarcar con los recursos que posee la empresa. Ante eso, es crucial identificar los cuales tienen un mayor impacto dentro de los aspectos materiales definidos, para poder enfocar los esfuerzos y alcanzar los resultados esperados.





MATERIALIDAD DE CASA DE MONEDA

La materialidad de Casa de Moneda ha abordado 5 temas centrales, que al desagregarse se obtienen diversos aspectos específicos, los cuales han sido evaluados por el comité de sostenibilidad, con la finalidad de obtener los materiales. Los temas centrales son:

- Identidad Corporativa.
- Estrategia de la Empresa.
- Normativa y Regulación.
- Externalidades.
- Otros Aspectos.

Podemos observar en la Tabla 3 aquellos aspectos que han sido ponderados (utilizando una escala de 1 a 7, donde 1 es no relevante y 7 muy relevante) como materiales para la empresa, ante los cuales se enfocarán los proyectos a desarrollar.

ÁMBITO	ASPECTO MATERIAL	PONDERACIÓN
Externalidades determinadas por la empresa	Multas	6,8
Otros Aspectos Materiales de la empresa	Clima Laboral	6,6
De la identidad corporativa de la empresa	Certificaciones	6,4
De la identidad corporativa de la empresa	Trazabilidad	6,4
Externalidades determinadas por la empresa	Política cumplimiento regulatorio	6,4
De la estrategia empresarial	Rentabilidad	6,2
Normativa y cumplimiento regulatorio	Cumplimiento acciones SEP	6,2
Externalidades determinadas por la empresa	Prevención y Riesgos Laborales	6,2
De la estrategia empresarial	Nuevos Productos	5,8
De la estrategia empresarial	Licitaciones nacionales	5,8
Externalidades determinadas por la empresa	Capacitación	5,6
De la identidad corporativa de la empresa	Desarrollo Sustentable	5,4
De la identidad corporativa de la empresa	Liderazgo en la región	5,2
Externalidades determinadas por la empresa	Uso de la Energía	5

Tabla 3.

MATERIALIDAD DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

Es necesario también evaluar aquellos aspectos que los grupos de interés consideran materiales, para esto reunimos información de las encuestas realizadas y las reuniones que se han sostenido. Los aspectos materiales que fueron identificados por parte de los grupos de interés, dicen relación -en su mayoría-, con aspectos comunitarios, de sostenibilidad y comunicación. En la Tabla 4 se resumen estos aspectos.

- **VINCULACIÓN:** Los grupos de interés, en especial los referidos a la comunidad, han puesto como tema importante la mayor vinculación con la empresa, ya sea a través de proyectos o con la apertura de CMCH al público. Este aspecto es significativo dado la imagen hermética que proyecta la empresa, podría revertirse gracias a un vínculo más cercano y abierto hacia la comunidad.

- **INCLUSIÓN LABORAL:** Existe un interés latente en los diversos grupos de interés sobre este tema. Se destaca la postura de la Municipalidad de Estación Central, la Universidad de Santiago y la Junta de Vecinos de Villa Portales, al proponer que la empresa considere a la comuna, al sector aledaño y a la Universidad para la contratación de personal, proponiendo así una política de inclusión con el área de influencia directa.

- **MAYOR INFORMACIÓN ACERCA DE CASA DE MONEDA:** Existe un interés en recibir mayor información por parte de CMCH, en especial referido a la política de sostenibilidad de la empresa. Este punto se condice con la imagen que tienen los grupos de interés respecto a la empresa, en temas como el conocimiento de sus funciones y políticas de sustentabilidad.

- **CONOCIMIENTO DE LA POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL:** La Política de Responsabilidad Empresarial de Casa Moneda (o política de sostenibilidad) es desconocida por sus grupos de interés. Estos grupos manifiestan un gran interés en recibir y estar al tanto de esta información.

- **CONOCIMIENTO DE LAS NORMAS ISO:** Existe poco conocimiento por parte de los grupos de interés sobre las Normas ISO que tiene CMCH. Estos manifiestan su disposición de estar al tanto de estas certificaciones.

- **APORTE AL DESARROLLO LOCAL:** Este aspecto fue abordado por el grupo de interés referido a la comunidad. Actores de la comunidad como el Parque Quinta Normal, la Biblioteca de Santiago y el Museo Artequin, pusieron de manifiesto este tema. Además, en la encuesta que se realizó, la evaluación respecto al aporte al desarrollo local por parte de CMCH, se concentró en la nota 4 y 5.



ÁMBITO	ASPECTO MATERIAL
Comunidad	Vinculación
	Inclusividad Laboral
	Aporte al desarrollo local
Sostenibilidad	Conocimiento de la política de RS
	Conocimiento de Normas ISO
Comunicación	Mayor información acerca de CMCH

De esta forma, se obtiene una visión general de los aspectos materiales que conforman el ecosistema de la empresa, teniendo claro que estos pueden variar dependiendo de los diversos contextos que se presenten en el tiempo. En base a este análisis, resulta fundamental la capacidad futura de relacionarse con los grupos de interés para el desarrollo de proyectos eficientes que aborden las problemáticas en conjunto identificadas.







CAPÍTULO 08 / GRUPOS DE INTERÉS

CÓMO NOS RELACIONAMOS



“Comprender las dinámicas que presentan estos grupos de interés en el territorio y su percepción de las relaciones con la empresa, permite abordar a todos los actores de mejor forma”.



RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

MAPEO Y PROFUNDIZACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

Los grupos de interés (conocidos también como stakeholders), son identificados como **cualquier grupo o individuo que pueda afectar o ser afectado por el logro de los propósitos de Casa de Moneda**. Esta definición sitúa el concepto de grupos de interés en un amplio espectro, comprendiendo a todas las organizaciones, individuos y sistemas que forman parte de la empresa, ya sea de manera interna o externa.

Casa de Moneda de Chile ha emprendido la tarea de mapear y profundizar -con el máximo detalle posible-, las organizaciones que forman parte de sus grupos de interés. Para esto se han diseñado Macro Sectores, los cuales determinan el tipo y/o naturaleza de las organizaciones que coexisten con las operaciones de la empresa.

Con esto se comienza a identificar de manera más precisa a los diversos grupos que conformarán el mapeo de grupos de interés. Es importante destacar que a medida que el análisis sea más profundo, será más beneficioso para la elaboración de todas las acciones futuras de sostenibilidad. Comprender las dinámicas que presentan estos grupos de interés en el territorio y su percepción de las relaciones con la empresa, permite abordar a todos los actores de mejor forma. En la Tabla 2, se pueden apreciar los grupos que conforman a cada Macro Sector, de manera tal de poder comenzar con su individualización.

MACRO SECTOR

Autoridades y Organismos Públicos

Clientes

Colaboradores Propios

Comunidades

Proveedores



MACRO SECTOR	GRUPO DE INTERÉS GENERAL
Autoridades y Organismos Públicos	Sistema de Empresas Públicas (SEP)
	Ministerio de Transporte (MTT)
	Dirección de Presupuestos (DIPRES)
	Corporación de Fomento (CORFO)
	Tesorería General de la República
	Superintendencia de Valores y Seguros (SVS)
	Contraloría General de la República
	Consejo de Transparencia
	Servicio de Impuestos Internos (SII)
	Inspección del Trabajo
Clientes	Seremi de Salud
	Banco Central de Chile
	Cientes Estatales
Colaboradores Propios	Bancos Centrales Latinoamericanos
	Directorio
	Sindicatos
Comunidades	Empleados
	Comunidad
Proveedores	Proveedores Estratégicos
	Banco Nacional Paribas (BNP)
	Otros Proveedores

Tabla 2. Grupos de Interés en general

Por último, de la Tabla 2, se observa en detalle la identificación de las diversas organizaciones que componen los grupos de interés en general, y empezar a sostener relaciones con cada uno.

Es importante destacar que el tipo de vínculo varía según cada grupo de interés, para lo cual se han diseñado aspectos de evaluación que permiten clasificar a estos en una matriz de grupos de interés. Los aspectos a evaluar fueron:

IMPACTO: Corresponde a la magnitud del impacto tanto positivo como negativo que genera la empresa sobre los grupos de interés.

RELEVANCIA: Indica si la relación con el grupo de interés es fundamental para la empresa, la comunidad y para el desarrollo del negocio.

La Figura 2 es la matriz de los grupos de interés, en relación a su impacto y relevancia. Esta matriz se construyó en base a la información levantada por el comité de sostenibilidad de Casa de Moneda y permitirá determinar los cuadrantes y las relaciones que se deberán abordar con cada grupo de interés.

Cuadrantes de relación con grupos de interés.

RECÍPROCO: Relación donde las partes implicadas se afectan mutuamente, así, una acción de la empresa tendrá un impacto sobre el grupo de interés y viceversa.

MONITOREABLE: Relación donde las acciones de la empresa tienen un alto impacto sobre los grupos de interés, pero las acciones que estos puedan ejercer no afectan significativamente la empresa.

Desequilibrada: Relación donde la empresa tiene un bajo impacto sobre los grupos de interés y estos tienen una alta relevancia en la empresa.

De la matriz se observa la distinta ubicación de los grupos de interés en base a su evaluación. En el cuadrante “Desequilibrado”, se observa a la Dirección de Presupuestos (DIPRES) y al Sistema de Empresas Públicas (SEP), con quienes se posee un muy bajo impacto pero tienen mucha relevancia sobre Casa de Moneda.

Se observa también como en el cuadrante “Monitoreable” se encuentra a la Comunidad, debido a que ella ejerce una relevancia moderada sobre la empresa, pero ésta mantiene un alto impacto sobre la comunidad.

En el aspecto “Recíproco” se encuentran variados grupos de interés, los que se analizan con mayor profundidad en la Figura 3, que es un acercamiento a este cuadrante.

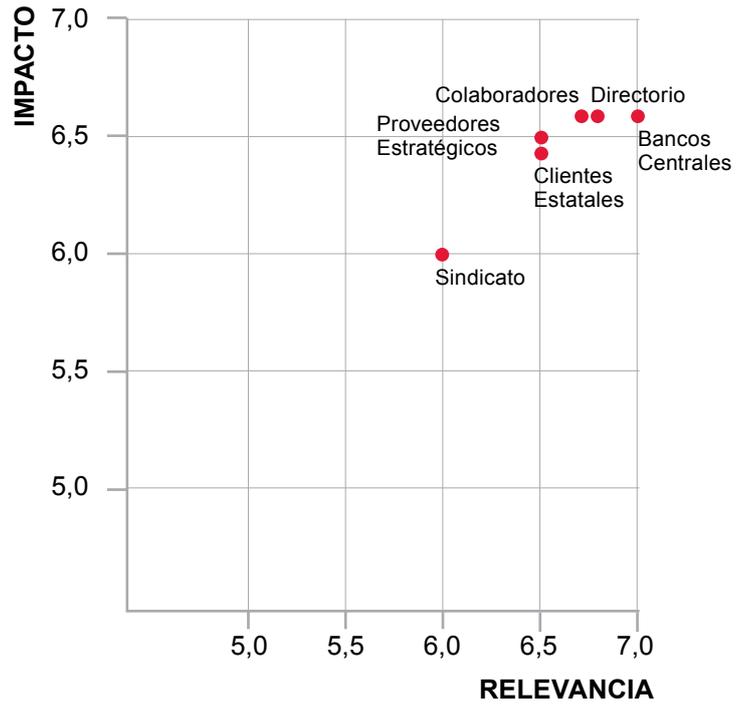


Figura 3, Cuadrante Recíproco, Matriz de Grupos de Interés.

En este cuadrante se observa cómo se concentra el 27% de los 22 grupos de interés de Casa de Moneda. La Figura 2 permite comprender con quienes se mantiene una reciprocidad en términos de impacto y relevancia.

A su vez, se entiende como los grupos de interés del cuadrante recíproco son considerados “grupos de interés materiales” (revisar capítulo 7, Materialidad). Estos son:

- Bancos Centrales.
- Colaboradores.
- Directorio.
- Proveedores Estratégicos.
- Clientes Estatales.
- Sindicato.

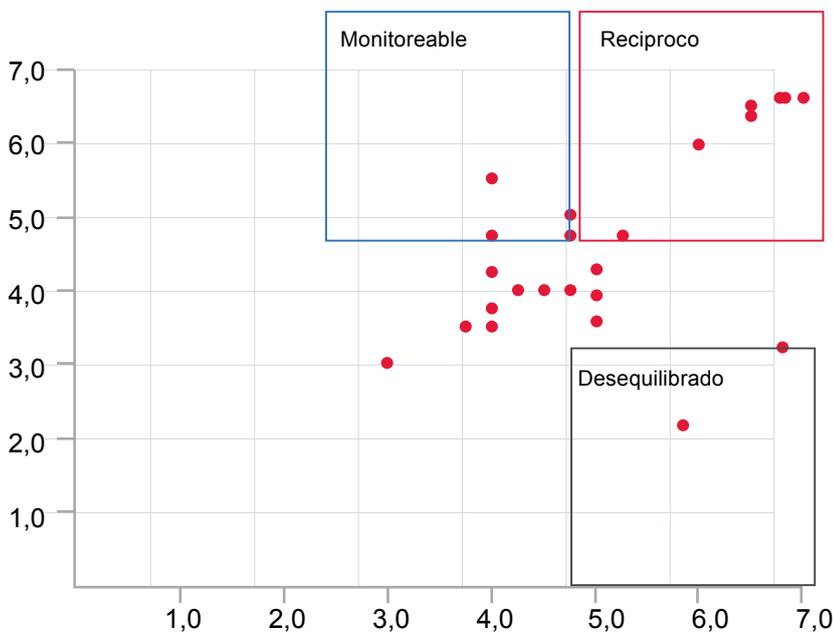


Figura 2, Matriz de Grupos de Interés







CAPÍTULO 09 / PROYECTOS DE SOSTENIBILIDAD

LO QUE ESTAMOS HACIENDO



“El proceso de cambio cultural empujado por CMCH, que puso énfasis en el respeto de los derechos de los colaboradores(as) y contratistas, generando alianzas estratégicas en beneficio de los trabajadores(as); mejoró significativamente el clima organizacional de la compañía”.



PROYECTOS DE SOSTENIBILIDAD Y NORMAS

Durante el 2017 se han desarrollado diversos proyectos en materia de sostenibilidad. Unos de carácter estratégico y otros específicos, los primeros responden a la visión de sostenibilidad de la empresa ya que aportan directamente al cumplimiento de los objetivos planteados como empresa pública, los segundos responden a una visión interna de la organización para avanzar en las brechas identificadas con los colaboradores(as) y la comunidad.

PROYECTOS ESTRATÉGICOS

PLAN DE UTILIZACIÓN DE ERNC

Debido a la política ambiental (ISO 14.001) implementada en Casa de Moneda y en línea con la estrategia de sostenibilidad, la empresa considera sumamente importante el correcto uso de la energía dentro de sus instalaciones. Por ello, se está trabajando en implementar el uso de Energías Renovables No Convencionales (ERNC), teniendo como objetivo alcanzar durante el período 2018, un 25% del total de su matriz energética en ERNC.

Para lograr este objetivo, a fines de 2017 se comenzó a trabajar con Efizity, empresa experta en el área de eficiencia energética y sustentabilidad. Esta asesoría busca apoyar a Casa de Moneda de Chile en el proceso de licitación del suministro eléctrico de sus instalaciones. La idea es poder negociar con los oferentes de energías renovables las alternativas más económicas, fiables y de menor riesgo. De esta forma, CMCH busca posicionarse como cliente libre, diversificando su matriz energética y contribuyendo así a la competitividad, aportando al mismo tiempo al cuidado del medio ambiente.

Dentro de los pasos a seguir se encuentran:

- Análisis de la situación actual.
- Definición de estrategia de compra de energía.
- Negociación.
- Seguimiento del proceso.



NORMA NCH 3262, IGUALDAD DE GÉNERO Y CONCILIACIÓN DE LA VIDA LABORAL, FAMILIAR Y PERSONAL

El Directorio consultó en febrero del 2016 respecto al proceso de implementación de la NCH 3262, manifestando que sería un logro para Casa de Moneda ser la primera empresa pública en implementarla. Analizando el tema por administración, se llegó a la conclusión de que efectivamente era posible certificarse, dando inicio a las gestiones.

En mayo del 2016, La empresa contrató a AENOR para un levantamiento de brechas entre la norma y la realidad de la empresa, trabajo que se entregó en junio. A partir de ese diagnóstico, un equipo multidisciplinario coordinado por la gerencia de RRHH inició el trabajo para adecuarse a las exigencias de la norma, en cuanto a revisión y readecuación de procesos, procedimientos y controles. Se definió un plan de capacitación e información a los colaboradores(as) que se puso en marcha en el segundo semestre de ese año. En septiembre de 2016, el Directorio aprobó la política de Igualdad de género, que producto del arduo trabajo y compromiso de la empresa, en marzo de 2017 se logró su certificación.

En este sentido y arraigado en los valores de la empresa, se instalaron un conjunto de buenas prácticas que eliminan todo tipo de discriminación en los procesos y colaboradores(as). El proceso de cambio cultural empujado por CMCH, que puso énfasis en el respeto de los derechos de los colaboradores(as) y contratistas, generando alianzas estratégicas en beneficio de los trabajadores(as); mejoró significativamente el clima organizacional de la compañía.

La certificación se logró potenciando fuertemente la comunicación interna, lo que significó derribar las barreras existentes entre el área administrativa y productiva, con la finalidad de permear la cultura organizacional. Para ello se contó con un equipo profesional de alto nivel que acompañó durante todo el proceso. La implementación de la norma ha permitido un cambio de mirada respecto a temas antes inadvertidos y que hoy son prioritarios a nivel transversal; es el caso de las comunicaciones y la relevancia de conciliar la vida laboral, familiar y personal, necesarios para mejorar el clima organizacional y el bienestar de los colaboradores(as) y contratistas. En resumen, es una norma que invita a crecer como personas y como empresa.





SELLO IGUALDA-CONCILIACIÓN

El Servicio Nacional de la Mujer y la Equidad de Género, SERNAMEG, distinguió a Casa de Moneda de Chile con el sello Igualdad-Conciliación tras obtener la certificación en la Norma chilena de Igualdad de Género NCH3262.

El organismo destacó las políticas de buenas prácticas laborales con enfoque de género para fortalecer la inclusión, desarrollo y permanencia de mujeres en los espacios laborales.

La ministra Claudia Pascual Grau, felicitó a las empresas que recibieron este reconocimiento; "obtener este sello significa ser una organización que ha sido capaz de detectar brechas en cuanto a la participación de las mujeres e implementar medidas concretas para superarlas".

Es importante destacar que la norma es de cumplimiento voluntario y permite que las organizaciones detecten y superen brechas de género tales como participación laboral, brechas salariales, participación a cargos de jefatura y responsabilidades directivas, procesos de reclutamiento y selección de personal, además de incorporar medidas de conciliación de la vida personal, familiar y laboral con corresponsabilidad, como también desarrollar acciones de comunicación y sensibilización en las temáticas asociadas.

MUSEO DE CASA DE MONEDA

A lo largo de sus más de 250 años de existencia, Casa de Moneda ha logrado atesorar una importante colección de medallas y monedas, que constituyen un importante patrimonio histórico para la comunidad. Hasta el 2015, la empresa contaba con una pequeña sala de exposición donde tenía instalada una parte de la colección que, por razones de seguridad, sólo se abría al público el día del patrimonio nacional.

Producto de la remodelación de las oficinas administrativas, esta sala se eliminó. Después de numerosas gestiones para entregar esta colección en comodato u otras figuras similares a diversos museos, se decidió abordar esto como un proyecto propio de Casa de Moneda.

En julio de 2016, un equipo amplio de museógrafos comenzó a trabajar en una primera propuesta que sería presentada en el Directorio de agosto de ese año. En agosto, el equipo de museógrafos presentó una propuesta conceptual al Directorio, incluyendo: Historia, Rol de la Empresa, Proceso, Valor de intercambio, Iconografía y edificio del museo. En dicha oportunidad el Directorio aprobó la propuesta conceptual y solicitó un proyecto detallado.

Se separó la cotización del trabajo en dos fases: asesoría para el desarrollo del proyecto y asesoría para la implementación. Adicionalmente, se cotizó la toma de un inventario, catalogación y documentación de 500 piezas para el museo y su respectivo registro fotográfico. En enero de 2017 comenzó el trabajo conjunto entre

un equipo de arquitectos y el equipo de museólogos para desarrollar un anteproyecto para el museo. En marzo de 2017 se presentó el anteproyecto del museo al Directorio, siendo aprobado para su fase siguiente.

En julio del 2017 se enviaron los antecedentes del anteproyecto del museo de Casa de Moneda al Ministerio de Hacienda y Desarrollo Social para la aprobación de la inversión, siendo aprobada la etapa siguiente que corresponde a ingeniería en detalle y que actualmente está en desarrollo. Asimismo, el anteproyecto fue ingresado a la dirección de obras de la municipalidad de Estación Central para su aprobación. Hoy está en ejecución a través de una asesoría externa, la evaluación social de la inversión y su aprobación por parte de los organismos pertinentes.

Básicamente, el proyecto considera utilizar el subsuelo del frontis de CMCH para construir un subterráneo donde se habilitarán las dependencias del nuevo museo.

Los dos puntos clave serán:

- La producción es una coreografía de trabajo continuo en la que interactúan personas y máquinas.
- La moneda vale porque hay un acuerdo social en el que se confía y CMCH es garante de ello.

La propuesta museográfica será:

- El guión museográfico se articula a partir de las etapas de producción, asociadas a la historia de Casa de Moneda. Estas etapas actúan como un eje organizador de los temas y subtemas.
- Los contenidos se exhibirán en módulos de dos naturalezas. Un grupo busca interpelar al visitante en un nivel anecdótico, de memoria. Un segundo grupo, se centra en explicar procesos y cambios en la historia.
- El museo pretende transmitir al visitante la idea de que la moneda vale por esta interacción de materialidad, iconografía y uso social, que coinciden en un tiempo-espacio determinado, al que cualquiera puede pertenecer.



PROYECTOS ESPECÍFICOS

JARDÍN INFANTIL ECOLÓGICO

OBJETIVO GENERAL: Introducir una política de cuidado del medioambiente en CMCH desde la base; sus hijos, mostrando coherencia institucional e impactando a las familias relacionadas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Fomentar un vínculo activo con el cuidado del medioambiente
- Influir en las familias de los trabajadores
- Ser concebido como el primer paso o acción para una cultura empresarial de cuidado del medioambiente.

MESA PARA UN TERRITORIO INTELIGENTE Y SOSTENIBLE

OBJETIVO GENERAL: Conformar una mesa territorial con un fuerte sentido de vinculación con los grupos de interés, que permita lograr un territorio sostenible y con identidad en el mediano plazo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

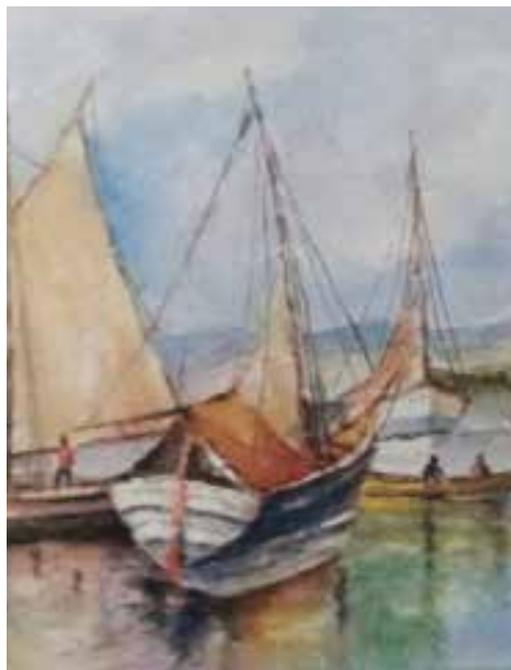
- Establecer sus principios de funcionamiento
- Definir territorio sostenible
- Plan de trabajo
- Obtención de recursos necesarios.

PROGRAMA VIVIR SANO

OBJETIVO GENERAL: Generar e implementar una cultura de vida sana en los trabajadores de CMCH y sus familias.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Comunicar y capacitar a todo el personal en los alcances del programa
- Implementar charlas nutricionales y revisar el contenido de los alimentos que se ofrecen en la empresa
- Generar documentos con contenido didáctico para las familias
- Definir un recinto deportivo para los trabajadores y las rutinas de trabajo físico
- Definir incentivos a los participantes o desincentivos a los indiferentes.



Acuarela de Miguel Guajardo

EXPOSICIÓN DE CUADROS

Dentro de las acciones comunicacionales para lograr fortalecer los vínculos con los trabajadores(as), se revelaron las historias personales. Una de ellas la del grabador, Miguel Guajardo, que se encuentra dentro de los mejores 20 grabadores a nivel mundial y que además es artista de la acuarela.

Hoy sus cuadros se exponen en el hall central de la empresa, porque el valor de las personas permite a CMCH ser la empresa que es hoy.

Se entiende que la conciliación de la vida laboral y familiar es necesaria para un mejor desarrollo del trabajo. Por eso también se involucra a la familia en las acciones de la compañía. En 2016 se realizó el primer concurso de pintura infantil para los hijos e hijas de colaboradores(as), y en 2017 se repitió la experiencia doblando la participación de niños y niñas.



SELLO PROTECCIÓN DE LA INFANCIA

El gobierno de la Presidenta Michelle Bachelet ese comprometió con el objetivo de crear un nuevo trato con la niñez y adolescencia, basado en el respeto y promoción de sus derechos, que reconozca el rol del Estado y la ciudadanía en general como principales garantes del ejercicio de sus derechos.

Casa de Moneda asumió un compromiso con Correos de Chile y el Consejo Nacional de la Infancia, dando una señal clara de responsabilidad con los niños y niñas y a su vez trabajando colaborativamente con otras empresas públicas.

Para lograrlo, Chile está implementando el nuevo “Sistema de Garantías de Derechos de la Niñez y Adolescencia”, compuesto por un conjunto de leyes, instituciones y políticas que buscan abordar de manera integral las políticas públicas de infancia. En este contexto, el Consejo Nacional de la Infancia, Correos de Chile y Casa de Moneda, crearon el primero sello especialmente diseñado para niñas,

niños y adolescentes con el mensaje “Un nuevo trato con la niñez”, cuyo objetivo es registrar en un acto y objeto simbólico el mensaje central del cambio de paradigma en nuestra sociedad.

El sello fue impreso el 7 de septiembre y entregado a Correos de Chile. La ceremonia de lanzamiento del sello fue encabezada por la presidenta de la República Michelle Bachelet Jeria y contó con la presencia de altos ejecutivos de CMCH y de Correos de Chile, junto a representantes de colaboradores(as) de ambas empresas.

En el marco de la Agenda 2030, Chile dio un paso importante al comprometerse a erradicar la violencia hacia la niñez. En este contexto, en mayo de 2017 se promulgó la primera ley que sanciona con rango penal los casos de maltrato infantil sin lesiones físicas y sin exigir habitualidad cuando se trata de maltrato psicológico.



CERTIFICACIONES

Para la empresa, lograr certificaciones es un factor clave para demostrar el compromiso con la calidad, seguridad y confiabilidad.

En primera instancia, destacan las normas de certificación y proyectos al interior de la empresa, tales como la **Norma ISO 14.298** que abarca la gestión de los procesos de seguridad de la impresión, la **Norma ISO 9.001** que aborda la gestión de calidad, la **Norma OSHAS 18.001** que aborda temas de salud y seguridad ocupacional, **ISO 14.000** sobre la gestión de temas medioambientales, la **ISO 27.001** sobre la privacidad de los clientes y la **Norma NCH 3262** que aborda profundamente los temas de equidad de género y conciliación de la vida familiar. A su vez, Casa de Moneda cuenta con el **Sello Pro Pyme** para apoyar el pago oportuno a pequeños proveedores.



ISO 9.001

Es una norma internacional que se centra en todos los elementos de la gestión



de la calidad con los que se cuenta CMCH para tener un sistema efectivo que permita administrar y mejorar la calidad de sus productos. Está vigente desde diciembre del 2002 hasta junio del 2018.

NORMA 14.298

Casa de Moneda de Chile aprobó la certificación de ISO 14.298 Management of



Security Printing Process (Ex Intergraf), norma internacional de gestión para procesos de impresión de seguridad, por lo que a contar de diciembre de 2016 y hasta noviembre de 2019, la empresa se encuentra certificada en esta norma para impresiones de Alta Seguridad. Es la única empresa chilena con esta certificación, y son solo cinco en Latinoamérica.

NORMA OSHAS 18.001

La norma OSHAS (Occupational health and Safety Assessment Series), conocida como de salud ocupacional y sistemas de gestión de seguridad, ha sido aprobada por CMCH en noviembre de 2016 hasta junio de 2018. Tiene por objetivo lograr que la organización garantice la salud y seguridad ocupacional de sus colaboradores(as), aumentando a la vez la productividad y la calidad de sus operaciones.



NORMA ISO 27.001

La norma ISO 27.001 es un estándar para la seguridad de la información, enfocada principalmente en los altos estándares de seguridad que distinguen a CMCH, y son una confirmación del compromiso de seguridad mantiene con sus clientes. Está vigente desde junio de 2017 hasta junio de 2020.



NORMA ISO 14.001

Tiene como objeto el establecimiento de un Sistema de Gestión Ambiental en la Organización, en línea con los objetivos de reducir las externalidades ambientales que produce la operación de la empresa. Esta norma se encuentra certificada hasta junio de 2018.



SELLO PRO PYME

El 2015 obtuvimos el Sello Pro Pyme, el cual es una distinción que otorga el Ministerio de economía a las empresas que pagan las facturas a sus proveedores de menor tamaño dentro de 30 días desde su recepción.







CAÍTULO 10 /VINCULACIÓN
CON LOS OBJETIVOS PARA EL
DESARROLLO SOSTENIBLE

COMPROMISO CON LA AGENDA 2030





“El compromiso que mantiene Casa de Moneda con la sostenibilidad debe estar en concordancia con la agenda mundial. Ante esto es que CMCH apoya el desarrollo de algunos objetivos de desarrollo sostenible con su quehacer diario”.



APOYO EN EL CUMPLIMIENTO DEL ACUERDO DE PARÍS, AGENDA 2030.

ACUERDO DE PARÍS Y LOS 17 ODS

En septiembre del 2015 se celebró en París, Francia, la Conferencia de París sobre el Clima (COP 21), acuerdo realizado por la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, el más importante acuerdo vinculante mundial, firmado por 195 países miembros de Naciones Unidas.

Este acuerdo se materializa en la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible: “Transformar nuestro mundo”, el cual es un plan de acción en favor de las personas, el planeta y la prosperidad, con el objetivo de fortalecer la paz mundial



dentro de un concepto más amplio de libertad, buscando la erradicación de la pobreza en todas sus formas y dimensiones, incluyendo la pobreza extrema. Este es el mayor desafío al que se enfrenta el mundo y constituye un requisito indispensable para el desarrollo sostenible (Asamblea General, Naciones Unidas, 25 de septiembre 2015).



El principal objetivo es reforzar la respuesta mundial a la amenaza del cambio climático, en el contexto del desarrollo sostenible y de los esfuerzos por erradicar la pobreza.

En específico busca:

a) Mantener la temperatura media mundial muy por debajo de los 2°C con respecto a los niveles preindustriales, y proseguir los esfuerzos para limitar ese aumento de la temperatura a 1,5°C con respecto a los efectos del cambio climático.

b) Aumentar la capacidad de adaptación a los efectos adversos del cambio climático y promover la resiliencia al clima y un desarrollo con bajas emisiones de gases de efecto invernadero, de un modo que no comprometa la producción de alimentos.

c) Situar los flujos financieros en un nivel compatible con una trayectoria que conduzca a un desarrollo resiliente al clima y con bajas emisiones de gases de efecto invernadero. (Acuerdo de París, 2015).

Esta agenda se materializa en 17 objetivos con 169 metas



APOYAMOS EL DESARROLLO DE LOS ODS

El compromiso que mantiene Casa de Moneda con la sostenibilidad debe estar en concordancia con la agenda mundial. Ante esto es que CMCH apoya el desarrollo de 6 objetivos de desarrollo sostenible pertenecientes a la agenda 2030. Los proyectos de CMCH que adhieren a los siguientes ODS son:







CAPÍTULO 11 / SOBRE ESTE REPORTE





ELABORACIÓN DEL REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

El presente Reporte de Sostenibilidad es el primero que realiza Casa de Moneda, al momento de comenzar a mirar la empresa de manera sostenible, resulta esencial entregar esta información a los grupos de interés.

Posicionarse con un alto estándar, al igual que las demás empresas públicas, manteniendo una total preocupación sobre los resultados económicos esperados por los organismos fiscales recaudadores del país resulta fundamental para el futuro de la empresa. El contexto en el cual se desenvuelve Casa de Moneda -con una baja cantidad de ejecutivos y administrativos-, hace que sea complejo profundizar en prácticas nuevas como la sostenibilidad o el valor compartido que nacen de la política corporativa de responsabilidad social empresarial. Todo eso representa un reto a corto plazo que CMCH asume con eficiencia y responsabilidad.

El período sobre el cual se desarrolla este primer reporte es desde el 1 de enero al 31 de diciembre del 2017. El reporte busca entregar información precisa a los grupos de interés sobre el proceso de inmersión en la sostenibilidad que está realizando CMCH, esto con el objeto de avanzar en desarrollar con mayor profundidad proyectos, procesos y/o iniciativas que permitan mitigar las externalidades negativas y fomentar las positivas en los aspectos económicos, sociales y ambientales en los cuales la empresa tiene directa relación.

El área de Comunicaciones de CMCH es el contacto para resolver dudas. La encargada de esta área es Carolina Castro, correo electrónico: ccastrom@casamoneda.cl.







CAPÍTULO 12 / COMPROMISOS

LA VISIÓN A FUTURO



“Se debe mantener una visión sostenible a mediano y largo plazo para abordar los desafíos propuestos, no obstante, sin descuidar las acciones concretas y específicas alineadas con la estrategia de negocio en el corto y mediano plazo”.

COMPROMISOS

Al comenzar a impulsar la sostenibilidad al interior de Casa de Moneda, se ha empezado a recorrer un largo camino. Hay certeza de que esta trayectoria aportará en gran medida a la construcción de una sociedad más equilibrada con su entorno, un foco más amplio que el desempeño económico, al que se suman los aspectos sociales y ambientales en los que se tiene injerencia. Ante esto, es claro que se debe mantener una visión sostenible a mediano y largo plazo para abordar los desafíos propuestos, no obstante, sin descuidar las acciones concretas y específicas alineadas con la estrategia de negocio en el corto y mediano plazo. Para ello se trabajará fuertemente en los siguientes compromisos:

- Desarrollar un Reporte de Sostenibilidad bajo formato GRI Standars en su nivel esencial para el ejercicio 2018, presentándolo junto con los resultados financieros en abril del año 2019.

- Continuar con una exhaustiva profundización y mapeo de los grupos de interés, con especial énfasis en los proveedores estratégicos internacionales y en clientes tanto nacionales como de la región.

- Fomentar una cultura empresarial sostenible, donde la empresa en conjunto con sus colaboradores (as) puedan impulsar el desarrollo sostenible desde su quehacer.

- Avanzar en el consumo de energías renovables no convencionales (ERNC), con al menos un 25% de la matriz energética.

Estos compromisos a corto y mediano plazo ponen de manifiesto la visión que posee Casa de Moneda acerca del Desarrollo Sostenible, comprendiendo que el futuro presenta tanta importancia como el presente.



