



Softys S.A.**Dirección Softys House:**

Teatinos 280, piso 4
Santiago de Chile.

www.softys.com

**Producción y coordinación
de este Reporte de Sostenibilidad:**

Gerencia de Sostenibilidad de Softys, junto
al trabajo de 15.916 colaboradores, a quienes
agradecemos de corazón su cuidado día a día.

Asesoría en estándares GRI:

Plus Comunica

Edición periodística y cuentos:

Isabel Plant

Diseño:

Malmo Estudio de Diseño
FDC Fábrica Diseño Gráfico

Ilustraciones:

Alejandra Acosta

Fotografía y Producción:

Carlos Ortega
Sofía Aldunate

Impresión:

Ograma



Índice

01 Innovando para tu cuidado

página 07

Negocios de Softys.

Mensaje del Presidente del Directorio.

Carta del CEO.

Nuestra razón de ser.

Sostenibilidad financiera.

Composición del Directorio de Softys.

02 Cuidar a nuestros consumidores

página 49

Programa CARE Brands.

Marcas de Cuidado.

Certificaciones ambientales y de calidad.

Consumer marketing insights y medios.

03 Ser responsables de principio a fin

página 87

Proveedores estratégicos con los que nos relacionamos.

Gobernanza de la gestión de proveedores.

Evaluación de proveedores.

Avances ambientales.

04

Ser mejores juntos

página 133

Soy Softys.

Avances 2025 de nuestros pilares estratégicos.

Salud y seguridad.

Gestión de contratistas.

Integridad y cumplimiento.

05

Apoyar a las comunidades y su desarrollo

página 175

Avances en la gestión comunitaria 2025.

Pilares de Softys Contigo.

Contigo: Voces de nuestros clientes.

06

Anexo

página 196

Índice de contenidos GRI.



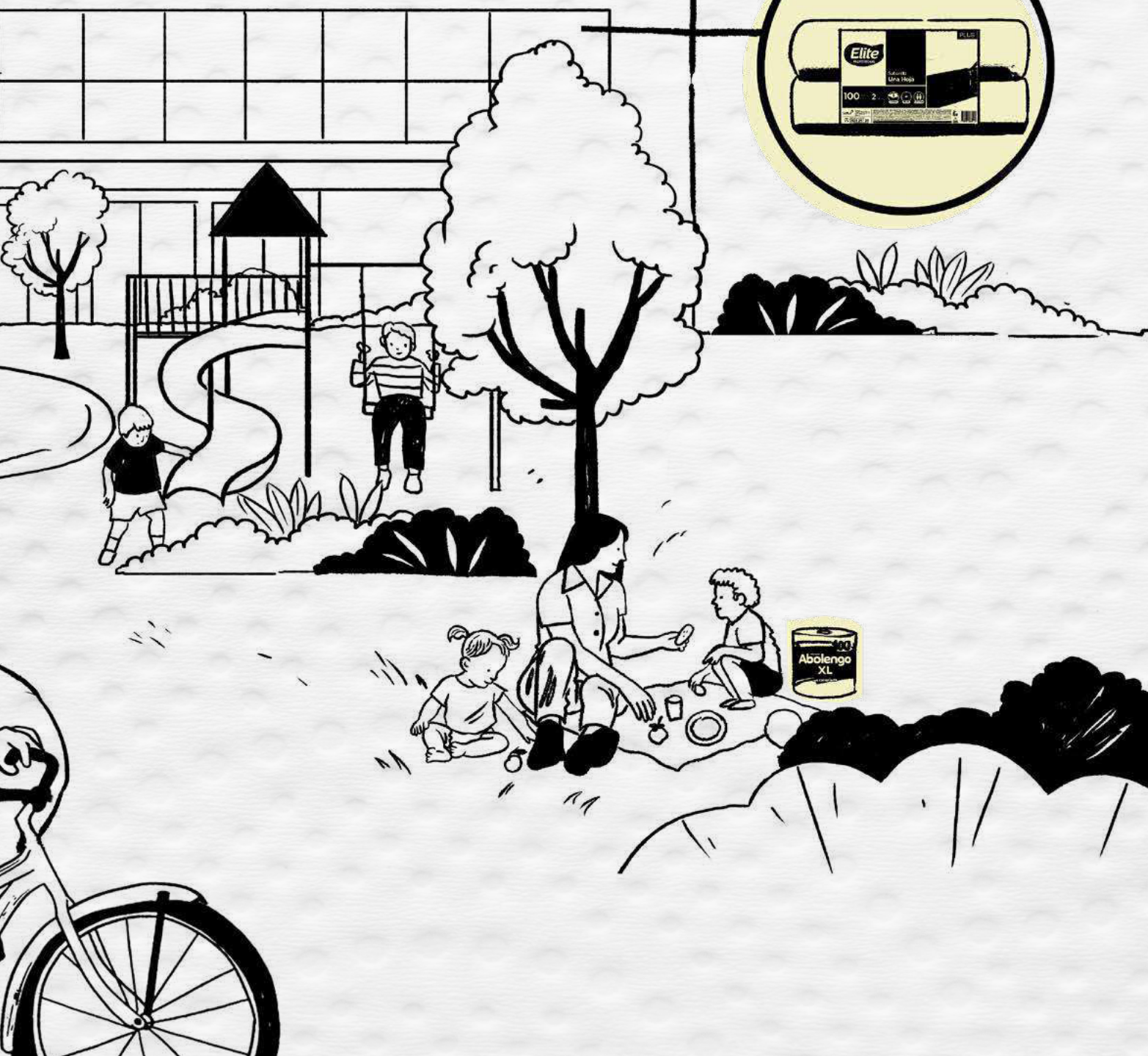
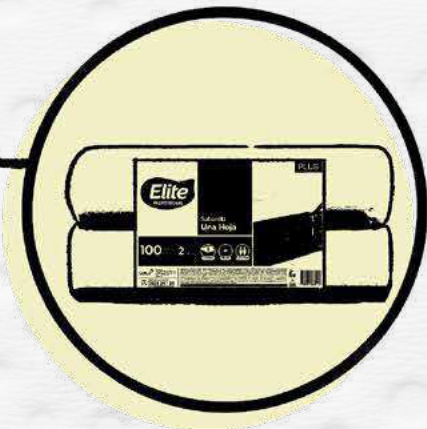
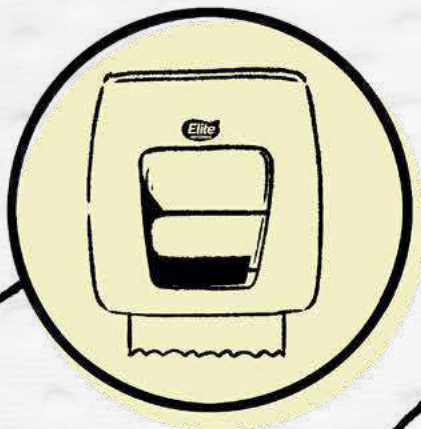
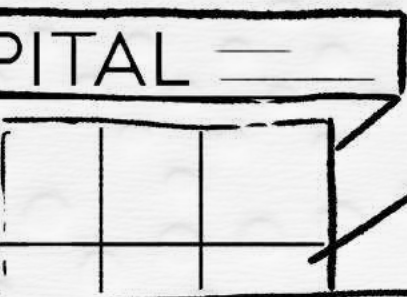
Innovando para
01 *tu cuidado*

Gracias por dejarnos ser parte de tu vida



Conoce nuestras
historias de
cuidado **aquí.**





*En tu día a día
y en cada etapa de tu vida*

Negocios de Softys

Cómo transformamos nuestro
Propósito en cuidado para todos

Consumer Tissue

En Consumer Tissue ponemos a disposición de las personas soluciones innovadoras para las tareas diarias de higiene y limpieza, como papel higiénico, servilletas, pañuelos faciales y toallas desechables.

Estos productos de papel tissue los desarrollamos con **los más altos estándares de calidad, absorción, suavidad y rendimiento**, en procesos certificados y con materias primas cada vez más renovables, que refuerzan nuestra conexión con quienes valoran el bienestar y cuidado en cada detalle de su rutina.



Elite

Sublime

Nova

Sussex

Higienol

Cotton

Noble

Abolengo

Confort

Duetto

Kitchen

Premier

Paloma

Big Roll

Carilina

Ideal

Stylus

Coquetel

Social Team

Maxim



Personal Care

A través de Personal Care, ofrecemos productos de cuidado infantil, femenino y adulto, que **brindan protección, autonomía, comodidad, confianza y bienestar a las personas y sus familias en cada etapa de sus vidas.**

En nuestra oferta destacan pañales para bebés, productos para adultos, toallas higiénicas femeninas y toallas húmedas, que distribuimos en toda América Latina bajo marcas de alto reconocimiento regional y marcas locales con fuerte arraigo en cada mercado.

Softys Professional

En Softys Professional entendemos que la higiene y el desempeño van de la mano. Por eso no ofrecemos productos: ofrecemos soluciones diseñadas para los momentos que más importan, en los espacios donde las personas trabajan, se atienden y transitan cada día.

Nuestras soluciones abordan las necesidades esenciales de cada ocasión de cuidado: la higiene del baño, el sanitizado de manos, el cuidado del paciente, la limpieza de superficies y la higiene en el servicio de alimentos. Todo pensado para centros de salud, aeropuertos, oficinas, industrias, restaurantes y escuelas que confían en nosotros para mantener ambientes seguros, eficientes y dignos.

Porque la higiene es la primera señal de calidad que percibe toda persona al entrar a un espacio, y esa percepción impacta directamente en la reputación y el crecimiento de los negocios de nuestros clientes.

Con presencia en toda la región a través de nuestras marcas Elite Professional, Maxwipe y Rendipel, en Softys Professional hacemos de la higiene profesional un motor real de bienestar para las personas, para los negocios y para el planeta.



家庭



A close-up portrait of Francisco Ruiz-Tagle, a middle-aged man with grey hair, smiling. He is wearing a white dress shirt and a dark suit jacket. The name 'Francisco Ruiz-Tagle' is written vertically in white text over the right side of his face.

Francisco Ruiz-Tagle

Mensaje del **Presidente del Directorio**

En abril de 2025 asumí la Presidencia del Directorio de Softys luego de haber sido director desde 2018. Mi vínculo con la compañía comenzó hace más de dos décadas cuando fui gerente del negocio en Argentina. Estas experiencias me han permitido conocer de cerca su desarrollo y expansión en Latinoamérica, la que es sin duda una plataforma fundamental para la industria de productos tissue y cuidado personal.

En los últimos años, Softys ha experimentado un crecimiento significativo, impulsado por una estrategia consistente que ha combinado expansión orgánica con adquisiciones, particularmente en mercados clave, como Brasil y México. Este proceso ha permitido consolidar una posición de liderazgo en tissue a nivel regional y avanzar hacia una participación relevante en el segmento de cuidado personal.

Este crecimiento implicó también un aumento relevante en escala y complejidad operacional, lo que en algunos mercados afectó la ejecución comercial y el nivel de servicio. Además, el año 2025 coincidió con una coyuntura desafiante en los mercados de Brasil y México producto de la sobrecapacidad de producción existente en papeles tissue, lo que se vio reflejado en una caída en nuestros resultados. Las ventas alcanzaron US\$ 3.3 billones y el EBITDA se situó en US\$ 361 millones, por debajo de los niveles observados el año anterior.

Frente a este escenario, la compañía reaccionó con decisión. En Softys pusimos el foco en la ejecución, fortaleciendo la disciplina en costos, optimizando nuestras operaciones y elevando los estándares de gestión comercial. Al mismo tiempo, aceleramos la integración de las adquisiciones recientes, con un enfoque claro en capturar sinergias, simplificar procesos y recuperar niveles de eficiencia.

Estas acciones comenzaron a reflejarse en nuestros resultados. En particular, el EBITDA del último trimestre fue un 31% superior al promedio de los dos primeros trimestres del año, evidenciando una mejora en el desempeño operacional y una recuperación de los márgenes. Pero nuestro desafío es que este cambio de tendencia sea un punto de inflexión y que se vean resultados mejorados producto de la capacidad de la organización para adaptarse, corregir y ejecutar con rapidez los planes propuestos para un entorno que ha sido exigente.

Más allá de la coyuntura de corto plazo, los fundamentos estructurales de la industria en Latinoamérica se mantienen sólidos. La región presenta aún niveles de consumo y penetración de productos tissue y de cuidado personal inferiores a los de mercados más desarrollados, lo que representa una oportunidad relevante de crecimiento en el tiempo. En este contexto, Softys cuenta con una posición privilegiada para capturar dichas oportunidades, apoyada en su escala regional, en su conocimiento de los mercados y en un portafolio de marcas relevantes y valoradas por los consumidores.

Sin embargo, el principal activo de la compañía es su equipo humano. Son más de 15.000 colaboradores quienes, con un alto nivel de profesionalismo, compromiso y conocimiento local, hacen posible no solo la operación diaria, sino también la capacidad de reaccionar y mejorar en escenarios complejos como el actual.

De igual forma, entendemos la sostenibilidad como un pilar esencial en la creación de valor. Continuamos avanzando en el uso responsable de los recursos, en la reducción de emisiones y uso de agua, y en iniciativas que contribuyen al bienestar de las comunidades donde operamos, integrando estos principios y objetivos en la gestión del negocio.

De cara al próximo ciclo, y habiendo alcanzado la escala necesaria, nuestro foco es claro: lograr niveles de rentabilidad consistentes con la inversión en crecimiento que la compañía realizó en estos últimos años. Para ello nos concentraremos en concluir la integración de las empresas adquiridas en México y Brasil para lograr plenamente las sinergias proyectadas, mejorar la competitividad operativa y logística, y fortalecer la ejecución comercial en todos los mercados.

Y el mensaje es claro: Softys ha atravesado un período exigente, pero ha iniciado un proceso concreto de recuperación. Contamos con una base sólida, una estrategia definida y una organización con la capacidad de ejecutar. Nuestro compromiso es transformar esa base en resultados sostenibles, con disciplina, foco y una mirada de largo plazo.

Estamos convencidos de que la compañía está mejor preparada para enfrentar los desafíos del entorno y capturar las oportunidades de crecimiento de la región. Con ello, seguiremos avanzando en la consolidación de Softys como un actor líder, rentable y sostenible en Latinoamérica.

Francisco Ruiz-Tagle
Presidente del Directorio Softys

Gonzalo Darraidou

Carta del CEO



El dinamismo del mercado nos obliga a responder con agilidad, prontitud y eficiencia. Tenemos la convicción de que contamos con un amplio portafolio de marcas que se han ganado en el tiempo la confianza y preferencia de los consumidores.

Tengo el agrado de presentarles un nuevo Reporte de Sostenibilidad de Softys, que, complementario al que emite de manera consolidada nuestra matriz CMPC, recorre específicamente la manera en que la sostenibilidad se enmarca dentro de nuestro propósito de desarrollar marcas que entreguen el mejor cuidado que las personas necesitan en su día a día y en cada etapa de sus vidas.

Al acercarse el cierre de un año, como cualquier ciclo, las reflexiones son necesarias e indispensables para proyectarse al futuro.

El año 2025 fue, sin duda, un año tremendamente desafiante y que nos deja aprendizajes sumamente relevantes. En los últimos 5 años, Softys alcanzó el liderazgo a nivel Latam en el segmento Tissue y el segundo lugar en productos de higiene personal, alcanzando ventas por US\$3.4 billones y un EBITDA de US\$510 millones. Sin embargo, los resultados del año 2025 registraron un deterioro relevante, con ventas de US\$3.3 billones y un EBITDA de US\$ 361 millones.

Nuestro entorno presentó durante el año un consumo contraído a nivel regional y registró un aumento

importante de capacidad instalada de producción en el mercado, en especial en el segmento de papel tissue en Brasil, donde existe una sobrecapacidad que se estima alcanzará un 40% en el año 2026 y en México, llegará a un 25% de la demanda, en un entorno de consumo privado decreciente.

También a nivel global se registró un aumento de importaciones desde China y el auge de los canales de venta hard discount y cash and carry, en respuesta a tendencias sociales y de estilo de vida de la población.

El dinamismo del mercado antes mencionado nos obliga a responder con agilidad, prontitud y eficiencia. Tenemos la convicción de que contamos con un amplio portfolio de marcas, que se han ganado en el tiempo la confianza y preferencia de los consumidores, incluyendo aquellas de alcance regional como lo son Elite, Babysec y Ladysoft, entre otras, y aquellas que se enfocan en países o incluso zonas geográficas en particular, como Duetto, Cotton y Bigfrol en Brasil, Ideal en Arequipa, Perú y BB Tips en México, contando con el cariño de las personas desde hace varias generaciones.

Del mismo modo, hemos sido capaces de adaptarnos a las tendencias del mercado incorporando nuevas tecnologías, como el gofrado en húmedo, que nos ha permitido desarrollar productos tissue de gran suavidad, resistencia y absorción.

Pero además de la fortaleza de nuestras queridas marcas, contamos con la potencia de un equipo de colaboradores que vive una cultura más humana, más ágil y de más impacto, inspirado a poner siempre a los clientes y consumidores en el centro de todo lo que hacemos, a movernos con rapidez y flexibilidad, y a generar un valor que trasciende.

Personalmente, soy de la opinión de que todo se trata de personas y que el grupo humano que conforma Softys es su principal fortaleza para adaptarse a un entorno desafiante.

En esa línea, sin duda el día más triste del año para todos nosotros fue el 18 de enero, día del lamentable fallecimiento del Sr. Damião Vieira Costa, colaborador de una de nuestras empresas transportistas, en una faena de descarga de productos en la planta Piraí en Brasil. Este hecho nos dejó sin duda importantes aprendizajes de oportunidades de mejora y una reiteración de que en materia de seguridad debemos estar siempre alertas, para cuidar de los nuestros y nosotros mismos.

En abril del año 2025 incorporamos la operación de Softys Falcon, tras la compra de las operaciones de Ontex en Brasil, con su fábrica de Senador Canedo,

1.000 colaboradores y marcas potentes, como lo son Bigfrol, Cremer y PomPom. Reitero al equipo de Softys Falcon la más cordial bienvenida y el orgullo que nos significa que se hayan integrado a Softys. Somos conscientes de que las integraciones de las compañías que hemos efectuado en los últimos años han sido complejas y afectado en algunas ocasiones la ejecución en el punto de venta y nivel de servicio. Estamos enfocando todos nuestros esfuerzos en consolidar esos procesos y explotar al máximo las oportunidades que estamos seguros pueden generar para Softys, con un footprint fortalecido, marcas muy valiosas y un grupo humano tremendamente calificado.

Este año 2025 nos deja también la satisfacción de haber cumplido con las metas de Sostenibilidad que nos trazamos en el año 2018. Por ejemplo, logramos reducir en un 50% nuestro uso de agua en procesos industriales y que todas nuestras plantas sean “Cero residuos a relleno sanitario”. En este último ámbito, nuestra planta Talagante fue reconocida por uno de los premios “Planeta”, de Pacto Global de las Naciones Unidas, galardón que nos llena de orgullo y por el cual aprovecho de reiterar mis felicitaciones a todo el equipo involucrado. Lo anterior no son solo métricas, son materias vitales en la sostenibilidad de nuestro negocio.

El 2025 fue asimismo, un año de consolidación de nuestra iniciativa Softys Contigo en cuyo marco hemos podido llevar cuidado e higiene a más de 40.000 personas de Latinoamérica, permitiendo a través del voluntariado de nuestros colaboradores, vivir el propósito de cuidado en primera persona y acercarnos más a los consumidores, partiendo por aquellos que sufren carencias en materia de higiene, esencial para la dignidad humana.

El Reporte que tienen en sus manos expresa cómo nuestros clientes y consumidores se encuentran en el centro de todo lo que hacemos, y nos desafían a innovar y buscar permanentemente la manera de entregarles el mejor cuidado y con la mejor relación precio calidad, tanto hoy como mañana.

Este año 2025 nos deja la satisfacción de haber cumplido con las metas de sostenibilidad que nos trazamos en 2018. No son solo métricas, son materias vitales en la sostenibilidad de nuestro negocio.

Nuestra razón de ser

En Softys, el cuidado es lo que nos da sentido, nos une, **y forma parte de nuestro ADN**





NUESTRA VISIÓN

Ser los mejores en entregar cuidado e higiene a las personas en Latinoamérica, ganando la preferencia diaria por nuestras marcas, creciendo con rentabilidad y cuidando el futuro hoy.

NUESTROS PILARES

Innovación en calidad

Innovamos en procesos y estrategias, poniendo énfasis en la mejora continua a nivel tecnológico y en torno a las necesidades de los consumidores.

Compromiso con la sostenibilidad

Velamos porque todas nuestras acciones estén en un marco de respeto al entorno, desde una robusta gestión de los ámbitos ambiental, social y económico.

Accesibilidad y cercanía para las personas

Nos preocupamos de estar siempre cerca y disponibles para las personas y sus necesidades, en todos los lugares donde ellas están y a un valor conveniente a sus posibilidades.

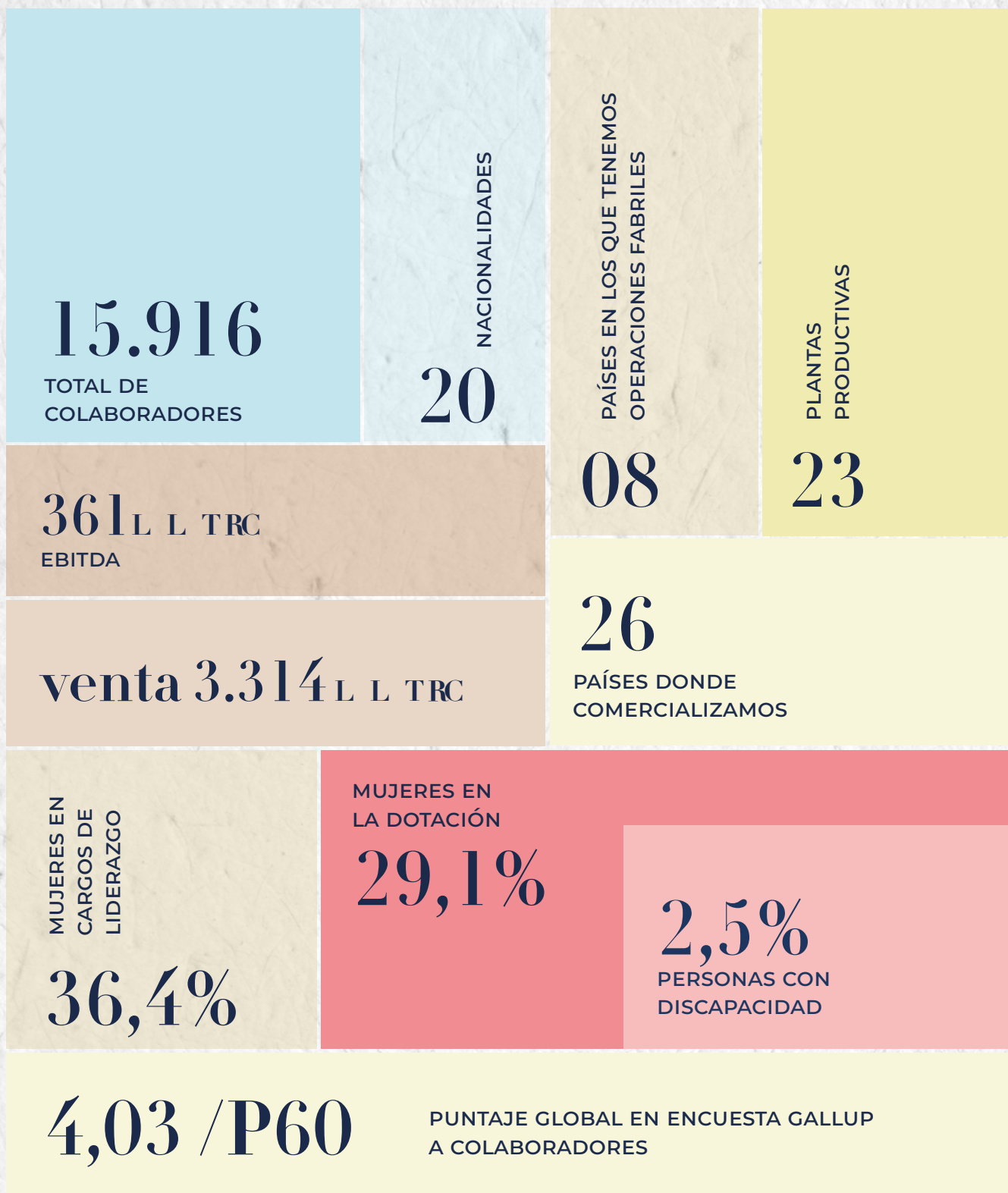
NUESTRO PROPÓSITO

Desarrollar marcas que entreguen el mejor cuidado que las personas necesitan en su día a día y en cada etapa de sus vidas.

Somos Softys, una compañía global con más de **45 años de experiencia** en el mercado, líder en América Latina en el desarrollo de productos y soluciones para el cuidado de las personas, con diferentes marcas de higiene y cuidado personal.

El año en una mirada

2025 en cifras



387 ktCO₂e

HUELLA DE CARBONO
ALCANCE 1 Y 2

13,7 m³/ton

AGUA UTILIZADA

cero

RESIDUOS A
RELLENOS SANITARIOS

USD

2.236.446

INVERSIÓN SOCIAL Y DONACIONES

SOFTYS CONTIGO

13.899

PERSONAS IMPACTADAS CON
EL PROGRAMA EN 2025

+1.606

COLABORADORES
VOLUNTARIOS

391

TOTAL DE SOLUCIONES SANITARIAS

PERFIL ETARIO

DE LOS COLABORADORES

19,3%

GENERACIÓN Z

53,8%

GENERACIÓN Y

22,5%

GENERACIÓN X

4,5%

BABYBOOMERS

N° 1

EN LATINOAMÉRICA
CONSUMER TISSUE

N° 1

EN LATINOAMÉRICA
SOFTYS PROFESSIONAL

N° 2

EN LATINOAMÉRICA
PERSONAL CARE



Un solo equipo
Con múltiples raíces

La capacidad de innovar desde la multilatinidad es una de nuestras principales ventajas competitivas

Nuestra presencia en más de 25 países de América Latina, que hemos consolidado a partir de la impronta de los equipos locales, nos aporta agilidad para la adaptación y nos ayuda a entender y conectar con cada una de estas realidades.

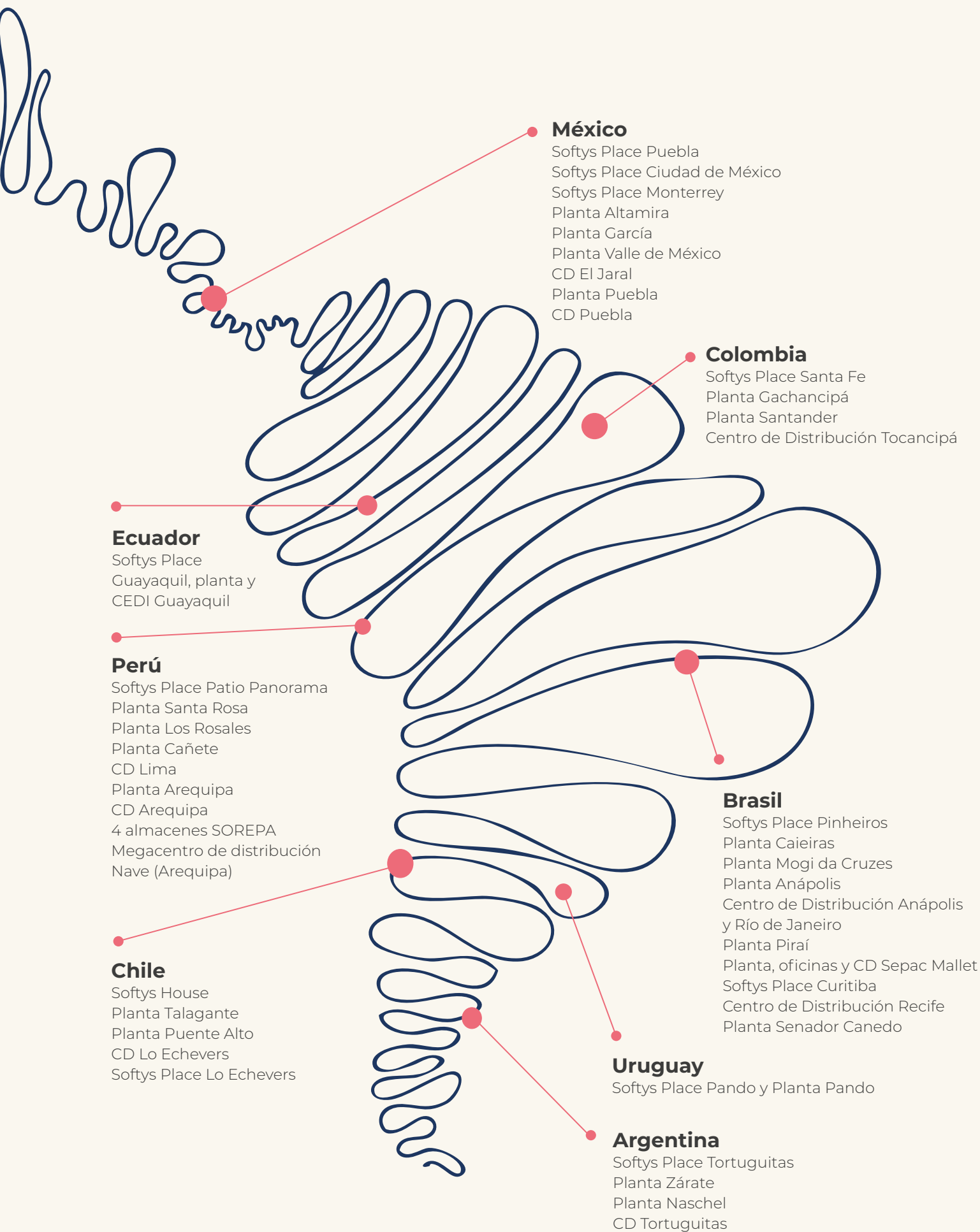
Esta identidad multilatina y pujante la hemos convertido en un poderoso motor de crecimiento, que complementamos con el respaldo estratégico, el prestigio global y el sello de calidad y experiencia que nos brinda nuestra matriz, CMPC.

Juntos, hemos construido una organización que no solo es capaz de operar en múltiples países y contextos, sino que también piensa, crea y lidera desde la riqueza de la pluralidad.

08 PAÍSES DONDE TENEMOS OPERACIONES FABRILES

23 NÚMERO TOTAL DE PLANTAS

20 NACIONALIDADES DE NUESTROS COLABORADORES



Sostenibilidad financiera

Saber enfrentar los desafíos con decisión

Nuestro foco está en la ejecución, fortalecer la disciplina en costos, optimizar nuestras operaciones y elevar los estándares de gestión comercial

El 2025 fue un año desafiante para Softys. Registramos una caída relevante en nuestros resultados, lo que se explica principalmente por un consumidor más empobrecido en Latam, mayor relevancia de los canales Hard Discount y Cash & Carry con menor presencia de Softys, así como la sobrecapacidad de producción de papel tissue en los mercados de Brasil y México, efectos que se pudieron contrarrestar solo parcialmente con nuestro programa de excelencia operacional. En el referido contexto, destacan los buenos resultados de Softys Chile, la consistencia de Uruguay, Colombia, Ecuador y Sepac, así como la excelencia operacional de Softys Brasil, que consiguió reflejar cambios importantes a partir del segundo semestre con un turn around operacional.

En abril tomamos control de Softys Falcon consiguiendo un one stop shopping más robusto y conseguir el liderazgo en pañales para adulto en Brasil.

La nueva realidad del negocio requiere que seamos más ágiles y competitivos, con el objetivo de acelerar la construcción de capacidades clave para consolidar la ventaja competitiva de la compañía en el mercado a través de proyectos transformacionales, con enfoque en procesos críticos para optimizar crecimiento y disciplina operativa, excelencia en costos y gastos, fortaleciendo la mentalidad implacable de hacer que las cosas pasen y asegurar que la transformación sea sostenible en el tiempo.





Nota: La fabricación de papel (Mton) en 2025 no incluye Sanitarios ni BCTMP.



En un contexto complejo, en el último trimestre de 2025 los resultados de Softys experimentaron una recuperación en términos de volumen, ingresos y márgenes. Esta favorable evolución sienta una base optimista para 2026.

Algunos hitos comerciales y operacionales del año

Un año desafiante. Un plan claro

Nuestro entorno presentó un consumo contraído, con un aumento importante de capacidad instalada de productos tissue en los mercados de Brasil y México. En respuesta a esta coyuntura, en Softys activamos un plan de resiliencia que aborda distintos frentes: costos de operación, gastos logísticos, nivel de servicio y ejecución en el punto de venta, que ya está entregando resultados positivos.

Incorporación de Softys Falcon en Brasil

La integración de estas operaciones avanzó positivamente en 2025, con buenos resultados iniciales. Debido a la incorporación de la reconocida marca Bigfrol, Softys obtiene una posición de liderazgo en el mercado de pañales para adultos en Brasil y, sumado al consistente crecimiento de Babysec en ese país, logra una excelente complementariedad de los negocios de Cuidado Personal y Tissue en consumo masivo.

Fortaleza de Softys Professional

Este negocio destacó por su crecimiento y disciplina, implementando su estrategia de superioridad y ejecución en puntos de consumo y servicio.

Compromiso organizacional

La encuesta de clima organizacional Gallup reafirmó en el último año los altos niveles de engagement de los colaboradores y su buena percepción respecto de la claridad de los planes de acción de la compañía, posicionándonos en el rango de Buen Cuidado.

Quiénes lideran y orientan nuestro trabajo

Softys es una Sociedad Anónima Cerrada perteneciente en un 100% a Empresas CMPC.

Su máximo órgano de decisión es el Directorio de la compañía. Conformado por siete miembros, este consejo opera en línea con las directrices del Compendio de Políticas y Procedimientos de Gobierno Corporativo de la matriz, así como de un sólido modelo de cumplimiento legal.

En el marco de la Junta de Accionistas que la compañía celebró en el mes de abril, y en conformidad con sus estatutos, en 2025, Softys renovó su Directorio.

Como parte de este proceso, se designó como nuevo presidente de esta instancia, en reemplazo de Luis Felipe Gazitúa a Francisco Ruiz-Tagle, CEO de Empresas CMPC, quien ya desempeñaba el cargo de director de Softys. Asimismo, se nombró a Gonzalo Darraidou, CEO Softys, como vicepresidente ejecutivo.

Además, se integraron como nuevos directores los señores David Kahn y Hernán Rodríguez, mientras Washington Williamson cesó sus funciones luego de una destacada labor como director de Softys.

Con el objetivo de entregarles las herramientas y conocimientos que requieren para integrarse con efectividad a la organización y comprender en profundidad su estrategia, cultura, valores y propósito, estos dos nuevos directores recibieron un completo programa de inducción, que consideró exposiciones de todas las áreas y un plan de visitas a las operaciones.



En el marco de la Junta de Accionistas que la compañía celebró en el mes de abril, y **en conformidad con sus estatutos, en 2025, Softys renovó su Directorio**



Composición del Directorio de Softys

BERNARDO MATTE



JORGE LARRAÍN



FRANCISCO RUIZ-TAGLE, Presidente



DAVID KAHN



PABLO TURNER



HERNÁN RODRÍGUEZ



MARÍA LAURA SANTOS



Funcionamiento del Directorio

Capacitación del Directorio

En octubre de 2025, el Directorio de Softys tuvo una sesión especialmente enfocada en materias de Compliance.

Como parte de esta jornada, algunos de los temas centrales que se abordaron fueron las principales tendencias en libre competencia y los avances del programa de Integridad y Cumplimiento de la compañía.

La capacitación sobre libre competencia fue impartida por destacados especialistas internacionales, Ivo Gagliuffi, ex director de la Agencia de Libre Competencia de Perú, y los abogados Héctor Armengod y Alfonso Madrid, socios de la destacada firma internacional Latham-Watkins.

La revisión de la gestión en compliance, por su parte, estuvo a cargo de Mittsy Valenzuela, Gerente Regional de Integridad y Cumplimiento de Softys.

Este programa de capacitación y cumplimiento se desarrolla anualmente y de forma voluntaria, como una buena práctica corporativa.

Involucramiento del Directorio en la gestión de los temas ASG

Como procedimiento habitual y consolidado, antes de analizar los resultados del negocio, el Directorio de la compañía revisa en cada una de sus sesiones ordinarias tanto los indicadores clave de sostenibilidad como la gestión de los incidentes ambientales y de seguridad.

Además, un Comité de Directores realiza visitas mensuales a las plantas, oficinas y puntos de venta en los distintos países en que opera para hacer un seguimiento cercano del negocio y su contexto. En dichas jornadas, los directores participantes tienen la oportunidad de compartir con los colaboradores, reunirse con clientes y escuchar análisis de expertos locales en temas como entorno macroeconómico y oportunidades comerciales.

Gestión de Riesgos

Programa de Gestión de Riesgos

Softys cuenta con un Programa de Gestión de Riesgos que forma parte integral del programa de CMPC, basado en estándares internacionales como ISO 31000, COSO ERM y mejores prácticas, que aplica a todas las unidades de negocio y los países donde opera.

Gobernanza del Programa de Gestión de Riesgos

Gobernanza de Riesgos

El negocio y la operación de Softys son responsables por la gestión de sus riesgos y la aplicación de la metodología y sistemas informáticos de apoyo, lo que se realiza en conjunto con la Gerencia de Riesgos y Compliance.

A nivel de gobernanza, esta gestión involucra a la Alta Gerencia y al Comité de Riesgos, Gestión de Riesgos y Compliance, así como al Directorio, a través de reportes periódicos.

Metodología de Gestión

Etapas

El proceso de gestión de riesgos es parte de la operación diaria y del proceso de toma de decisiones. Por lo tanto, se integra en la estructura, las operaciones y los procesos de la organización. Además, se ha definido un apetito al riesgo, considerando aspectos financieros como no financieros.

Directorio Vela por la adecuada implementación del programa	
Comité de Riesgos, Gestión de Riesgos y Compliance de CMPC Supervisa el programa. Recibe reportes periódicos respecto de la gestión de riesgos.	1º Línea de Defensa Dueño de Riesgos Responsable directo de identificar, evaluar y gestionar los riesgos.
	2º Línea de Defensa Dirección Regional de Riesgos y Compliance Área técnica que diseña, guía y da soporte al programa, asegurando su correcta aplicación en toda la organización.
	3º Línea de Defensa Gerencia de Auditoría Interna CMPC Evalúa de forma independiente el programa y la eficacia operativa de las actividades de control identificadas.
Auditoría externa Organismos Externos (Procesos de certificación ISO): auditan el programa al menos una vez al año.	

Las etapas del proceso de gestión de riesgos son:



Divulgación y capacitación

Para fomentar la cultura de riesgos en la organización, se realizan capacitaciones o talleres de gestión de riesgos a distintos niveles de la organización.

Identificación

El **Programa de Gestión de Riesgos 2025** contempla el análisis de los riesgos emergentes del negocio, con una mirada propia del negocio de consumo masivo.

Summit 2025 de Gestión de Riesgos y Control Interno Presentar innovaciones y alinear estrategias para el cumplimiento del Programa de Gestión de Riesgo.	Negocio Líderes de Riesgos de los 8 países	Nº de participantes 23
Plan Comunicacional Lanzamiento de Sitio (en intranet) de normativa y procedimientos aplicables como resultado del levantamiento en todas las áreas.	Negocio Todos los países	Nº de participantes Alcance general
Capacitación Gestión de Riesgos Capacitación “Ambiente de Control” en plataforma Mi Fibra.	Negocio Todos los países	Nº de participantes 2.682

Estrategia de Sostenibilidad 2024-2028

Nuestro plan para cuidar

La sostenibilidad es parte fundamental de nuestra propuesta de valor para clientes y consumidores, **que están al centro de todo lo que hacemos**



**Nuestro Business Plan al año 2028
contempla a la sostenibilidad como
uno de sus pilares estratégicos, bajo la
promesa: "Cuidamos el futuro hoy".**

Así la Estrategia de Sostenibilidad nos invita a cuidar a quienes nos eligen día a día, ser responsables a lo largo de toda nuestra labor, ser mejores juntos y apoyar a las comunidades que nos reciben con generosidad.

01

*Cuidar a nuestros
consumidores*

¿PARA QUÉ?

Mejorar el día a día en cada etapa de sus vidas.

¿CÓMO?

Con marcas con propósito (CARE Brands) y ética publicitaria.

02

*Responsables
de principio a fin*

¿PARA QUÉ?

Reducir el impacto en el planeta en toda la cadena de valor.

¿CÓMO?

Con abastecimiento responsable, manejo de agua, residuos y reducción de emisiones.

03

*Ser mejores
juntos*

¿PARA QUÉ?

Respetar a las personas, valores y normas.

¿CÓMO?

Con integridad, seguridad, inclusión y diversidad.

04

*Apoyar a
las comunidades
y su desarrollo*

¿PARA QUÉ?

Generar valor compartido.

¿CÓMO?

Con mitigación de impacto, sinergias sociales y buena vecindad.

Cuidar a nuestros consumidores

“Entregar una propuesta de valor sostenible a la vida de nuestros clientes y consumidores, a través de la responsabilidad, cercanía e innovación”

FOCO ESTRATÉGICO

CARE BRANDS:
Hacer de la sostenibilidad un valor de nuestras marcas.

OBJETIVO

Cuidado: Todas nuestras marcas son marcas de cuidado.

Acción: Cuidar a los consumidores a través de nuestras marcas.

Responsabilidad: Entregar productos con la mejor calidad y siempre innovando para generar el menor impacto ambiental.

Educación: Impulsar la educación en el cuidado a través de nuestras marcas.

METAS

- La totalidad de nuestras marcas tendrán propósitos de cuidado declarados, alineados al propósito de cuidado de Softys y ODS priorizados al 2025.

- El 100% de nuestras marcas en todos los países al 2025 activarán sus propósitos a través de impactos sociales concretos y medibles, a través de causas, y alianzas sociales relevantes.

- Evaluar el 100% de las innovaciones incorporando criterios ASG.
- Reducir en un 50 % el uso de plástico virgen de origen fósil en empaques al 2030.
- El 100% de nuestros empaques serán reciclables, reusables o compostables al 2030.
- Lograr un 100% de Certificación FSC en Cadena de Custodia al 2025.
- Asegurar que el 100% de nuestras plantas y terceros cumplan el estándar de calidad Softys al 2028.
- El 100% de nuestros equipos de marketing serán capacitados anualmente en materia de ética publicitaria.

- El 100% de nuestras marcas educarán a través de su publicidad y/o empaques en aquellas temáticas afines a su propósito al 2025.



Ser responsables de principio a fin

“Hacer más con menos,
haciéndonos responsables
de nuestro impacto
ambiental y abastecimiento
de principio a fin”

FOCO ESTRATÉGICO	OBJETIVO	METAS
Gestión responsable de la cadena de suministro. 	Hacer de la sostenibilidad un elemento estratégico en la vinculación con los proveedores.	• El 100% de nuestros proveedores críticos transparentarán su gestión ASG a través de plataformas de sostenibilidad al 2025. • Softys contará con un programa ASG para proveedores, al cual se incorporarán los proveedores críticos al año 2028 y su totalidad al 2030.
	Fomentar el desarrollo y conexión con las comunidades a través de la contratación de proveedores locales.	• Softys tendrá un programa de fomento a la contratación de proveedores locales al 2025, el cual será implementado en la totalidad de sus áreas de influencia al 2028
Gestión sostenible de recursos ambientales.   	Reducir el impacto ambiental de nuestras operaciones.	• Reducir en un 50% el uso de agua al 2025, y en un 60% el uso de agua al 2028. • Ser una empresa cero residuos industriales a relleno sanitario al 2025. • 100% de nuestras operaciones tendrán certificación del Sistema de Gestión Basura Cero al 2028 u otros afines. • Reducir en un 50% nuestras emisiones de GEI, alcances 1 y 2 al 2030. • Reducir en un 22% nuestras emisiones GEI alcance 3 al 2035.

FOCO ESTRATÉGICO	OBJETIVO	METAS
Colaboradores en el centro.	Promover la inclusión y diversidad como parte de nuestra cultura.	• Aumentar en un 50% la proporción de mujeres en la dotación al 2025 y lograr al menos un 20% de participación de mujeres en operaciones al 2028. • Aumentar en un 50% la proporción de mujeres en posiciones de liderazgo al 2025 y alcanzar al menos un 30% de representatividad de mujeres en sucesión de cargos senior executive y senior management al 2028. • Alcanzar un 2.5% de PcD dentro de la operación al 2025.
	Desarrollar el talento y máximo potencial de nuestros equipos.	• Promover y dar acceso a programas de formación upskilling y reskilling para colaboradores, logrando un mínimo de 30 horas anuales y una participación de un 60% de colaboradores al 2028.
	Hacer de Softys un lugar de trabajo donde se viva el mejor cuidado.	• Implementar un Índice de bienestar de colaboradores al 2026 y mejorar sus resultados anualmente.
Salud y seguridad ocupacional.	Vivir una cultura de salud y seguridad.	• Cero fatalidades en nuestras operaciones. • Umbral máximo tolerado de Índice de Frecuencia de accidentes igual a 1,0. • Cero incendios en nuestras operaciones.
Integridad y cumplimiento.	Vivir una cultura de integridad.	• El 100% de colaboradores adherirán formalmente al Código de Ética de Softys. • Softys contará con un análisis de debida diligencia en DDHH al 2028. • Anualmente el 100% de la dotación administrativa será capacitada en integridad y cumplimiento. • Cada año, el 100% de las personas líderes de operaciones serán capacitados en integridad y cumplimiento.



Apoyar a las comunidades y su desarrollo

“Generar valor compartido, fortaleciendo a las comunidades y mitigando nuestras externalidades negativas”

FOCO ESTRATÉGICO	OBJETIVO	METAS
Generar valor compartido y sinergias locales.	Brindar acceso a agua y saneamiento a comunidades locales que carezcan de éstos.	• Implementar 2 mil soluciones sanitarias e higiene al 2026, y que el 80% sea en áreas de influencia.
	Vincularnos con las comunidades locales a través del propósito de nuestras marcas.	• Cada una de las implementaciones de Softys Contigo considerará una activación de Care Brands.
	Promover alianzas estratégicas con terceros para potenciar el desarrollo de las comunidades.	• Establecer alianzas con al menos 1 tercero estratégico al año en materias de cuidado e higiene.
Buena vecindad y mitigación de externalidades negativas.	Reducir externalidades negativas.	• Desarrollar una estrategia de reducción de impacto ambiental en ruidos, olores y afectación vial.
	Ser una empresa de puertas abiertas.	• Implementar el programa de puertas abiertas de nuestras operaciones.



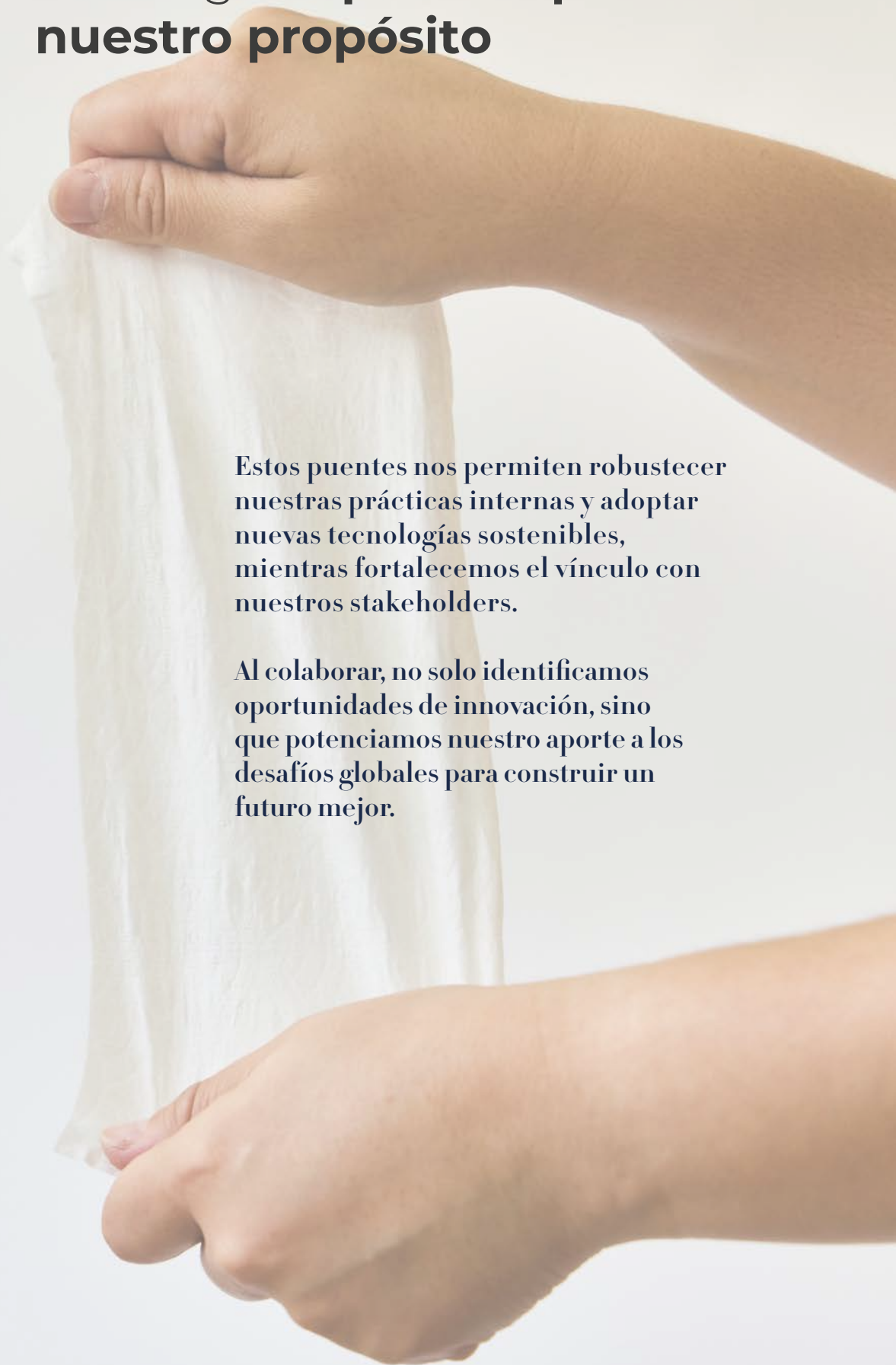
Alianzas con impacto

Porque juntos creamos un futuro mejor

En Softys, impulsamos alianzas estratégicas **para amplificar nuestro propósito**

Estos puentes nos permiten robustecer nuestras prácticas internas y adoptar nuevas tecnologías sostenibles, mientras fortalecemos el vínculo con nuestros stakeholders.

Al colaborar, no solo identificamos oportunidades de innovación, sino que potenciamos nuestro aporte a los desafíos globales para construir un futuro mejor.



ARGENTINA

- Asociación de Industrias de Marca
- Asociación de Fabricantes de Celulosa y Papel
- Unión Industrial de Zárate
- Cámara de Comercio Argentino-Chilena
- Cámara de Sociedades
- Asociación Haciendo Camino
- Asociación Síndrome de Down de la República Argentina
- Grupo AcercaRSE
- Banco de Alimentos

CHILE

- Pacto Global Chile
- Asociación Gremial de Industrias Proveedoras
- Asociación Nacional de Avisadores de Chile
- Cámara de Comercio de Santiago
- Cámara de Integración Chileno-Mexicana
- Cámara Chileno-Peruana
- Cámara Chileno-Argentina

MÉXICO

- Asociación de Industriales del Sur de Tamaulipas, A.C.
- Confederación Patronal de la República Mexicana
- Industriales Asociados del Parque Mitras, A.C.
- Cámara Mexicana Chilena de Comercio e Inversión, A.C.
- ConMéxico

ECUADOR

- Cámara de Comercio de Guayaquil
- La Federación Ecuatoriana de Exportadores

BRASIL

- Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosmético
- Associação Brasileira de anunciantes
- Associação Brasileira técnica de Papel e Celulose
- Trata Brasil
- Associação Pro Desenvolvimento Industrial do Estado de Goias

COLOMBIA

- Asoenergía
- Prodensa – Corporación Prodesarrollo del Norte de la Sabana
- ACRIP – Federación Colombiana de Gestión Humana
- Cámara de Comercio e Industria Colombo-Chilena
- Red Latinoamericana de Cumplimiento

PERÚ

- Cámara de Comercio de Lima
- Sociedad Nacional de Industrias
- Asociación Nacional de Anunciantes
- Comité de Operación Económica del Sistema Interconectado Nacional
- Asociación de Buenos Empleadores
- Asociación Peruana de Recursos Humanos

URUGUAY

- Asociación de Fabricantes de Papel
- Cámara de Industrias del Uruguay
- Centro de Estudios de la Realidad Económica y Social
- Cámara Comercial Industrial Agraria de Pando
- Alianza Uruguaya por el Agua
- Sistema B
- Red de Empresas Sostenibles (DERES)

Premios y reconocimientos que nos desafían

Argentina

Premios Foro Ecuménico Social

Este reconocimiento fue otorgado por la calidad del Reporte de Sostenibilidad 2024.

El galardón, entregado en noviembre de 2025, fue recibido por el equipo de Sostenibilidad Argentina.

Uruguay

Reconocimientos DERES

Recibimos 5 reconocimientos por la Red de Empresas Sostenibles, incluyendo cumplimiento avanzado para Softys Contigo.

Brasil

Premio Caieiras do Bem 2025

Reconocimiento entregado por el Municipio de Caieiras por gestión sostenible.



Chile

Estudio B-Brands 2025 (Better Brands)

La marca Confort obtuvo el primer lugar en la categoría Cuidado Personal por su compromiso con el entorno y el impacto positivo que genera en la vida de los chilenos.

Reconocimientos Empresariales CONECTA 2025 (Red Pacto Global)

Distingue las iniciativas de sus empresas socias que más han destacado por su contribución al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.

Perú

Corazones Solidarios (ONG Remar)

Reconoce la donación de productos de higiene y cuidado de la marca Cotidian en diferentes provincias de Perú.

Aliados que transforman realidades (TECHO Perú)

Techo reconoce el trabajo conjunto realizado con comunidades, organizaciones y voluntarios para abrir nuevas oportunidades y cambiar entornos.

Distintivo Empresa con Gestión Sostenible (EGS) 2024 (Perú Sostenible)

Reconoce a las empresas que demuestran un sólido desempeño en las dimensiones ambiental, social y de gobernanza.

Sello Empresa Hídricamente Responsable (EHR) 2025 (AquaFondo)

Reconoce a las empresas que desarrollan iniciativas estratégicas de protección, conservación, restauración y uso sostenible del agua.

Nuestro orgullo de ser cero residuos

A relleno sanitario

¡Ganamos un Premio Planeta otorgado por Pacto Global!

Nos propusimos ser una empresa cero residuos a relleno sanitario, objetivo que ya cumplimos en todas nuestras plantas.

En diciembre del año 2025 tuvimos el orgullo de haber sido reconocidos con uno de los Premios Conecta 2025 en la categoría Planeta, otorgado por Pacto Global Chile. Este reconocimiento se debe a la gestión que realizamos en la valorización de nuestro principal residuo, el lodo papelerero, en línea con nuestra meta de ser una empresa cero residuos a relleno sanitario, objetivo que ya hemos cumplido en los ocho países donde operamos.

¿Qué son los Premios Conecta de Pacto Global?

Los Premios Conecta reconocen a las empresas por su compromiso con la Agenda 2030, creando un escenario que permite compartir y visibilizar buenas prácticas en materia de sostenibilidad.

Para postular, las iniciativas debieron alinearse con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), específicamente en las categorías de: Personas, Planeta, Prosperidad, Alianzas, Derechos Humanos e Interconexión ODS.



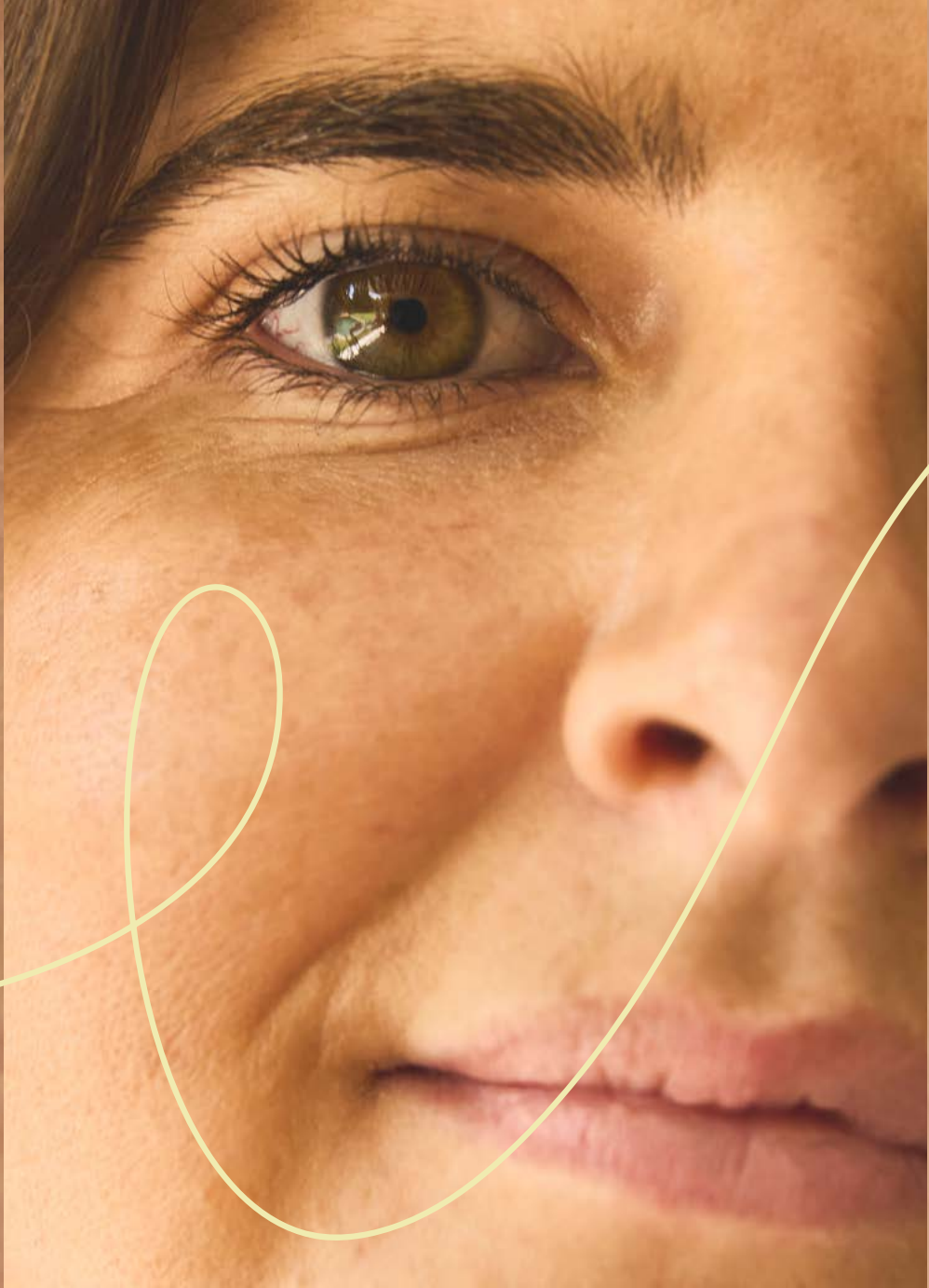
Comenzamos, en el año 2018, el camino para ser una empresa cero residuos, estableciendo metas, procesos y un plan de acción que buscó innovar en la valorización de nuestros desechos. En Chile, el lodo paplero se transforma en compost, logrando disminuir los residuos a cero gracias al trabajo conjunto con nuestro partner local, Ideacorp. Además, esta iniciativa permite reducir en un 99% los gases de efecto invernadero de este proceso. Para cerrar el círculo, entregamos este abono a colegios y vecinos de Planta Talagante.

Nuestro CEO, Gonzalo Darraidou, comentó: “Este reconocimiento no es solo de Softys como compañía; es de todos los que creen en hacer las cosas de manera diferente, en innovar, en cuidar los recursos y en actuar con responsabilidad frente al planeta. Porque en Softys, cuidar el planeta no es una tendencia: es parte de quiénes somos y de cómo construimos el futuro”.

El 100%

del residuo "lodo paplero" se transforma en compost en la Planta Talagante

¡Felicitaciones a todos quienes lo hicieron posible!



02

Cuidar a nuestros *consumidores*

Programa CARE Brands

Compromisos reflejados en nuestros productos





Cuidado, Acción, Responsabilidad y Educación

En Softys hacemos de la sostenibilidad un valor diferenciador de nuestras marcas a través del programa CARE Brands, bajo cuyos pilares transformamos en acción los principios de Cuidado, Acción, Responsabilidad y Educación.

En 2025, nuestras marcas cumplieron con sus metas en Cuidado y Acción. Actualmente, todas cuentan con un propósito de cuidado alineado a la estrategia de Softys y los ODS. Además, este compromiso es hoy una realidad en todos los países donde operamos, ya que el 100% de nuestras marcas activan su propósito a través de alianzas sociales y causas con resultados concretos y medibles. En las siguientes páginas podemos ver el desarrollo y los avances logrados en las líneas Responsabilidad y Educación.

**A quiénes cuidamos:
Nuestra razón de ser**

28.939
CLIENTES

668
MILLONES DE
CONSUMIDORES

Nuestro Programa **CARE Brands**

Cuidado

Todas nuestras marcas son marcas de cuidado

La totalidad de nuestras marcas tendrán propósitos de cuidado declarados, alineados al propósito de cuidado de Softys y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) priorizados al 2025.

Acción

Cuidar a los consumidores a través de nuestras marcas

El 100% de nuestras marcas en todos los países al 2025 activarán sus propósitos mediante impactos sociales concretos y medibles, a través de causas y alianzas sociales relevantes.

Responsabilidad

Entregar productos con la mejor calidad y siempre innovando para generar el menor impacto ambiental

- Evaluar el 100% de las innovaciones incorporando criterios ASG.
- Reducir en un 50% el uso de plástico virgen de origen fósil en empaques al 2030.
- El 100% de nuestros empaques serán reciclables, reusables o compostables al 2030.
- Lograr un 100% de Certificación FSC en Cadena de Custodia al 2025.
- Asegurar que el 100% de nuestras plantas y terceros cumplan el estándar de calidad Softys al 2028.
- El 100% de nuestros equipos de Marketing serán capacitados anualmente en materia de ética publicitaria.

Educación

Impulsar la educación en el cuidado a través de nuestras marcas

El 100% de nuestras marcas educarán a través de su publicidad y empaques en aquellas temáticas afines a su propósito al 2025.



¿A ti cómo te cuidamos?



"Con respaldo, la cercanía y la forma en que nos ayudan a entregar mejores soluciones. Al final, no se trata solo de vender, sino de cuidar a las personas, optimizar recursos y proyectar una buena imagen, y en eso Softys cumple muy bien."

Sergio Martínez Jr, Gerente Nacional de Marketing, ServiQuim.

"Aportando dignidad a los residentes, ya que Cotidian no se nota y permite mayor autonomía y absorción. Es un producto confiable, eficiente y pensado realmente en el bienestar de las personas."

Paola Chavéz, Jefa Cuidadoras Fundación Las Rosas.



"Con confianza. Siempre cuentan con stock, cumplen con los tiempos y los productos llegan en perfectas condiciones, lo que es clave para nuestro trabajo diario. Los pacientes se dan cuenta inmediatamente cuando una sabanilla es mala, porque se rompe y genera incomodidad, y con Elite Professional eso no pasa."

Aracelly Verdugo, Ingeniera de adquisiciones Clínica Alemana.



"Facilita mucho mi día a día en la limpieza de la oficina."

Expedito Pereira da Cruz, Héroe en Acción Softys Professional.



"Motivándome a aportar al bienestar de otros, asegurando espacios seguros y acogedores. En ese proceso, contar con productos de calidad es clave: el paño MAXWIPE de Elite Professional es indispensable en mi rutina por su versatilidad, alta absorción y porque al ser desechable me da la tranquilidad de no esparcir gérmenes."

Andrea Ramos, Héroe en Acción Softys Professional.

"Los productos de Diana me hacen sentir segura y me acompañan desde mi primera menstruación. Sabemos que ese momento no es fácil, y fue mi madre quien me presentó la marca, lo que lo hizo aún más especial."

Anna Júlia, usuaria de productos Diana.



"Babysec me cuida por una combinación de factores: calidad, comodidad y precio. Me identifiqué con la marca por ofrecer una excelente relación costo-beneficio y por ser un producto que realmente se preocupa por la comodidad del bebé."

Juliana Sayur, mamá.



"Con tranquilidad, comodidad y seguridad, porque es algo en lo que ya no tengo que estar pensando todo el tiempo. Antes estaba más pendiente, incluso en momentos como cuando jugaba hockey, pero ahora puedo concentrarme en lo que estoy haciendo y disfrutar mucho más."

Manuela Quiñones, jugadora de la Selección Uruguaya de hockey.



"Sabiendo que mi bebé está cómodo, cuidado y libre para explorar me da mucha tranquilidad. Cuando eres mamá, esa tranquilidad lo es todo".

Celeste Sotelo, madre del Centro de Estimulación Temprana Haciendo Camino.

01.

Personal Care

Acompañar, informar, cuidar



Desempeño anual

Para Personal Care, el año 2025 estuvo marcado por una dinámica competitiva intensa y la reducción significativa de la tasa de natalidad en toda la región, que provocó una contracción en el mercado de cuidado infantil. Con todo, la división logró hitos comerciales significativos durante el período, entre los que destacaron:

- Consolidó su segunda posición en el mercado latinoamericano con una participación del 20%. Lo anterior, demuestra un crecimiento exitoso de la categoría en los últimos años impulsado por adquisiciones relevantes en Brasil y México, pero también por avances significativos en el desarrollo de competencias claves y eficiencia operacional.
- Experimentó un crecimiento exponencial en el aporte de la innovación a las ventas, que saltó del 10,5% en 2024 al 27% en 2025.

En cuanto al entorno de mercado, se aprecia un incremento del sourcing de productos de Cuidado Personal desde China. En este escenario, seguimos potenciando la fuerza de nuestras marcas, su surtido óptimo y constantes esfuerzos en eficiencias.

Innovación

Consolidación de tecnología que permite producir **pañales más delgados**.

Lo que se traduce en la reducción de material de empaque y menores costos e impactos logísticos.

Lanzamiento en Uruguay del pañal biodegradable BioBaby: **el 60% de los materiales que componen este producto son eco-friendly**.

Considerando a México y Chile, ya son tres los mercados en que se comercializa BioBaby.

En Brasil se lanzó una versión más económica de **pañales tipo pants, denominada "Pants Prá"**.

En Uruguay se introdujo una versión de "piel sensible"

en cuidado femenino y un pañal "respirable".

En México fue presentada "Mía", una variante para flujo abundante en la categoría de cuidado femenino.

La Copa Menstrual se mantuvo como oferta relevante de producto reutilizable.





Frutas Tropicales

Frescas notas de agua de
coco y piña para crear
un ambiente ideal
que te transportará a
la felicidad tropical



Máxima Suav

Propósito en acción

En el ámbito de la sostenibilidad y el impacto social, Personal Care amplió a Argentina el alcance de su plataforma de acompañamiento para madres "Juntos en cada etapa" de Babysec. Además, dio un nuevo impulso al cuidado del adulto mayor en Brasil a través de la marca Bigfral, con un programa de educación y desestigmatización de la incontinencia.

Esta iniciativa incluyó visitas a hospitales, charlas con expertos y colaboración con influencers digitales para abordar el tema de manera natural y más respetuosa. Su objetivo es posicionar los productos como soluciones para personas activas. Asimismo, la marca Bigfral participó en el "MaturiFest 2025" como su promotora oficial. Este evento es reconocido como la instancia más masiva de reunión de emprendedores mayores en la región, demostrando que la edad no es límite.

Unidos por la primera infancia:

Softys y Fundación CMPC impulsan el bienestar con nuevos mudadores en jardines infantiles de Talagante.

Cuidar desde el primer momento. Dar vida a ese compromiso y ayudar a las familias al desarrollo integral de la primera infancia.

Ese fue el impulso para que Fundación CMPC y Softys, a través de su marca Babysec, concretaran la instalación de mudadores en distintos jardines infantiles del municipio de Talagante, en la Región Metropolitana de Chile, fortaleciendo las condiciones de higiene, seguridad y bienestar para niños y niñas en sus primeros años de vida.

La iniciativa se desarrolló en los jardines infantiles Roto Chileno, Madre Campesina, Tegualda y Rolando Alarcón, espacios educativos clave para la comunidad, donde diariamente se acompaña a las familias en una etapa fundamental del crecimiento. La implementación de estos mudadores busca aportar a entornos más dignos, seguros y adecuados; ayudar a cuidar, física y emocionalmente, a nuestros niños.

El hito principal de la acción se llevó a cabo en el Jardín Infantil y Sala Cuna El Roto Chileno, con una instancia simbólica que reunió a representantes de las instituciones impulsoras, al municipio y a la comunidad educativa, reforzando que este es un trabajo colaborativo, y que todos estamos llamados a mejorar el bienestar infantil. Así, el poder contar con la participación del municipio en este impulso demuestra que el sector privado las fundaciones y las instituciones públicas, pueden trabajar juntas y generar impactos concretos y positivos en la vida cotidiana de las comunidades. Y en la vida de cada familia que la integra.

Desde la mirada de Babysec, esto es parte del corazón de nuestro propósito, donde acompañar a las familias con seguridad y confianza durante los primeros años de vida es fundamental. El cuidado temprano es clave para formar niños y niñas que puedan desarrollarse en un mundo más sano, inclusivo y amable.

Juntos en Cada Etapa:

Un programa de acompañamiento para nuestros consumidores.

Queremos ser parte de la familia, incluso desde antes del nacimiento: en Babysec acompañamos a madres y padres desde el embarazo hasta los tres años, construyendo una relación basada en el cuidado, la cercanía y la confianza.

El programa “Juntos en cada etapa” ofrece contenidos personalizados, concursos y beneficios pensados para cada momento del crecimiento del bebé.

Quisimos en 2021 acompañar a los padres en los cuidados, colaborar en la protección y crear juntos un mejor mañana; el mundo donde sus hijos crecerán. Así nació “Juntos en Cada Etapa”, para acercarnos y tener relación directa con las mamás y papás a través de una experiencia completa junto a la marca. Actualmente está activo en Chile y Argentina, y pronto se expandirá al resto de la región, fortaleciendo el valor de la marca e impulsando su impacto en el negocio.

Porque sabemos lo que las familias necesitan, y queremos acompañar a los padres y madres en su aprendizaje, cuidados y generar la tan necesaria comunidad que se necesita para esta etapa fundamental. El sitio web del programa ofrece contenido útil y específico para cada momento del desarrollo del bebé, incluyendo tips y actividades para disfrutar con los niños, material exclusivo adaptado a distintos momentos de la crianza y descuentos especiales en productos a través de Club Softys cuando uno se inscribe.

Marcas de cuidado



Ladysoft

01.

Alianza Ladysoft y Palpa

Colaboramos con Fundación Palpa, organización dedicada a la educación en salud femenina. En la instancia, se visitó a comunidades y se realizaron cuatro talleres sobre salud y ciclo menstrual.

02.

Proyecto Primera Luna en Chile

Se trata de un programa de educación en salud menstrual que ofrece una capacitación integral a docentes, abordando contenidos con un enfoque en el bienestar emocional, el autocuidado y la sororidad. El proyecto inició su implementación en julio de 2025 con profesores de 14 establecimientos de Talagante, hito que dio paso a su lanzamiento a nivel nacional en Chile durante el mismo año.

03.

Aliados con Hospitales de Zárate, Argentina

En trabajo conjunto con el hospital de Zárate y el hospital Virgen de Carmen de la misma localidad, desarrollamos talleres de salud menstrual, dictados por profesionales del área de obstetricia y tocoginecología.

04.

Juntas nos inspiramos

Ladysoft e Inspiring Girls se unieron para potenciar la autoestima y la ambición profesional de niñas y adolescentes, derribando estereotipos y limitaciones al momento de perseguir sus sueños. En Talagante se realizaron encuentros en establecimientos educacionales, con la participación de influencers y un alcance de 172 niñas.



Babysec

01.

Alianza Babysec y Vroom

Iniciativa que busca fortalecer el desarrollo cerebral de los bebés en las actividades del día a día.

02.

Juntos en Cada Etapa

Plataforma web orientada en otorgar acompañamiento en el proceso del embarazo y nacimiento del bebé. Esta iniciativa se desarrolló en Chile y Argentina.

Nunca dejes de fluir:

Outdoor y Mundo mayor

De acuerdo a estudios de la CEPAL, el porcentaje de la población de más de 60 años llegará al 19% en 2035, alcanzando a más de 125 millones de personas en Latinoamérica.

Se estima que alrededor del año 2036, por primera vez en la historia de la región, habrá más personas mayores de 60 años que menores de 15 años. En ese contexto, nuestra marca Cotidian se ha sumado a los esfuerzos de visibilizar el gran valor y la importancia para la sociedad de una madurez activa.

En ese sentido, nuestro CEO fue invitado por la ONG Conecta Mayor, que tiene por misión conectar a las personas mayores con la sociedad y promover un cambio cultural que fomente su participación y mejore su calidad de vida, a compartir su visión acerca de esta importante temática, en columnas de opinión que fueron publicadas en el medio Mundo Mayor.

En esas columnas, Gonzalo Darraidou reflexionó sobre el poder de las mentorías, sobre la base de una entrevista de David Rubenstein al destacado chelista Yo-Yo Ma, en que apuntó: **“La sabiduría es el resultado de una vida de escucha activa y reflexión.** Recuerdo siempre con mucho cariño las conversaciones de mi padre, ya mayor, con sus nietos de más edad en un vínculo de compenetración total. Por eso necesitamos crear más espacios para que esa voz sea escuchada”.

En otra de sus columnas, nuestro CEO, comentó acerca del documental “Quincy”, que retrata la vida del productor musical Quincy Jones, recientemente fallecido. Reflexionó: “Quincy Jones en una de sus últimas entrevistas dijo que debemos ser humildes con nuestra creatividad y amables con nuestro éxito”. Su sabiduría, forjada a través del tiempo y la experiencia, demostró que los adultos mayores pueden ser una fuente inagotable de creatividad, guiando a los menos experimentados en sus propios caminos”.

Softys y Cotidian también divulgaron la importancia de continuar fluyendo en una madurez activa, en el reconocido suplemento de deporte outdoor del diario El Mercurio de Chile; a través de la columna Outdoor Mayor se incorporaron **decenas de entrevistas a personas mayores que se desempeñan en distintas actividades al aire libre manteniendo su energía intacta (o bien incrementada).**

Así, entre otros, compartieron sus experiencias, Emma Barends, quien practica taichí y Valerie Coxhead, una de las más reconocidas exponentes del mountain bike senior a nivel sudamericano, quien nos comentó: “Esta pasión no tiene fecha de vencimiento. Siempre digo que quiero nacer de nuevo para seguir pedaleando. Es lo que más me gusta. Y esto lo puedo hacer gracias a un equipo que me respalda y me apoya para mantenerme bien físicamente y sostener una carrera vigente. No es solo mérito mío”.

También dio su testimonio de madurez activa Felipe Guzmán, quien a sus 63 años de edad, participa en competencias, que combinan trekking, mountain bike, kayak, cuerdas y orientación en entornos naturales, que incluso pueden alcanzar los 10 días.

Por su parte, Verónica Bornhardt (67) nos comentó que: “Se suele hablar desde el miedo. A esta edad, hay más herramientas que nunca para lograr lo que uno quiere. Claro, hay que ser realista con las expectativas. No se puede ir de cero a cien si no ha habido un trabajo previo, pero hay que vencer y superar las limitaciones, y descubrirse”.

Nunca
dejes
de fluir



Softys
Innovando para tu cuidado



Gino Casassa Rogazinski (67):
"Nunca dejaré la montaña"

A man with grey hair, wearing a blue t-shirt and dark shorts, is jogging on a dirt path through a forest. The background shows tall pine trees and a misty, hilly landscape. The image is part of a presentation slide.

Cotidian

Nunca dejes de fluir.

Softys



Valerie Coxhead [70]:
"Me gustaría nacer de nuevo para seguir pedaleando"

Colidian

Nunca
dejes
de fluir

Softys

OUTDOOR MAYOR Por Softys y Conecta Mayor U

Colidian

Nunca dejes de fluir

Softys



Lanzamiento de la Encuesta de **Salud** **Menstrual 2025 en Chile**

¿Cuáles son las necesidades y desafíos actuales de las mujeres en Chile?

Poder identificarlas, significa poder diseñar políticas públicas que mejoren su bienestar y calidad de vida. Eso es pensar en grande, y por lo mismo Softys, en conjunto con el Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género de Chile, la empresa de investigación de mercado IPSOS y la ONG Escuela la Tribu, elaboraron el estudio denominado "Encuesta de Salud Menstrual". Un instrumento que puede ser de primera utilidad, para mejorar de manera concreta el futuro de las mujeres, acompañando su cuidado y su salud.

Aunque se ha progresado en esta materia, la brecha sigue presente. Un dato relevante de la encuesta es que solo el 56% estaba informada sobre la menstruación y lo que implicaba.

Por eso, en Softys, queremos llevar la información a nuestras comunidades y consumidoras para asegurar que cada niña y mujer viva su ciclo de forma plena y digna. Porque estamos convencidos de que cuando una mujer tiene información, las desigualdades retroceden y su futuro se transforma.

Daniella Brissac, Directora Corporativa de Personal Care nos comentó: "Los resultados nos han sorprendido y, sobre todo, nos han dado una señal de alerta. Aunque hemos avanzado, la brecha sigue siendo enorme: el estudio nos revela por ejemplo que, ante su primera menstruación, solo 3 de cada 10 niñas se sentían preparadas emocionalmente".

La ejecutiva de Softys complementa "hacemos un llamado al trabajo conjunto entre empresas, sector público, ONGs y academia. Solo así cerraremos las brechas de información y acceso que merecen tanta atención. Sigamos llevando educación a nuestras comunidades para asegurar que cada niña y mujer viva su ciclo de forma plena y digna."

Un dato relevante de la encuesta es que solo el 56% de las consultadas estaba informada sobre la menstruación y lo que implicaba.



¿En qué se vieron restringidas en los días en que menstruaban?: 68% no pudo hacer actividad deportiva y/o recreativa, 48% no pudo salir como acostumbraba, 39% dejó asistir al colegio por algunos días, 38% dejó de asistir a eventos sociales o con amistades.

La principal fuente de información sobre menstruación y productos menstruales fueron la madre o alguna mujer adulta del hogar para 9 de cada 10 mujeres. Profesores y colegios son la segunda fuente de información, fortaleciendo este rol al pasar de las Millennials a las Gen Z.

1/3

De las mujeres recibió información sobre la menstruación a la edad del primer sangrado. 8% recibió información posteriormente.

60%

Estaba informada sobre la menstruación, los productos menstruales, y su uso al momento de su primera menstruación.

30%

Estaba preparada emocionalmente para su primera menstruación.

50%

Sintió vergüenza, sorpresa y miedo en su primer período menstrual.

Paciencia, estoy en menopausia...

Dentro de las temáticas de cuidado vinculadas a Ladysoft y nuestra línea de productos de cuidado femenino, nuestra Directora Regional Conocimiento Consumidor y Medios, Nicole Sansone, escribió una columna de opinión en el diario El País, la cual tuvo muy buena acogida y repercusión.

En esa columna, Nicole reflexionó: “Vamos a reírnos un poco de la menopausia. Ya era hora de desmitificar y desdramatizar este proceso natural de la vida, largamente ignorado, asociado a la vejez, la invisibilidad y la vergüenza. Afortunadamente, este cambio se lo debemos, en parte, a tantas mujeres que a través de conversaciones o en sus cuentas de RRSS, comenzaron a compartir sus experiencias y levantar el tema. Y aportó muchísimo el humor, la exposición de plataformas de streaming, series y artistas que se ríen en esta etapa, forzando a la sociedad a poner el tema en la agenda. Ojalá me hubiese reído de todo cuando mis cambios comenzaron hace un par de años. Tal vez, si hubiese sabido que mis síntomas eran parte de este proceso, hubiese enfrentado los desafíos de otra forma, con menos angustia y más información. Por estos días, series como la británica "The Change" o la cinta americana "Leanne" están normalizando estas nuevas realidades con humor negro e historias divertidas de superación. Esto es fundamental, ya que muchas mujeres desconocen que síntomas como los cambios de humor, la niebla mental, el insomnio o los sofocos son parte del momento”.

De esa manera, continuamos acercando nuestras temáticas de cuidado a las personas, con respeto, creatividad y mucho cariño.

Nicole Sansone, Directora Regional Conocimiento Consumidor y Medios.



02.

Consumer Tissue

El llamado a ser líderes.



Desempeño anual

En 2025, Consumer Tissue se enfrentó a un entorno de negocios desafiante, caracterizado por la presión de precios y movimientos competitivos del mercado a nivel de fabricantes locales y canales. A pesar de este contexto, Softys logró mantener la participación de mercado en la región.

Seguimos desplegando con más fuerza nuestra estrategia enfocada en ser líderes indiscutibles de la categoría a nivel regional, de la mano de nuestro amplio portfolio de marcas que representan un mix óptimo, incluyendo productos de una calidad superior.

Propósito en acción

Durante el último año, las acciones de esta división de negocios en el marco del programa CARE Brands se concentraron en el **Programa "Juntos nos cuidamos"**. Este es un taller de lavado de manos para niños que se implementa como parte de Softys Contigo en todos los países en los que estamos presentes.



Innovación

La innovación representó en 2025 **el 28% de las ventas de Consumer Tissue.**

Este logro es el resultado de una gestión del portafolio orientada a priorizar la escala y sostenibilidad del volumen, en un contexto de mayor presión competitiva. Los nuevos desarrollos de Consumer Tissue se basan en cinco definiciones estratégicas:

- **Performance**
- **Suavidad**
- **Formatos de alto metraje y conteo**
- **Sostenibilidad**
- **Categorías rentables con alto potencial**

Durante el último año, los principales avances de esta unidad de negocio en innovación se concentraron principalmente en los tres primeros pilares, y se orientaron a asegurar la consistencia con los atributos primarios y la visión de categorías del negocio.

En este marco, **la innovación en tecnología de gofrado en húmedo ha sido fundamental** para fortalecer nuestro portafolio de productos superiores.

De cara al consumidor, esta tecnología eleva la performance de los productos, al aportar un aumento del espesor de la hoja, mayor resistencia y absorción, y una mejora de la textura de papel.

Marcas de cuidado

Juntos nos cuidamos, lavándonos las manos:

a través de este taller de lavado de manos, buscamos desarrollar la creatividad, promover la colaboración y enseñar los pasos para el lavado de manos mediante actividades lúdicas. Para estas actividades nos acompañó durante todo el año nuestro superhéroe, Roly, que hizo bailar y lavarse las manos a niños y niñas en algunas partes de Latinoamérica.



La actividad se iniciaba conociendo a Roly y la importancia del lavado de manos; luego, pintaban sus manos con pintura para plasmarla en una hoja de papel y, finalmente, bailar al ritmo de la canción “Juntos nos cuidamos”.



Servilleta Eco Natural



El desarrollo de la línea Elite Eco Natural es un ejemplo de integración de criterios de economía circular en el portafolio de consumo masivo. **Este producto fabricado con 100% papel reciclado, utilizando una formulación de fibra que incorpora un 50% de cartón en su composición**, responde a una estrategia de revalorización de residuos industriales de alto volumen dentro de los procesos productivos de Softys.

Arturo Schwarz, dueño del restaurante SAM´s de Lima, Perú, nos comenta:

“Nuestros comensales valoran que están comiendo en un lugar socialmente responsable, que usa productos sostenibles y sin renunciar a la calidad”.



o3.

Softys Professional Confianza y consistencia



La excelencia en
higiene y limpieza
no es un acto de
intensidad, es un acto
de consistencia.

Desempeño anual

En 2025, el desempeño comercial de la división Softys Professional estuvo marcado por un crecimiento sólido en un entorno de mercado complejo y contractivo. En concreto, durante el período, Softys Professional registró un incremento en volumen cercano al doble dígito, un avance sustentado en una gestión interna disciplinada y la ejecución de palancas estratégicas clave, que permitieron enfrentar factores externos adversos, como la inestabilidad política y la desaceleración económica en la región.

Los hitos más significativos de esta división en el año fueron:

- 01** Exitosa transformación del negocio en Brasil, que nos permite un crecimiento sostenible y sólido.
- 02** Mejora de 16 puntos en el índice de relación con clientes en la encuesta TRIM, realizada por Kantar. Esta medición nos permite identificar fortalezas y aspectos de mejora para atender de mejor manera las necesidades de nuestros clientes. En esta encuesta, Softys Professional se sitúa por encima de su principal competidor en todos los países.
- 03** Consolidación del modelo de "Superioridad" como elemento diferenciador clave. Este modelo evalúa los productos como soluciones integrales a partir de una serie de atributos medibles. Este índice permitió a Softys Professional atender las necesidades de cuidado de las personas de una mejor manera.

José Miguel Porraz, Director Corporativo del negocio Softys Professional, cuenta:

En higiene profesional, la confianza es un activo que se gana o se pierde en los primeros segundos. Las personas no buscan solo limpieza visible; buscan señales de seguridad. Esta evaluación ocurre en tres niveles simultáneos:

Sensorial:
¿Está limpio?

Físico:
¿Tiene papel higiénico, jabón y toallas de papel?

Emocional:
¿Me siento cuidado aquí?

Lo que realmente ocurre es que el cerebro busca inconsistencias. Un dispensador vacío o una jabonera rota rompen la sensación de cuidado inmediatamente, aunque el piso brille.

El error más común es atender solo el nivel sensorial, descuidando los otros dos.

La excelencia en higiene y limpieza no es un acto de intensidad; es un acto de consistencia.

Los negocios deben trabajar todos los días para habilitar esa consistencia. El objetivo no es solo limpieza básica, sino ofrecer una experiencia de máximo cuidado.

Al entrar a un baño impecable, la deducción de las personas es automática: "Si cuidan lo visible, cuidan lo invisible". El estado del baño actúa como un indicador adelantado de la calidad de la cocina, los procesos y la gestión interna. Cuando esta señal es positiva y consistente, los resultados comerciales son tangibles:

- **Valor:** Aumenta la disposición a pagar.
- **Recurrencia:** La gente vuelve porque se siente segura.
- **Reputación:** Los clientes recomiendan a amigos y familiares.

La higiene y limpieza no es un detalle operativo; es una ventaja competitiva que construye marca.

José Miguel agrega: "Si tuviera que identificar la variable que definirá la higiene profesional en los próximos años, no es la robótica ni la inteligencia artificial, sino la revalorización de quienes ejecutan el cuidado. Es clave brindarles las herramientas correctas, entrenamiento y el cuidado que se merecen para asegurar la continuidad operativa. La verdadera innovación debe centrarse en el operador.

Diseñar productos ergonómicos y eficientes no es solo una mejora técnica; es una forma de respetar el tiempo y el esfuerzo de quien trabaja".





Innovación

La innovación es un pilar crucial de la estrategia de desarrollo de Softys Professional. En 2025, los avances de esta división en este ámbito permitieron que **los productos lanzados en los últimos dos años representaran el 28% de sus ventas totales.**

Un importante hito de Softys Professional en 2025 fue el lanzamiento de una nueva tecnología en gofrado en húmedo, con excelente acogida de los clientes.

Propósito en acción

En materia de sostenibilidad, Softys Professional también reportó progresos significativos. Entre ellos se pueden destacar:

- Se continuó desarrollando la línea de productos elaborados con papel y cartón reciclado, que ofrece un doble beneficio de sostenibilidad y percepción de economía.
- En Diversidad e Inclusión la unidad de negocio demuestra métricas en diversidad e inclusión:

Mujeres en liderazgo: la presencia de mujeres en cargos de decisión llegó al 42%, un nivel superior a la meta corporativa.

Participación de mujeres: la participación de colaboradoras en la división superó el 37%, también por encima de la meta de Softys.

Personas con discapacidad (PcD): al cierre de año, las personas con discapacidad representaban el 1% de la plantilla de la división.

68%

Evita usar baños públicos por falta de limpieza

54%

Se encontró sin papel higiénico en su última visita

70%

No volvería a un restaurante si su baño está sucio

Tal como la unidad de Personal Care, Softys Professional también desarrolló estudios de conocimiento de mercado en profundidad respecto a hábitos de consumo. **Tras entrevistar a más de 3.000 personas en Latinoamérica**, pudimos conocer de primera fuente la desesperanza y lo que perciben como una falta sistémica de cuidado fuera del hogar. Al analizar los datos, el patrón es claro: el 70% de estos usuarios no volvería a un restaurante con baños sucios, aunque la comida sea excelente. Lo que realmente está ocurriendo es que el cliente ha dejado de ver la higiene como un "extra"; hoy es un requisito de confianza no negociable. Un error común en la industria es gestionar la limpieza para cumplir un estándar interno, en lugar de utilizarla para crear diferenciación competitiva. Cuando hay una brecha entre la promesa de la marca y la realidad operativa del baño, el cliente percibe incompetencia en todo el negocio. La calidad de la experiencia del cliente nunca puede ser superior a los estándares de higiene que la sostienen.

Los resultados de este estudio fueron presentados a más de 60 socios comerciales estratégicos de la compañía en un evento que se realizó a fines de 2025 en el Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT), en Boston, Estados Unidos. Con posterioridad, se han utilizado, además, para realizar capacitaciones a los equipos comerciales y llevar estos mensajes a nuestros clientes que confían en nuestras marcas.

José Miguel Porraz comentó: "Durante este encuentro, revisamos en detalle el más reciente estudio que reveló insights clave sobre los hábitos de higiene y limpieza fuera del hogar en Latinoamérica. Además, contamos con la destacada participación de académicos del MIT como George Westerman, David Robertson, Stephanie Woerner, Abel Sánchez y Michael Schrage, quienes compartieron perspectivas vanguardistas sobre la innovación y las tendencias del mercado. Estas valiosas perspectivas nos desafían e inspiran a vivir nuestro propósito de hacer del cuidado fuera del hogar un motor de desarrollo y crecimiento para las empresas y la sociedad".

Marcas de cuidado

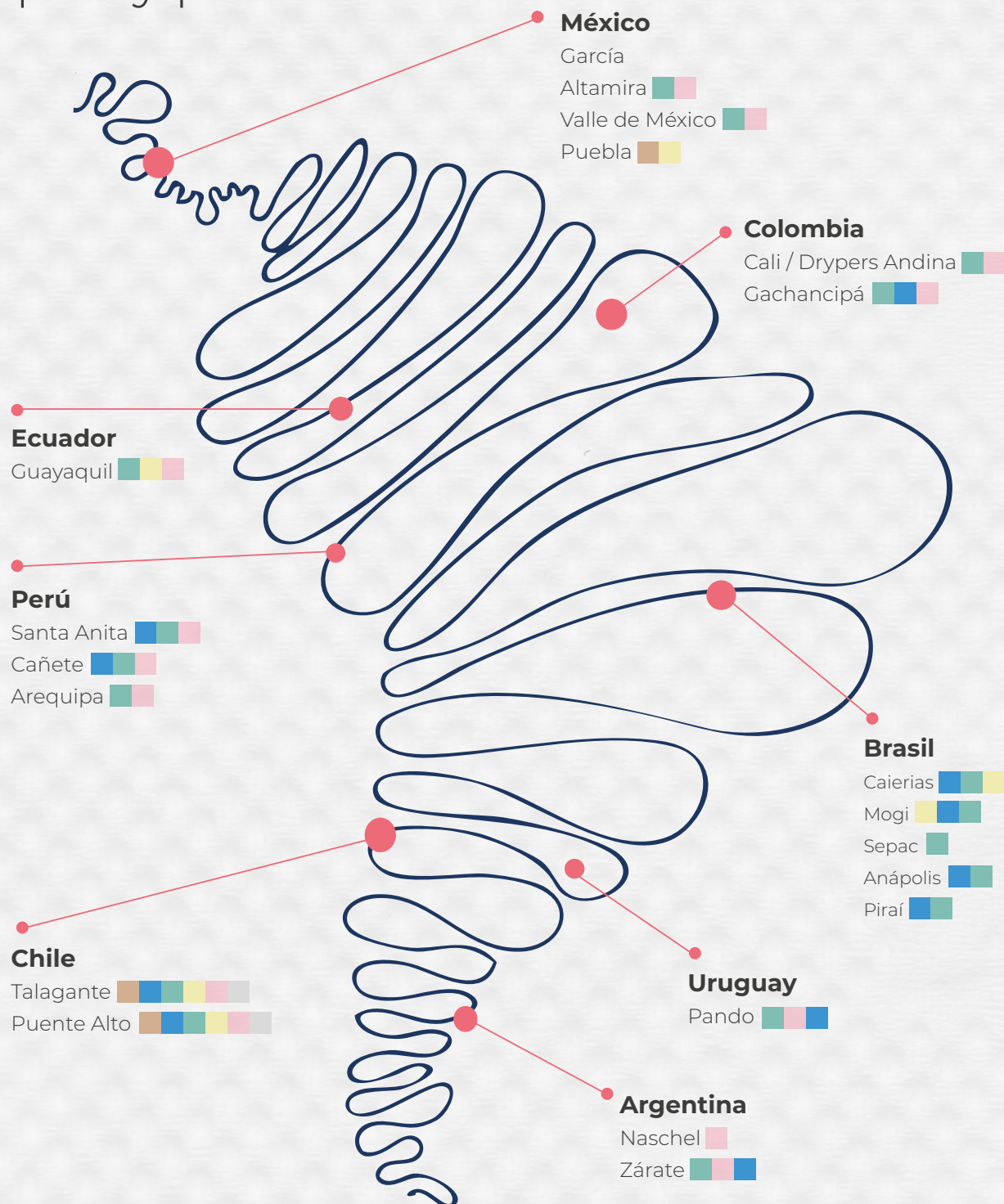
Encuentros con clientes

Buscamos que nuestros clientes conocieran de cerca los procesos e iniciativas que impulsamos. Por ello, desde el área de sostenibilidad presentamos nuestros avances en los encuentros de Softys Professional, un espacio para escuchar activamente las necesidades de quienes confían en nosotros.

Nos movilizamos con la certeza de que mostrar y escuchar es el primer paso para cuidar el futuro hoy, junto a nuestros clientes.



Certificaciones ambientales y de calidad de Softys por país y planta



ISO 14000
Sistema de Gestión Ambiental

FSC
Cadena de Custodia

ISO 45000
Sistema de Gestión de Salud y Seguridad

ISO 50001
Sistema de Gestión Energía

ISO 9001
Certificación de calidad

Basura Cero



Satisfacción de nuestros clientes

Para garantizar una respuesta oportuna a las necesidades de los clientes, así como la presencia óptima de nuestros productos en sus puntos de venta, **desde 2024 desarrollamos una estrategia de Customer Service que comprende herramientas digitales para optimizar y medir nuestros servicios, así como modelos estandarizados orientados a asegurar controles efectivos y detectar oportunidades de mejora.**

La labor que desplegamos en 2025 en materia de cliente se vio reflejada en los resultados de nuestras distintas herramientas de evaluación:

- **Encuesta B2B:** La empresa Advantage Group realiza anualmente un reporte sobre el programa de evaluación de desempeño y benchmarking 360°, que levanta lo más relevante para los clientes sobre sus proveedores. Esta encuesta nos permite conocer nuestras fortalezas y oportunidades respecto de la visión de nuestros clientes y nos permite realizar un plan de trabajo para mejorar el servicio que les otorgamos. La encuesta evalúa 4 drivers de servicio: Colaboración, Ejecución, Reputación y Visión. En 2025 tuvimos una mejora en México, Chile y Perú, lo que nos sitúa en el Mid Tier en gran parte de nuestros territorios.

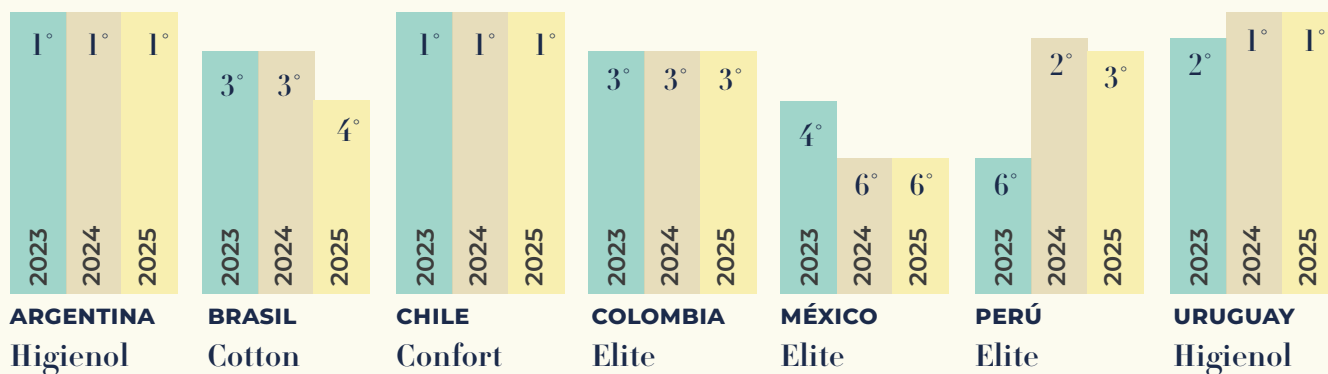
Resultados Encuesta B2B

Año	Argentina	Brasil	Chile	México	Perú
2019	14	9	4	15	3
2020	8	9	2	16	4
2021	16	10	5	10	4
2022	19	10	6	9	5
2023	19	14	4	19	6
2024	11	11	18	19	8
2025	21	13	14	9	8

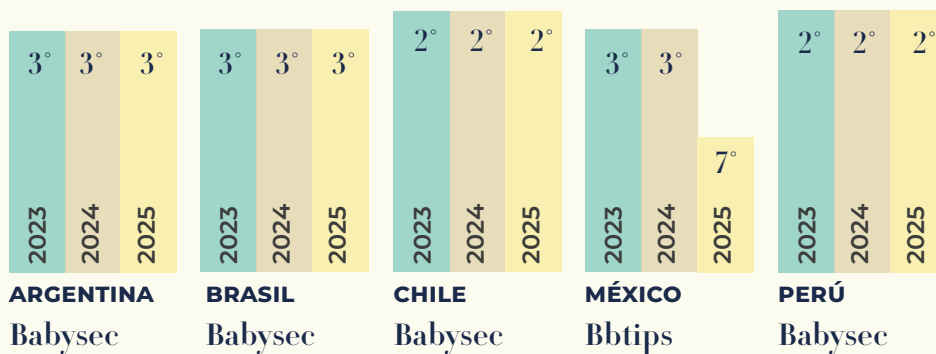
- **Encuesta B2C:** Es una investigación que todos los años realiza Softys con la finalidad de medir el poder de sus principales marcas en los negocios de Personal Care y Consumer Tissue. En 2025, de acuerdo con esta investigación, las marcas Softys de Papel Higiénico y de Pañales de Bebé mantuvieron su posición en la mayoría de los países, lo que resultó especialmente significativo si se considera el contexto competitivo cada vez más desafiante que ha debido enfrentar la compañía.



Medición poder de marca: **Ranking Papel Higiénico**



Medición poder de marca: **Ranking Pañales**



Consumer marketing insight y medios

Permanentemente enfocados en conocer mejor a nuestros consumidores

En 2024, con el objetivo de conocer y cuidar mejor a los consumidores, conformamos el área de Consumer Marketing Insight (CMI) y Medios. A un año de su creación, esta unidad logró consolidar su estructura y definir una hoja de ruta centrada en tres focos principales: la estandarización de procesos, la capacitación de equipos y la generación de inteligencia de mercado de alto valor.

En el marco de estas líneas de trabajo, durante el último año, alcanzamos importantes avances e hitos de gestión:

- Elaboramos un marco de gobernanza para la realización de estudios a nivel regional ("Work Working 2.0"), cuya finalidad es asegurar la calidad y validación de los datos. Este marco interno establece, entre otras directrices, que los países no pueden ejecutar estudios de forma autónoma con proveedores no validados.
- En el ámbito de medios, lanzamos el proyecto Planning 2.0, que alinea la inversión con los objetivos de negocio específicos de cada país. Esta es una iniciativa que apunta a superar el enfoque único por marca con que se venía trabajando a la fecha en materia de estrategias de medios.
- Ejecutamos un plan de capacitación orientado a asegurar que los equipos conozcan, utilicen y sepan sacar el máximo provecho de las herramientas que utiliza CMI para realizar diagnósticos precisos de sus marcas y mercados (como medición de marcas, superioridad de productos, estudios de empaque y análisis de precios).





E-commerce una consolidación progresiva

En los últimos años hemos fortalecido de manera sostenida los canales online que ponemos a disposición de nuestros clientes y socios comerciales, lo que nos ha permitido consolidar progresivamente nuestro negocio de e-commerce.

En 2025, esta sólida experiencia nos permitió aumentar en 30% nuestras ventas digitales en comparación con el año anterior y elevar la proporción de dichas ventas del 21% al 30% de las ventas de toda la empresa. Estos logros obedecieron principalmente a la digitalización de la venta en el Canal Tradicional de Perú, Argentina y Brasil. Por canal y segmento, nuestros resultados del año fueron los siguientes:

B2C (Venta a Consumidor Final)

Registramos un desempeño de doble dígito en Chile. Este logro respondió al desarrollo del modelo Bricks & Clicks (integración de tiendas físicas y online) y a una fuerte presencia digital en los principales retailers del país. México y Uruguay también contribuyeron significativamente al crecimiento de Bricks & Clicks. El modelo de Quick Commerce (Last Mile o última milla), por su parte, creció un 10%, con Chile, Argentina y Uruguay como sus principales motores de desarrollo.

B2B (Venta a Empresas) y Digitalización

Continuamos impulsando la digitalización de la venta para clientes en los segmentos Masivo y Professional a través de la implementación de plataformas de e-commerce B2B. Dichas plataformas permiten a los clientes gestionar directamente sus pedidos y resolver consultas relacionadas con la transacción, como el estado de pedidos, la facturación y las cotizaciones.

Impacto del e-commerce B2B en el Canal Tradicional

Este avance fue apalancado por la implementación del e-commerce B2B en Perú, donde actualmente el Canal Tradicional ingresa el 50% de sus pedidos a través de esta plataforma. Argentina y Brasil también se sumaron durante el año a la adopción del e-commerce para el ingreso de pedidos del Canal Tradicional.

En 2025 aumentamos un 30% nuestras ventas digitales respecto al año anterior

Principales innovaciones

En B2C

Geti

Desarrollamos el módulo de Retail Media que permite monitorear la ejecución de exhibiciones digitales en los principales portales de la región.

Product Content

Creamos un modelo para generar piezas digitales a través de IA, que acelera la escalabilidad a regiones y genera eficiencias en costos.

En B2B

Corrección de calendario

Alineamiento del Lead Time de Supply para e-commerce.

Tracking de pedido

Permite al cliente recibir toda la trazabilidad del proceso de los pedidos.

Continuidad operativa

Reformulamos las capacidades y la estructura de la mesa en términos de capabilities e infraestructura para dar mejor respuesta al cliente interno (países).



Avances en experiencia cliente

En B2C

En B2C continuamos impulsando nuestro modelo de ejecución digital, con el objetivo de alcanzar la excelencia en las principales plataformas de la región.

Este trabajo involucró el monitoreo constante de la disponibilidad, el contenido y la visibilidad de nuestras marcas, para asegurar que el consumidor siempre las encuentre en su retail preferido.

En B2B

Implementamos mejoras centradas en reducir la fricción y optimizar la experiencia de compra.

Con esa finalidad, desarrollamos una nueva infraestructura de precios que garantiza una actualización en tiempo real entre SAP y nuestro e-commerce, para asegurar que el cliente siempre visualice información precisa sobre precios.

Publicidad responsable

Entregamos información clara y fidedigna en todas nuestras campañas comerciales y empaques

Para cuidar a nuestros clientes y consumidores, en Softys también procuramos entregarles información clara y fidedigna en todas nuestras campañas comerciales y empaques. Con ese objetivo, contamos con un modelo de marketing responsable que elaboramos siguiendo las mejores prácticas en ética publicitaria y en sintonía con las normativas sobre derechos del consumidor vigentes en todos los países donde operamos.

En 2025, la labor que desarrollamos en este ámbito estuvo marcada por los siguientes avances e hitos relevantes:

- **Actualizamos el Manual de Ética Publicitaria** para alinearlo con las directrices establecidas por el Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria, CONAR, en el Código Chileno de Ética Publicitaria. Tras esta actualización, capacitamos a todos los equipos relevantes en la región, con el objetivo de reforzar los conceptos generales de este Manual y destacar las novedades incorporadas. En total, efectuamos 12 capacitaciones.
- **En marzo, con motivo del Día Mundial del Consumidor**, efectuamos una campaña regional para recordar los principios básicos de la relación con los consumidores.
- **En junio realizamos una campaña de difusión** para anunciar el lanzamiento del Manual de Ética Publicitaria.
- **Sanciones:** En Perú, una empresa de la competencia interpuso una denuncia contra Softys por presuntos actos de engaño relacionados con una campaña de Babysec. Como resultado de este proceso, la autoridad fiscalizadora de ese país emitió una decisión en primera instancia que significó la imposición de una multa, ante la cual se presentaron recursos, actualmente en trámite, por lo que no existe a la fecha una decisión final.







03

Ser responsables

de principio a fin

Hacia una compra consciente





Para lograr nuestras metas, **son fundamentales los aliados**

**Somos aliados con nuestros
proveedores, para fabricar productos
de la mejor calidad, de la mejor
eficiencia y de manera sostenible.**

Por esto, en Softys, consideramos a nuestros proveedores socios clave para generar un impacto positivo en el entorno social, económico y ambiental. Bajo este enfoque, nuestra gestión trasciende lo simplemente transaccional, priorizando una relación de beneficio mutuo que fortalezca el ecosistema a través de las buenas prácticas; todos ganamos, porque todos cuidamos.

Este compromiso es hoy un objetivo formal: lo hemos integrado en nuestra Estrategia de Sostenibilidad a través del foco estratégico '**Gestión Responsable de la Cadena de Suministro**', bajo la convicción de que la sostenibilidad es un eje estratégico en la vinculación con nuestros proveedores y con las siguientes metas:

- **Que el 100% de nuestros proveedores críticos informen su gestión ASG a través de plataformas de Sostenibilidad al 2025.**
- **Que contemos con un programa ASG al cual se incorporen los proveedores críticos en el año 2028 y la totalidad de las empresas externas en 2030.**

Nuestra Directora Regional de Procurement, Mónica González, comentó: “El abastecimiento responsable, ahora más que nunca, es un eje estratégico en este desafío. Nuestra Gerencia de Abastecimiento opera a nivel global, colaborando con proveedores de todos los tamaños —desde pequeñas y medianas empresas hasta grandes multinacionales— quienes son aliados estratégicos para desarrollar soluciones innovadoras que reflejen nuestro compromiso de “cuidar el futuro hoy”.

Proveedores estratégicos con los que nos relacionamos

En el marco de la implementación de nuestra Estrategia de Sostenibilidad 2024-2028, durante el último año desarrollamos un modelo para segmentar a los proveedores, cuyo objetivo es optimizar su tratamiento y gestión en virtud del impacto que generan en la cadena de valor.

01 Proveedores críticos para la seguridad y salud ocupacional

Esta categoría incluye a contratistas y subcontratistas que operan bajo nuestro control operacional, ya sea dentro o fuera de sus instalaciones, y en actividades esenciales, como mantenimiento, reparación, limpieza y otros servicios operativos. En este apartado también se incluyen los reponedores y las empresas de transporte.

02 Proveedores claves en acción climática

Son aquellos que tienen un impacto significativo en nuestra huella de carbono y que, debido a su alto Potencial de Calentamiento Global (GWP), resultan esenciales para la implementación de estrategias de reducción de emisiones Alcance 3.

03 Proveedores críticos para la continuidad operacional

Son aquellos que tienen un alto impacto en el negocio por su relevancia en términos de gasto, productividad y seguridad.

Esta categorización se complementa con la definición de otros segmentos que son claves para el desarrollo de planes y estrategias ASG en el ámbito de la cadena de suministro:

- **Proveedores locales:** son las micro, pequeñas y medianas empresas, que entregan productos y servicios a la compañía y cuyo domicilio principal se encuentra en nuestra área de influencia.
- **Proveedores MIPYMES:** la Política de Abastecimiento Responsable reconoce nuestra vinculación tanto con pequeñas y medianas empresas como con grandes multinacionales. En el caso de las MIPYMES, su clasificación se rige por la normativa local aplicable en cada país.

Confort



Amigos del
comerciante

Softys
Innovando para tu cuidado

Elite

Confort

Noble

Nova

Abolengo

Babysec

Ladysoft

Cotidian

SOLO EFECTIVO

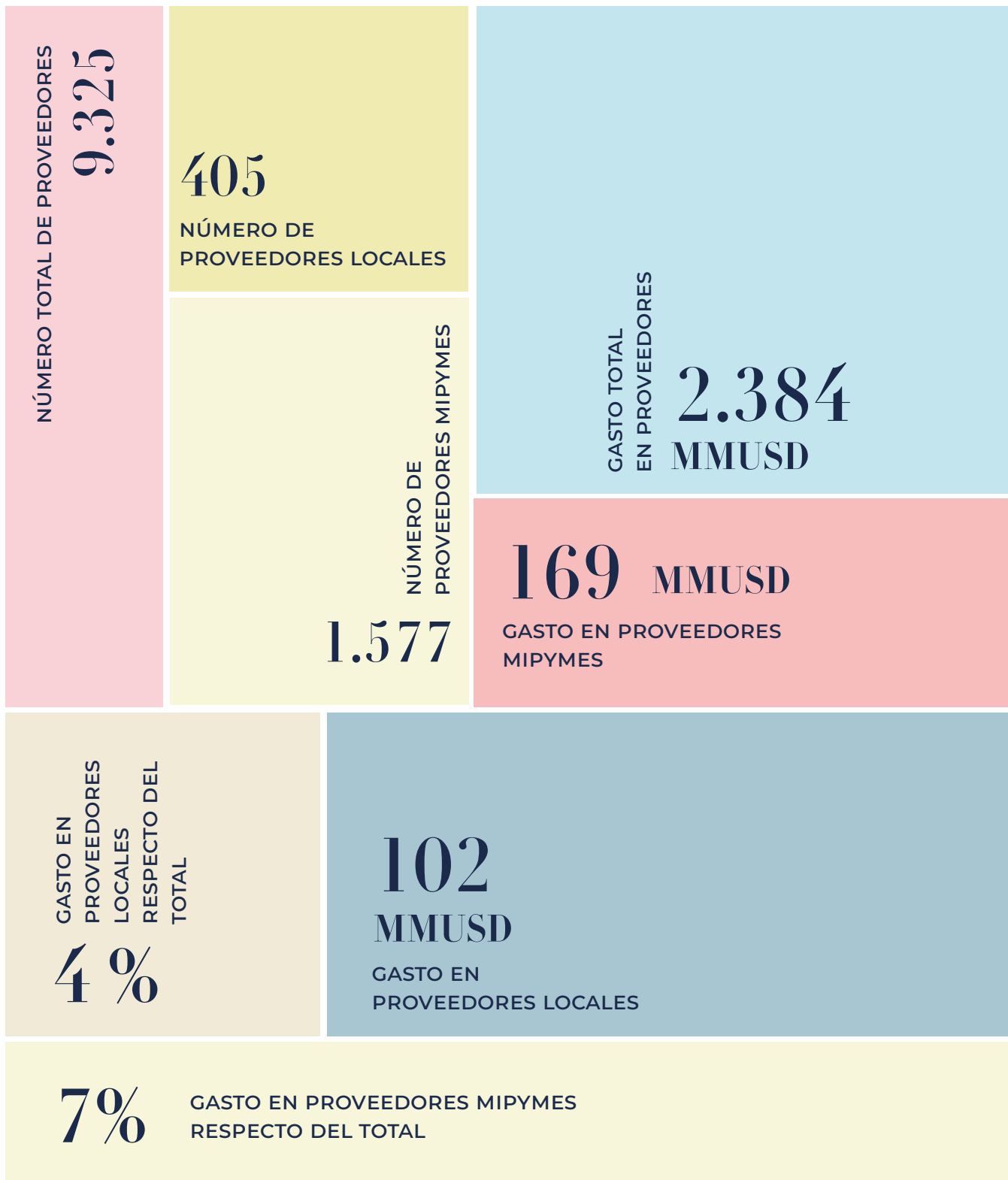
FAVOR PAGUE
CON SENCILLO

Elite

Elite

Proveedores de Softys

En cifras





Gobernanza de la gestión de proveedores

En 2025, actualizamos la Política de Abastecimiento Responsable, para alinearla con el Plan de Negocios y la Estrategia de Sostenibilidad.

En Softys, promovemos el desarrollo de los proveedores y gestionamos los riesgos que la relación con terceros pueda suponer para nuestra actividad bajo los lineamientos de la Política de Abastecimiento Responsable.

Este marco interno establece los procesos de compra y fija las expectativas de la compañía respecto de los estándares ambientales, sociales y éticos que deben cumplir las empresas externas.

En 2025, en lo que representó uno de los principales hitos de nuestra gestión con proveedores, actualizamos la Política de Abastecimiento Responsable.

Esta revisión tuvo por finalidad alinear este documento al Plan de Negocios y la Estrategia de Sostenibilidad, y significó la incorporación de los siguientes aspectos:

- Se incluyeron metas cuantificables.
- Se agregaron de forma explícita lineamientos sobre los Derechos Humanos en la cadena de suministro, como la erradicación del trabajo forzoso, la esclavitud moderna y el trabajo infantil.



Otros marcos internos

Como complemento de esta Política de Abastecimiento Responsable, la gobernanza de la gestión de proveedores en Softys también comprende los siguientes marcos internos:

- **Código de Conducta de Proveedores**

Exige respeto a los Derechos Humanos, condiciones laborales dignas, prohibición de la corrupción y prácticas responsables con el medioambiente.

- **Código de Ética y Políticas de Integridad y Libre Competencia**

Refuerzan el compromiso de integridad, anticorrupción y cumplimiento de la ley en toda la cadena de suministro.

- **Política de Gestión Energética**

Entrega directrices concretas sobre el uso eficiente de la energía.

Cabe consignar que, en 2025, además de revisar la Política de Abastecimiento Responsable, también actualizamos los siguientes documentos:

- **Bases de Contratación para Servicios Dentro y Fuera de Planta**

Esta nueva versión refuerza las cláusulas de compliance y las ajusta a la normativa vigente. Estas bases se integran en los Contratos y Órdenes de Compra.

- **Declaración de Conformidad, Veracidad y Aceptación**

A partir de 2025, este documento se solicita en la etapa de licitación, para que los lineamientos de Softys queden claros desde el inicio del proceso.

- **Guía Medioambiental para Proveedores**

La nueva versión de este documento se publicará en los primeros meses de 2026. Su objetivo es establecer los requisitos y la normativa que los proveedores deben cumplir en temas ambientales prioritarios.



Cómo elegimos a nuestros aliados

En 2024, en línea con nuestra Política de Abastecimiento Responsable y la Estrategia de Sostenibilidad, nos propusimos desarrollar un Programa de Abastecimiento Responsable.

Además de establecer una segmentación clara de las empresas externas, este plan determina como base para nuestras acciones de desarrollo y mejora continua la aplicación a los proveedores de tres modelos de evaluación:

01

**Evaluación en Sostenibilidad
de Proveedores Críticos**

02

**Evaluación de Acreditación
Inicial y Periódica**

03

**Evaluación de Desempeño
del Proveedor**

01

Evaluación en Sostenibilidad de Proveedores Críticos

Esta evaluación, que realizamos con el apoyo de una plataforma externa (actualmente EcoVadis), aborda las siguientes dimensiones de gestión:

- Medioambiente
- Social y Derechos Humanos
- Ética
- Compras Sostenibles

Sus resultados se expresan en puntajes y niveles de desempeño, y se utilizan para:

- Determinar si el proveedor cumple con los mínimos estándares ASG definidos por la Política de Abastecimiento Responsable y el Código de Conducta de Proveedores.
- Definir planes de mejora y re-evaluaciones para proveedores con desempeño bajo.

En 2025, como resultado de este proceso, logramos los siguientes avances:

- Esta cobertura de evaluación representó el 81% del gasto en insumos directos y el 32% del gasto en insumos indirectos.
- El programa evolucionó desde un modelo centrado en la evaluación inicial a otro enfocado en la mejora continua.

META 2025

EVALUAR AL

100%

DE NUESTROS PROVEEDORES CRÍTICOS EN MATERIA ASG.

AVANCE:

100%



Evaluación de proveedores en cifras

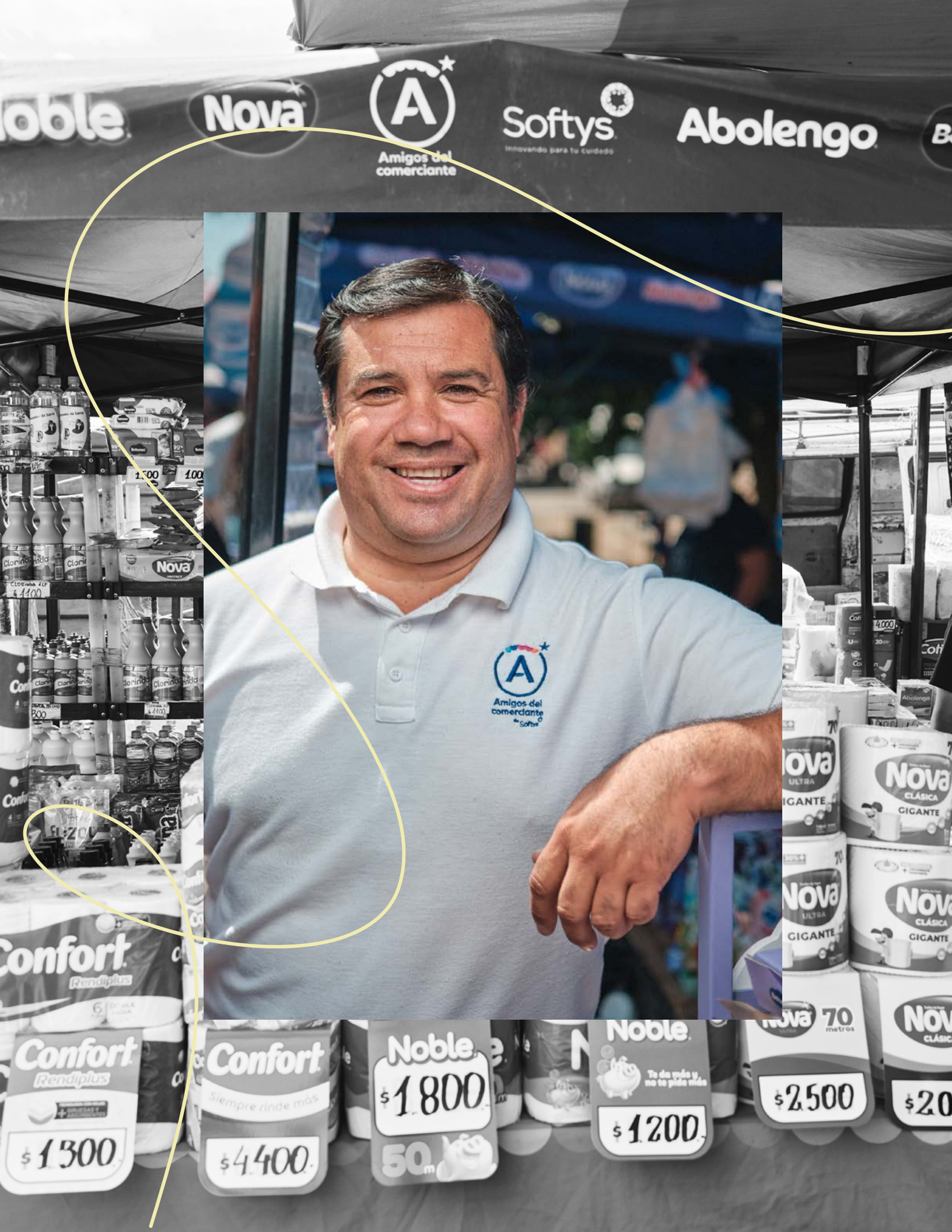
CONCEPTO	2025		
	NACIONALES	INTERNACIONALES	TOTAL
Número proveedores	8.755	570	9.325
Número de proveedores evaluados en general	1.557	114	1.671
Número de proveedores evaluados en sostenibilidad	215	65	280
Porcentaje de proveedores evaluados en sostenibilidad frente al total de proveedores evaluados	14%	57%	17%
Porcentaje de proveedores evaluados sobre cuestiones relacionadas con la naturaleza (medioambiente)	17%	2%	16%
Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios sociales	232	2	234
Total de proveedores estratégicos evaluados	120	46	166
Total de compras realizadas a proveedores (MM USD)	2.204	180	2.384
Compras realizadas a los proveedores que fueron evaluados (MM USD)	829	129	958
Porcentaje de las compras totales del año que corresponde a proveedores analizados bajo criterios de sostenibilidad	38%	72%	40%

Durante el último año, iniciamos el diseño de una estrategia a largo plazo para extender los estándares ASG a toda nuestra base de proveedores, trascendiendo el segmento de críticos. Este plan, que se ejecutará entre 2028 y 2030, establecerá lineamientos sobre:

01.
Requisitos de acreditación

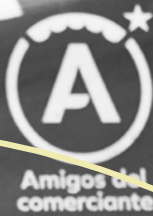
02.
Plazos de pago preferenciales

03.
Adaptación a la nueva definición de proveedor local



Noble

Nova



Softys
Innovando para tu cuidado

Abolengo

B



Juntos por la Sostenibilidad

Juntos nos empujamos a ser mejores y, así, nuestros proveedores se han comprometido con una gestión responsable de la cadena de suministro y nos enorgullece contar con su disposición para la mejora continua y el alcance de los mejores estándares.

Nuestro proveedor BASF, empresa química internacional, fue evaluado en una plataforma de sostenibilidad como parte de nuestra meta de evaluación de proveedores críticos. Esta compañía tiene un compromiso con la mejora continua en sostenibilidad. Estamos convencidos de que el trabajo colaborativo permite avanzar hoy hacia el cuidado del futuro.



Empoderando con educación e higiene a las niñas

BASF se dedica a la producción del polímero superabsorbente (SAP), una de las principales materias primas utilizadas en la fabricación de pañales y toallas higiénicas femeninas.

A partir de la relevancia de estos insumos, Guilherme Cortinovi, Global Key Account Manager de BASF, responsable de atender a Softys, compartió su inspiración para una iniciativa social: “El nacimiento de mis hijas, Lis y Cecilia, despertó en mí una mirada crítica sobre la Salud Menstrual. Pensé que sería valioso impulsar charlas en las comunidades para abordar estos temas y crear espacios de diálogo. Por eso invité a la matrona de mis hijas y a Softys, quienes aceptaron con prontitud y organizaron el evento.”

De esta idea nació la acción, BASF y Softys realizaron una charla de Salud Menstrual que reunió a cerca de 130 niñas de una escuela pública cercana a la Planta de Caieiras, São Paulo (Brasil). Durante la actividad, se entregaron materiales educativos y kits con productos de higiene de nuestras marcas Ladysoft y Diana.

Energía y residuos

Esta no es la única iniciativa que nuestro proveedor ha implementado en su camino hacia la sostenibilidad. En su operación de Camaçari, Bahía (Brasil), lograron su objetivo de reducción de emisiones aplicando la certificación ISO 50001. Las medidas incluyeron la optimización del consumo de gas natural en calderas, ajustes automáticos de energía en compresores y estudios detallados de presión y temperatura en los procesos de destilación. Además, obtuvieron certificados de Energía Renovable (I-RECs) para compensar su huella de carbono.

En cuanto a la gestión de residuos, la producción del polímero superabsorbente (SAP) de BASF genera un residuo que contiene partículas aglomeradas, lo que impide su uso en el mercado de higiene. Anteriormente, este material se enviaba para ser incinerado mediante coprocesamiento.

Como solución, se ha implementado un proyecto que permite vender este residuo como insumo industrial a clientes que no requieren pureza de grado de higiene.

La implementación de este proyecto ha permitido una reducción de aproximadamente 250 toneladas por año en operaciones de coprocesamiento y reintroducción del material al mercado en lugar de desecharlo.

Esto demuestra que, en conjunto, se logran grandes impactos. Seguiremos trabajando con nuestros proveedores para que toda la cadena de suministro sea sostenible y comprometida con el futuro.

02

Evaluación de Acreditación Inicial y Periódica

Aplicamos un procedimiento formal de acreditación inicial y periódica al 100% de los proveedores, que considera una evaluación en distintas dimensiones según la criticidad del bien o servicio que nos entregan, así como por su carácter crítico desde la perspectiva de la salud y seguridad.





Esta acreditación comprende los siguientes aspectos de gestión:

Compliance

Esta evaluación se realiza para todos los proveedores de bienes y servicios, sin importar categoría, gasto u otra característica. Busca detectar sanciones, vínculos con delitos, listas restrictivas y, en general, riesgos de integridad y cumplimiento. Está alineada con la Política de Prevención de Delitos, el Código de Ética y las Políticas de Integridad de Softys, que exigen “tolerancia cero” con la corrupción y los comportamientos deshonestos.

Riesgo financiero

Contempla un análisis de información financiera y del cumplimiento de obligaciones tributarias, laborales y comerciales. Permite clasificar al proveedor según su estabilidad y capacidad de cumplir compromisos en el tiempo.

Gestión en Seguridad y Salud Ocupacional (SSO)

Es una evaluación basada en los estándares regionales y en el Reglamento Especial de Empresas Contratistas y Subcontratistas (REECS), que fija condiciones mínimas de seguridad para operar en instalaciones Softys.

Gestión de Calidad

Es una revisión de los sistemas de gestión de calidad, certificaciones y capacidad de cumplir especificaciones técnicas y niveles de servicio.

Gestión Medioambiental

Es una evaluación del manejo de residuos, sustancias peligrosas, cumplimiento normativo y mediciones ambientales. Está alineada con la Guía Medioambiental para Proveedores y la Política de Gestión Energética.

03

Evaluación de Desempeño del Proveedor

También aplicamos una evaluación de desempeño a los proveedores que se basa en **encuestas internas cualitativas** que deben responder los administradores de contrato y usuarios finales. En estas consultas se abordan distintos ámbitos del servicio, como:

- Seguridad
- Tiempo (cumplimiento de plazos)
- Calidad
- Cantidad
- Medioambiente

Si bien esta evaluación no constituye un estándar ASG formal, actúa como un mecanismo para validar que los compromisos declarados en sostenibilidad y acreditación se materialicen efectivamente en la operación diaria. Durante 2025, extendimos este proceso a la mayoría de nuestras filiales, con la excepción de las nuevas unidades SEPAC y Falcon en Brasil.

Proveedores Locales

En 2025, modificamos el enfoque inicial con que abordamos la meta de Fortalecimiento de Proveedores Locales, considerada en el Programa de Abastecimiento Responsable, y que apuntaba a establecer metas de contratación.

Desde este año, el trabajo asociado a este objetivo se orientará a mejorar los procesos de incorporación de estas empresas. En esa línea, comenzamos a desarrollar un Manual de Buenas Prácticas para la Contratación de Empresas Locales.





Espacios para crecer

Con el fin de impulsar el desarrollo económico local, participamos en Zárate Produce, en Argentina. Este encuentro, organizado por la Secretaría de Producción Municipal de Zárate, reunió a 90 Pymes y comercios con el propósito de generar nuevas redes de intercambio comercial.

El evento se convirtió en un espacio estratégico para fortalecer los vínculos entre el comercio local y las grandes compañías. Para nosotros, fue la oportunidad para conocer de cerca el talento local y proyectar posibles alianzas comerciales a futuro. En los stands instalados, los proveedores de la zona expusieron soluciones diseñadas para responder a los desafíos y necesidades del sector industrial.

Pagos a proveedores

En lo concerniente a pagos a proveedores, operamos en línea con el **Procedimiento de Compras Corporativas, publicado en 2025**.

Entre las directrices que establece este documento destacan:

- Que los pagos se realizan únicamente contra Orden de Compra y recepción/servicio conforme;
- Que los términos de pago se fijan en el contrato/OC conforme a la legislación aplicable y se cumplen sin prácticas abusivas;
- Que la facturación debe cumplir requisitos fiscales y referenciar la OC (rechazándose discrepancias);
- Que el alta/actualización de datos bancarios se gestione en SAP/Ariba SLP, con segregación de funciones y controles antifraude.
- Cualquier anticipo o excepción requiere aprobaciones explícitas de Compras y Finanzas.
- Todo el flujo "OC → recepción → factura → pago" queda trazado en el sistema para auditoría y consulta del proveedor sobre el estado de su pago.

Principales eventos con proveedores organizados en 2025

Innovation Lab Personal Care

Evento presencial realizado por Softys en Santiago de Chile, con la participación de equipos internos y proveedores estratégicos de insumos. Permitió presentar y evaluar diversas iniciativas de innovación, especialmente aquellas con mayor potencial para el negocio. Los conceptos priorizados se agruparon considerando sus beneficios para el consumidor en aspectos como sostenibilidad, desempeño, comodidad, suavidad y cuidado de la piel.

“El Innovation Lab fue una iniciativa estratégica entre las áreas de Personal Care, Procurement y R&D, diseñada para robustecer nuestro funnel de innovación con visión al 2028. La colaboración estrecha con nuestros proveedores nos permite

anticipar tendencias de la industria y conectar mejor con los consumidores. A través de la innovación en nuestro portafolio, reafirmamos el compromiso de entregar soluciones de cuidado excepcionales para cada etapa de la vida”. **Paula Otero, Gerenta Sr Regional Unidad Cuidado Infantil**

IDEA (International Engineered Fabrics Conference & Exposition)

Realizado en Miami (Estados Unidos), tuvo por finalidad fortalecer nuestros vínculos con proveedores estratégicos, identificar nuevas tecnologías y materiales sostenibles, y explorar oportunidades de mejora en eficiencia y calidad dentro de la cadena de suministro.



Product Supply Summit 2025

Encuentro presencial efectuado en São Paulo, Brasil, y que reunió a colaboradores de las áreas de Product Supply Regional, Operaciones, Supply Chain y Procurement de toda la región, así como a proveedores estratégicos de Capex, insumos y servicios provenientes de diversos países. Tuvo como propósito fortalecer la colaboración con socios clave, compartir experiencias y explorar oportunidades de mejora en ámbitos como sostenibilidad, eficiencia, calidad, costos y seguridad.

Hugo Figueroa, Gerente Regional de Planificación y Control de Proyectos de Inversión, parte de este evento, nos comentó que la instancia nos permite conocer de primera fuente los avances que hemos tenido y alinearnos como Gerencia para los desafíos. *“Creo que eso es lo que más me gusta de la instancia junto con compartir las experiencias y buenas prácticas a nivel regional”*, dice.

Tenemos tarea

Dentro de los desafíos más relevantes que tenemos en materia de proveedores está la elaboración de nuestra Política de Derechos Humanos. Si bien ya tratamos materias propias de esta fundamental temática en nuestro Código de Ética, Política de Abastecimiento Responsable, Bases de Contratación, entre otros, aún queda pendiente su sistematización en un programa único.



Desempeño anual de gestión ambiental con **foco en la consolidación de la estrategia**

Principales cambios incorporados en la Política de Seguridad y Medioambiente.

Este documento, además, incorpora formalmente las metas de sostenibilidad de la compañía en materia ambiental y los requisitos de sistemas de gestión como el de Basura Cero y la ISO 14001.

Seguridad
Prevención y cultura proactiva

Basura Cero
Requisitos sistema de gestión

01 Cambio de Enfoque a la Prevención

Nuestro nuevo lineamiento adopta un enfoque preventivo, orientado a consolidar una cultura de seguridad entre nuestros colaboradores.

Buscamos que cada equipo domine los protocolos y mantenga una actitud de alerta constante ante cualquier circunstancia, permitiéndonos anticipar riesgos y prevenir accidentes de manera efectiva.

02 Integración de Metas de Sostenibilidad

La Política se alineó explícitamente con la Estrategia de Sostenibilidad de la compañía, al incorporar compromisos clave, como:

- Reducción del uso de agua.
- Cumplimiento normativo en descargas a cuerpos de agua.
- Control de emisiones atmosféricas.
- Reducción de Gases de Efecto Invernadero (GEI) en toda la cadena de valor.

03 Alineación con Sistemas de Gestión

Se incorporaron los requisitos específicos del sistema de gestión Basura Cero y los de la norma ISO 14001, lo que crea un marco integral que unifica las directrices operativas con la Estrategia de Sostenibilidad y las exigencias normativas.

Durante el último año, en Softys dimos pasos claves para lograr la consolidación estratégica de nuestra gestión ambiental. Entre ellos, destacó la actualización de la Política de Seguridad y Medioambiente, que en su nueva versión propone un enfoque preventivo y el fomento de una cultura proactiva.

Como parte de esta consolidación, en 2025, también desarrollamos una nueva Estrategia Ambiental Corporativa, una hoja de ruta basada en tres pilares:

Liderazgo y Cultura

Busca alinear la estructura del área ambiental con los objetivos del negocio, de manera de focalizar los esfuerzos en aquellos aspectos que maximicen los resultados. Contempla la implementación de reportes matriciales desde las plantas hacia el área corporativa y la articulación de una escalera de reuniones desde lo macro a lo micro para asegurar objetivos únicos y alineados.

Disciplina Operativa

Define los lineamientos corporativos ("el qué") a través de estándares globales. Bajo este enfoque, los países y plantas serán responsables de desarrollar los procedimientos específicos ("el cómo") que permitan cumplir con dichas directrices. Con ese objetivo, durante el año, la empresa desarrolló desde cero el Estándar de Agua y el Estándar de Emisiones.

Control de Riesgos e Impactos

Se enfoca en la gestión proactiva para prevenir y mitigar los impactos ambientales derivados de la operación.



Avances ambientales

De la estrategia a la acción

OI

Eficiencia hídrica

Softys logró su meta de reducción de uso de agua en sus procesos industriales, de un 50% respecto de su línea base (año 2018). Lo anterior representa un logro compartido de muchos colaboradores a lo largo de la región, en base principalmente a la captura de aprendizajes compartida y la convicción de que la ambiciosa meta era posible de ser alcanzada.

En este ámbito, se implementó una nueva estructura de gobernanza denominada "**Team Charters de Agua**". Estas instancias contemplan la participación de "champions" por país para impulsar la reducción del uso.

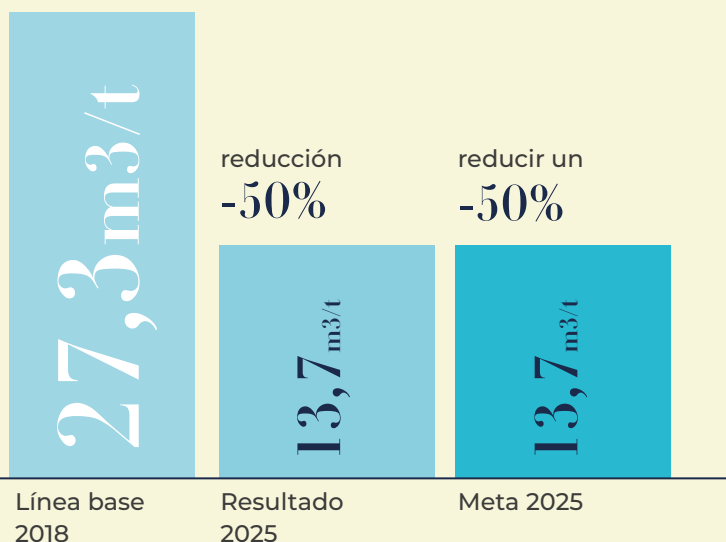
Quiénes cumplen estos roles:

- Cuentan con la capacidad de influir en las decisiones de gestión en cada planta, de manera de asumir responsabilidad y compromiso con la materia.
- Realizan un seguimiento preventivo del cumplimiento de los planes de reducción y compartir casos de éxito entre las operaciones.



Agua

OBJETIVO: Reducir en un 50% el uso de agua al 2025, y en un 60% el uso de agua al 2028.(*)



*Para el cálculo de la meta no se consideran últimos M&A de la compañía (Anápolis, Piraí, Puebla y Falcon).

Extracción de agua

Año	Total agua extraída Valor (m3)	% del agua extraída de zonas con estrés hídrico alto	Tonelada de producción (ton)	Agua extraída por tonelada de producción vendible (ton/m³)
2023	15.234.080	-	946.223	16,10
2024	13.455.003	43%	889.544	15,13
2025	11.995.336	49%	901.002	13,31

Zona	Uso de Agua (m3)				
	2021	2022	2023	2024	2025
Zonas con estrés hídrico	1.671.965	728.491	450.201	1.298.810	1.743.746
Zonas sin estrés hídrico	1.863.579	2.303.419	2.179.805	1.355.667	609.891
Total	3.535.544	3.031.910	2.630.006	2.654.477	2.353.637

En 2025 actualizamos las zonas consideradas con estrés hídrico.

Año	Total agua utilizada Valor (m3)	Proporción del total de agua utilizada en regiones de alto estrés hídrico (%)
2023	2.630.006	17,12%
2024	2.654.477	48,93%
2025	2.353.637	74,09%

Otro hito del año fue la **contratación de una consultoría estratégica con el propósito de aportar información clave** que permita mitigar los efectos de eventos de escasez hídrica como el que afectó en 2024 a la Planta Altamira, en México.

Con esta finalidad, dicho estudio se propuso:

O1

Evaluar la disponibilidad de agua en las fuentes de captación a 5, 10 y 30 años.

O2

Identificar oportunidades de reducción de uso de agua de rápida implementación y sin inversión ("quick wins").

O3

Proponer proyectos de mayor inversión necesarios para alcanzar los objetivos de reducción al 2028.

Al cierre de año, los "quick wins" identificados como resultado de este análisis fueron incorporados a los planes de algunas plantas.



Innovando en cada gota

En Softys, hemos implementado procesos orientados a una gestión de excelencia para el cuidado del suministro hídrico. Nuestra compañía no consume agua, la usa. Esto significa que una vez utilizada el agua es tratada para ser devuelta a cauces naturales, servicio público o alcantarillado.

Este 2025, alcanzamos nuestra meta de reducir en un 50% nuestro uso del agua, un hito que logramos gracias a la innovación en los procesos para gestionar el recurso de forma eficiente.



El proyecto de retrolavado de los filtros de arena de la ETA generó un resultado muy positivo para nuestra operación durante el último año. Al revisar la forma en que se realizaba el retrolavado y gestionar de manera más eficiente ese volumen de agua, logramos reducir pérdidas y disminuir la necesidad de captación, haciendo el proceso más equilibrado y eficiente. Esta mejora demostró que ajustes técnicos bien planificados pueden generar impactos reales tanto en el desempeño operativo como en la preservación de los recursos hídricos". **Leidiane Goerttmann, Ingeniera Química Softys Sepac.**



Iniciativas:

Eficiencia hídrica: Optimización en la planta de tratamiento de agua

Sepac (Brasil)

Anteriormente, la limpieza de los filtros de arena se realizaba con agua fresca, la cual era posteriormente descargada al sistema de tratamiento de efluentes y finalmente al río. Actualmente, hemos optimizado este ciclo: captamos el agua directamente del río, la tratamos e incorporamos al proceso productivo.

Debido a que el agua de captación contiene sedimentos, requiere un tratamiento previo. Inicialmente, este proceso generaba un residuo líquido que era descartado; sin embargo, mediante la implementación de un equipo de limpieza adicional, logramos recuperar ese flujo. Hoy, el aprovechamiento de cada gota captada nos permite operar con eficiencia, fortaleciendo la circularidad de nuestro proceso.

Estas iniciativas, operativas desde 2024, consolidaron su impacto en 2025, permitiéndonos alcanzar la meta regional de reducción de uso de agua. Este éxito demuestra que la innovación en los procesos y la gestión eficiente son claves para cumplir nuestros objetivos. Seguiremos trabajando con este enfoque para afrontar los próximos desafíos.

Reducción de uso de agua en preparación pasta

El sistema de limpieza de fibra funcionaba originalmente con un 100% de agua fresca a presión media. Esto se modificó para dividir el funcionamiento en dos etapas: alta y baja presión. Con esta mejor distribución de las aguas, se optimizó el proceso y se aprovechó de cambiar el uso de agua fresca por agua recuperada.

En la elaboración de papel, cuando se quiebra la estructura de la hoja (rotura), el material se envía al inicio del proceso de reutilización. Dicha operación, que antes requería agua fresca, ha pasado a funcionar con agua recuperada. La mejora se implementó originalmente en la máquina papelera seis de Sepac y, posteriormente, se extendió al proceso de dilución del resto de las unidades, sustituyendo también allí el agua fresca por recuperada.



El proyecto de recuperación del agua proveniente del retrolavado de las Estaciones de Tratamiento de Agua Potable (ETAs), representó un avance significativo para la gestión hídrica de la empresa. Al promover la reutilización de este volumen de agua que antes era descartado, redujimos la captación de agua, contribuyendo directamente al cumplimiento de la meta de reducción de uso establecida por la compañía". **Jessica Sieklicki, Supervisora de Medioambiente Softys Sepac.**

Iniciativas:

Recirculación de agua

Talagante (Chile)

Como parte de la estrategia regional se implementó la recirculación de agua en la Planta Talagante.

Esta iniciativa permite el uso sucesivo del recurso antes de su devolución bajo los estándares legales. Actualmente, se recircula un 40% del agua de la Planta de Tratamiento de Aguas Residuales (PTAR) a los procesos productivos.

Gobernanza y monitoreo

La gestión se apoya en comités mensuales a nivel Latinoamérica para la revisión de indicadores y el avance de proyectos de optimización hídrica. Asimismo, se mantiene un monitoreo constante para la medición y control del uso del recurso. Estas medidas reafirman nuestro compromiso con la sostenibilidad y la gestión eficiente de los recursos.

Nos enorgullece contar con equipos que trabajan diariamente para Cuidar el Futuro Hoy. Somos conscientes de que aún queda camino por recorrer y seguiremos explorando nuevas soluciones para optimizar la gestión del recurso hídrico. Actualmente, nuestro mayor desafío es dar el siguiente paso para cumplir con el compromiso de reducir en un 60% el uso de agua al 2028. Queremos ser responsables de principio a fin en nuestras acciones y generar cambios que generen impacto.





Tenemos tarea

Los efectos del cambio climático son cada vez más notorios y radicales. Los sufrimos directamente con la sequía que afectó a la zona de Altamira hace dos años. En ese marco, elaboramos con el apoyo de asesores externos un estudio hidrológico y de uso de agua de nuestras plantas, que nos desafía a poner especial foco a futuro en plantas ubicadas en zonas de escasez hídrica.

02. *Gestión de residuos*

Cumplimos de manera anticipada y con amplio margen la meta anual de Cero Residuos Industriales a Relleno Sanitario

Esta gestión nos permitió cerrar el año con aproximadamente 23.000 toneladas enviadas a relleno sanitario, un nivel muy inferior al límite máximo de 40.000 establecido para el año.

En 2025 continuamos expandiendo nuestro programa de Certificación "Basura Cero".

Al cierre de año, a la totalidad de plantas en Argentina, Perú, Ecuador, Chile y Uruguay que contaban con certificación y realizaban sus auditorías de seguimiento anual, sumamos las siguientes operaciones:

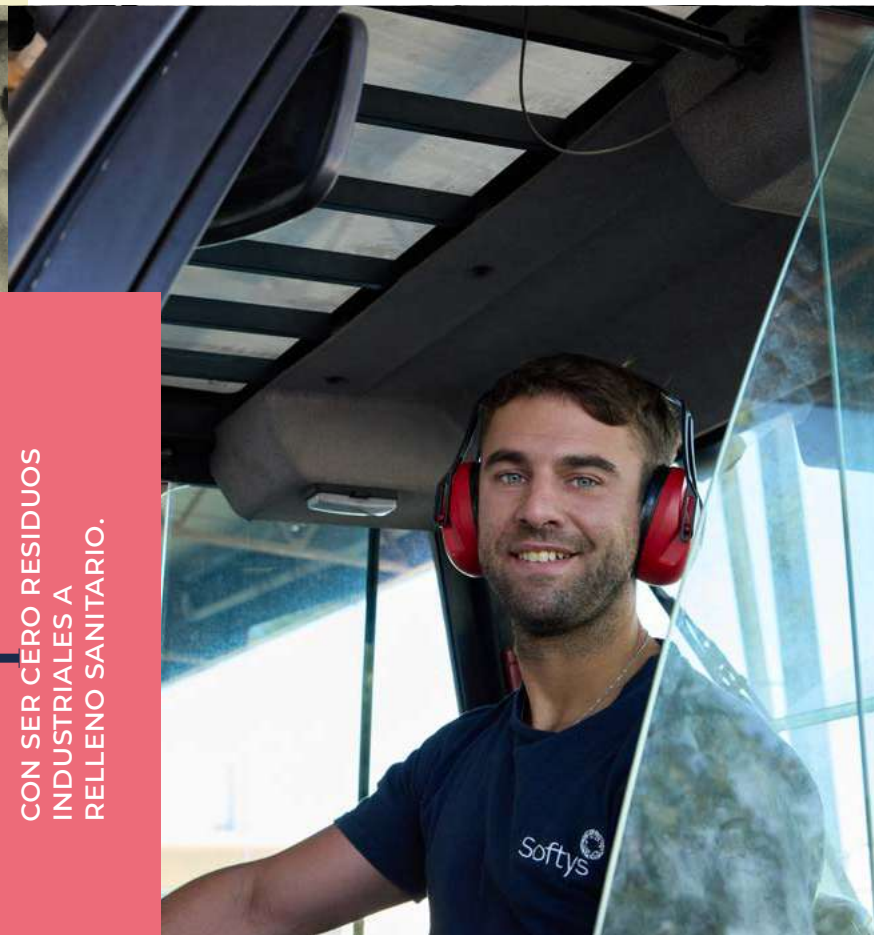
- **México:** Se certificaron las plantas de Altamira y Valle de México. A finales de año, además, se certificó una de las dos plantas de Personal Care. La planta restante quedará para 2026.

- **Brasil:** El sistema local "Lixo Cero" se asoció con "Basura Cero", lo que significó unificar el estándar de gestión. Esto permitirá que podamos certificar las cinco plantas que tenemos en Brasil durante el segundo semestre del próximo año.

Como corolario de este arduo proceso, la operación de Chile fue reconocida con uno de los premios "Planeta" de Pacto Global de las Naciones Unidas por su iniciativa valorización de lodos papeleros en compost.

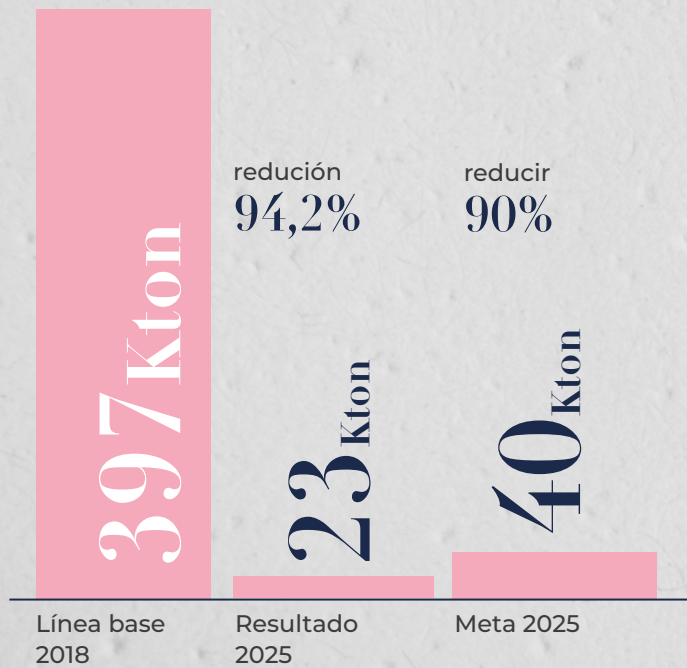
La obtención de este reconocimiento fue celebrada en la planta por todos los colaboradores que formaron parte de este proceso, incluyendo una visita del Alcalde de la Municipalidad de Talagante, señor Sebastián Rosas, en donde se celebró el hito destacando la entrega de compost generado en base a lodo paplero a alumnos del Liceo Luis Undurraga de la comuna, que es uno de los establecimientos educacionales con mejores resultados en la prueba Simce a nivel nacional.

2025
cumplimos
CON SER CERO RESIDUOS
INDUSTRIALES A
RELLENO SANITARIO.



Residuos industriales

OBJETIVO: Ser una empresa cero residuos industriales a relleno sanitario al 2025.(*)



*Para el cálculo de la meta no se consideran últimos M&A de la compañía (Anápolis, Piraí, Puebla y Falcon).

||

El jueves pasado tuve la oportunidad de visitar la Planta de Softys Chile, una empresa que opera bajo un modelo admirable. ¡No generan basura! **Alejandro König, CMO Walmart.**



Transformando residuos

Como parte de nuestro compromiso por transformar desafíos operativos en economía circular, revalorizamos fieltros de las máquinas papeleras y **logramos que 100 metros de ese material se convirtieran en 100 fundas de notebook**, que se entregaron al equipo del **Hospital Italiano de Buenos Aires** en una visita a nuestra Planta Zárate.

Residuos totales generados (toneladas)

Tipo de residuos	2023	2024	2025
No Peligrosos	491.613	460.908	459.955
Peligrosos	1.557	3.548	2.139
Total	493.170	464.456	462.094

Residuos peligrosos valorizados (toneladas)

Categoría	2023	2024	2025
Residuos Peligrosos valorizados	484	1.142	511
Porcentaje de residuos peligrosos reciclados	31,1%	32,2%	23,9%

Residuos no peligrosos valorizados y eliminados (toneladas)

RESIDUOS NO PELIGROSOS	2025		
	INTERNO	EXTERNO	TOTAL
VALORIZACIÓN			
Reutilización	6.117	0	6.117
Reciclaje	7.925	128.800	136.725
Compostaje	2	90.610	90.612
Aplicación en suelo	0	164.498	164.498
Valorización energética	0	38.659	38.659
Total	14.044	422.567	436.611
ELIMINACIÓN			
Incineración	13	0	13
Relleno Sanitario	0	23.331	23.331
Disposición en sitio	0	0	0
Total	13	23.331	23.334
Total no peligrosos	14.057	445.898	459.955

¡SOMOS CERO RESIDUOS!

En Softys hemos cumplido el objetivo de ser cero residuos a relleno sanitario en los ocho países donde la compañía opera. Este logro está guiado por el compromiso de **"hacer más con menos"**.

Dentro de la operación, el principal residuo es el lodo papelerero generado durante la fabricación de los productos.

Asumimos la responsabilidad de resolver este desafío mediante acciones concretas, evaluando opciones en todos los países donde tenemos presencia para reducir el impacto ambiental. Implementamos las siguientes soluciones:

MÉXICO

Operamos bajo un sistema de gestión enfocado en el reciclaje de materiales derivados de nuestra operación. Actualmente, clasificamos rigurosamente el cartón, la chatarra, el plástico y la madera para asegurar su correcto envío a centros de reciclaje.

COLEC

Gestionamos de manera integral la totalidad de nuestros lodos papeleros a través de procesos de compostaje y lombricompostaje.

PERÚ

Se ha impulsado la valorización al 100% de los lodos papeleros y el rechazo de pulper, asegurando el aprovechamiento total de estos residuos industriales. En paralelo, en el taller de recuperación de la Planta Santa Rosa, se han logrado rehabilitar 540 dispensadores en lo que va del año.

CHILE

El lodo papelerero se transforma en compost. Este trabajo se desarrolla en conjunto con Ideacorp, organización especializada en dar valor a los residuos, para asegurar un proceso eficiente.

78%
**plantas
certificadas**
"BASURA CERO"



Tenemos tarea

El haber logrado nuestra meta de “Cero residuo” es una primera etapa.

El desafío pendiente consiste en encontrar más y mejores alternativas de valorización, junto con terminar en el año 2026 la certificación de todas nuestras plantas.



BRASIL

Los lodos papeleros se convierten en arena para gato y biocombustible. A esto se suma el reciclaje de los residuos de pañales para la fabricación de alfombrillas para mascotas, asegurando así una gestión circular y sostenible de estos desechos.

URUGUAY

Hemos desarrollado procesos avanzados de valorización como compostaje y reciclaje para diversos materiales. En el caso de los lodos papeleros, estos se envían en su totalidad a una planta de compostaje que operamos en conjunto con la Intendencia de Canelones, material que se utiliza como cobertura de relleno sanitario.

ARGENTINA

Los lodos papeleros son valorizados para generar energía mediante procesos de biodigestión y también se utilizan en la fabricación de ladrillos para la construcción.

o3. *Emisiones*

En el marco de las acciones que estamos desarrollando con el fin de cumplir nuestras metas asociadas a huella de carbono, en 2025 recibimos las conclusiones de la consultoría estratégica que contratamos para definir nuestro plan de reducción de emisiones GEI.

Entre sus resultados, este estudio reafirma el potencial de seguir comprando certificados de energía renovable y plantea la evaluación de proyectos de eficiencia energética con beneficios económicos en Argentina y Brasil.

Las principales líneas de acción que establece esta Hoja de Ruta Estratégica son las siguientes:

Energías renovables

Continuar con la compra de Certificados de Energía Renovable (I-RECs) para todas las plantas.

En México, se realiza un monitoreo constante del mercado de IRecs para una futura adquisición de tales derechos en ese país.

Proyectos de eficiencia

Preparar los casos de negocio para dos proyectos que presentan beneficios económicos:

- **Zárate (Argentina):** Se evalúa reemplazar calderas de gas natural por calderas de biomasa. Actualmente se está realizando un estudio de factibilidad de proveedores de biomasa en la zona.
- **Anápolis (Brasil):** Se evalúa reemplazar el uso de GLP por una capota eléctrica en la máquina 5.

Estos proyectos están en fase de análisis y representan alternativas a la fecha que aún se encuentran en estudio.



Otros Hitos del Balance de Emisiones en 2025

- Se compraron certificados de energía renovable para las operaciones de Colombia y Ecuador.
- Se materializó el impacto anual completo del contrato de energía renovable de la planta de Puebla.
- Se registró un aumento de emisiones en México, debido a la puesta en marcha de la nueva máquina papelera (MP5) en Altamira. Con todo, y en virtud de los planes de reducción de la empresa, este evento se tradujo en un alza controlada de las emisiones GEI.

Huella de Carbono por alcance en toneladas métricas en ktCO2e

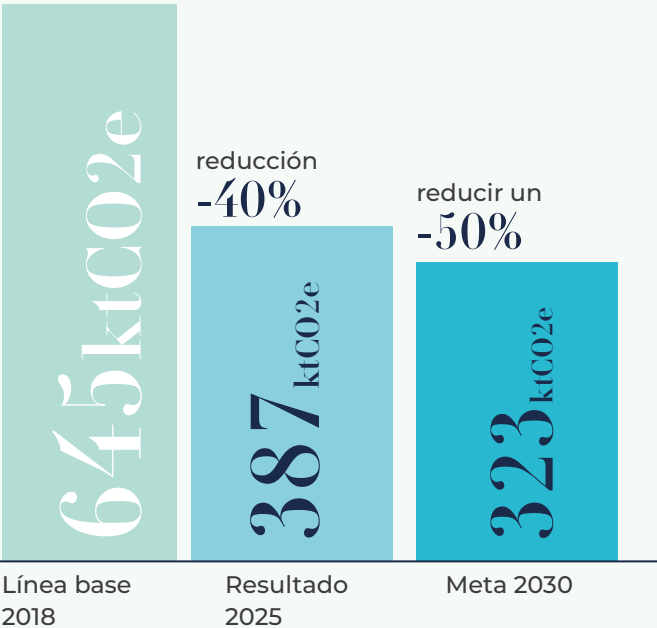
CATEGORÍAS GEI	2023	2024	2025
Alcance 1	391	379	363
Alcance 2	46	43	35
Alcance 3	2.439	2.710	2.794
Total emisiones	2.876	3.132	3.192

Intensidad de emisión de GEI por tonelada de producción vendible (tCO2e/t)

2023	2024	2025
2.437	2.029	1.950

Emisiones

OBJETIVO: Reducir en un 50% nuestras emisiones de GEI, alcances 1 y 2, al 2030.(*)



(*) Para el cálculo de la meta no se consideran últimos M&A de la compañía (Anápolis, Pirai, Puebla y Falcon). Se verán reflejadas en las metas a partir de 2026 y 2028.

Tenemos tarea

Una de nuestras metas más desafiantes es reducir en un 50% nuestra generación de gases de efecto invernadero, alcances 1 y 2, respecto de la línea de base 2018. Si bien hemos avanzado al respecto, conforme demostramos en este Reporte, aún queda por alcanzar este desafío. Dentro de los análisis en curso, se encuentra la implementación de capotas eléctricas en máquinas papeleras.



Sostenibilidad en la ruta

Un caso que merece ser destacado, es el de la gestión responsable de vehículos de transporte de la operación de Softys Brasil. En lugar de abandonar 26 vehículos que no se encontraban aptos para circular en depósitos, las unidades fueron destinadas directamente a procesos de desmantelamiento y reciclaje. **Marcelo Barros, Gerente de Abastecimiento de Brasil**, señala:

"Cuando realizamos el cambio en la flota de vehículos de Pirai, comenzamos aprovechando los camiones que venían de la antigua operación de Carta Fabril. Muchos estaban en mal estado, algunos necesitaban demasiado mantenimiento y otros eran prácticamente chatarra. A partir de eso, elaboramos un informe junto al equipo de logística e invitamos a una startup, Octa, para realizar una evaluación técnica y presentar una propuesta más sostenible. Se desarrolló un plan de acción en el que una parte de los vehículos se destinó al reciclaje, otra parte fue subastada, y logramos renovar la flota con vehículos nuevos, que exigen menos mantenimiento y tienen un menor consumo de combustible."

Cumplimiento Normativo e Incidentes ambientales

Durante el último año, registramos tres superaciones de límites normativos: dos en Brasil y una en Chile.

Los episodios ocurridos en Brasil los abordamos con planes de acción correctivos, de acuerdo con el enfoque regulatorio local. En Chile, el evento se declaró en la plataforma "Ventanilla Única", y al cierre de año aún permanecía en proceso de revisión por parte de la autoridad.

Planta	País	Tipo de incidente	Parámetro superado	Límite	Resultado
Sepac	Brasil	Emisiones atmosféricas	Monóxido de carbono (CO)	100 mg/m3	206,5 mg/m3
Mogi	Brasil	Descarga de efluentes	Demanda Bioquímica de Oxígeno (DBO)	60 mg/L	63 mg/L

Se debe consignar que en 2025 no se incorporaron modificaciones respecto de los principales parámetros o indicadores ambientales que rigen nuestra operación.

Cumplimiento ambiental

N° DE SANCIONES EJECUTORIADAS	2023	2024	2025
N° total de multas	0	2	2

MULTAS Y SANCIONES AMBIENTALES	2023	2024	2025
Valor monetario total de multas (CLP)	0	2.917.433	766.800
Número de sanciones no monetarias	0	0	1
Casos sometidos a resolución de litigios	0	0	0

Otros aspectos relevantes

De la gestión ambiental en 2025





METAS DE REDUCCIÓN DE
CONSUMO ENERGÉTICO

2026
-5%

2027
-5%

2028
-4%

01.

Sostenibilidad en la cadena de suministro

En el contexto de la actualización de la Política de Abastecimiento Responsable que se efectuó en 2025, cuya finalidad fue alinear sus directrices con los criterios de la nueva Política de Seguridad y Medioambiente, elevamos los estándares de desempeño ambiental a los proveedores.

Asimismo, como parte del nuevo modelo de Debida Diligencia Ambiental de Proveedores, habilitamos un sistema de Precalificación de Proveedores, que contempla cuestionarios específicos según la categoría de riesgo del servicio o producto (químicos, residuos, transporte, etc.).

En esa línea, las áreas Ambiental y de Compras iniciaron un trabajo conjunto para establecer cláusulas ambientales estándares que serán anexadas a los contratos de proveedores según su categoría.

02.

Eficiencia energética

En materia de consumo energético, nuestro objetivo es lograr niveles competitivos y confiables en términos de costos y gestión a través del desarrollo de sistemas y procesos que permitan:

- Alcanzar estándares de clase mundial.
- Asegurar la continuidad del negocio.
- Generar beneficios en margen y sostenibilidad.
- Minimizar nuestros impactos en el medioambiente a través de menores emisiones CO₂e.
- Operar de forma segura para las personas.

Para avanzar en estos objetivos, en 2025 diseñamos un plan con un horizonte de ejecución al año 2028, cuya meta es lograr una reducción en costos de energía del 14%, lo que equivale a USD 16 millones. Este porcentaje se desagrega de manera anual según la tabla a la izquierda:



Progresos del plan de **Eficiencia Energética en 2025**

- Se definió la estrategia y se conformó el equipo de trabajo (Team Charter Energía) que estará a cargo del monitoreo y cumplimiento de las metas.
- Cada planta identificó las brechas y estableció un plan para la reducción de consumo, separando las acciones entre aquellas operacionales sin inversiones mayores involucradas y las que consideran inversión. Entre las iniciativas destacaron:

Acciones sin inversión asociada

Ajustes de eficiencias de secado, eficiencias de combustión, uso eficiente de vapor y condensado, ataque a pérdidas, entrenamiento operacional e identificación de mejores prácticas, entre otras.

Acciones con inversión asociada

Optimización de equipos de vacío (años 2025 y 2026), Prensa Zapata (2026) y quemadores y motores de alta eficiencia (2026).

Adicionalmente, diseñamos planes de eficiencia productiva e iniciativas para mantener certificadas en la norma ISO 50001 (Sistema de Gestión de Energía) todas nuestras plantas.

Estas iniciativas apuntan a cómo operar con menor energía en prensado, en secado de papel, vapor y condensado.

Acciones de capacitación y sensibilización en eficiencia energética

Como parte de nuestro network de energía, cada planta cuenta con un "champion" designado, cuyo objetivo es desplegar buenas prácticas en su respectiva operación.

"X100 Energías": es una reunión que dura una semana, en la que participan representantes de todos los países, expertos (internos y externos) y proveedores, en la que se promueve el intercambio de buenas prácticas, y la revisión de benchmarks. Esta instancia aporta al perfeccionamiento de los planes desarrollados por las distintas plantas para el cumplimiento de los objetivos.

Foros virtuales: se realizan periódicamente con la finalidad de analizar buenas prácticas de gestión cotidiana que luego puedan ser desplegadas en las operaciones.

Juan Agustín Minelli,
Gerente de Fabricación Planta Zárate,
nos comenta:

||

Este espacio fue muy valioso para conocer de primera mano las iniciativas y experiencias que están implementando las diferentes filiales. Destaco especialmente de este encuentro, el intercambio práctico sobre mediciones y gestión de consumos eléctricos, optimización de sistemas y gestión y mantenimiento predictivo, que me permitieron identificar soluciones aplicables en nuestra planta. Lo que más valoro del encuentro fueron las buenas prácticas compartidas, procedimientos, indicadores clave (KPIs) y metodologías de seguimiento que podemos adaptar a nuestras condiciones".

Principales proyectos de inversión en eficiencia energética:

2025

Instalamos en Perú un equipo de Generación de Vacío. En 2026 se habilitará otro similar en Chile.

2026

instalaremos un Equipo de Prensado en la Planta Mallet, de Brasil.



Consumo de energía de la empresa en GWh

CATEGORÍA	TOTAL
ENERGÍA RENOVABLE	
Licor Negro	-
Biomasa certificada manejo forestal sostenible	125
Electricidad (comprada) cubierta por certificado renovable	882
Vapor (comprado)	-
Metanol	-
Hidrógeno	-
Total	1.008
ENERGÍA NO RENOVABLE	
Gas Natural	2.027
Petróleo #6	2
Electricidad (comprada) sin certificado renovable	206
Biomasa no certificada de manejo forestal sostenible	464
Vapor (comprado)	63
Carbón	-
GLP	45
Diesel	4
Nafta / Bencina	0
Total	2.811
Consumo total (renovable y no renovable)	3.819
CÁRACTER DEL CONSUMO ENERGÉTICO (%)	
Porcentaje de energía consumida proveniente de fuentes renovables	26,39%
Porcentaje de energía consumida proveniente de fuentes no-renovables	73,61%







04 Ser mejores
juntos

Múltiples nacionalidades, un sólo equipo

PAÍS	TOTAL		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Argentina	1.020	232	1.252
Bolivia	5	2	7
Brasil	3.850	1.799	5.649
Chile	1.586	492	2.078
Colombia	500	232	732
Cuba	2	2	4
Ecuador	145	97	242
España	0	1	1
Estados Unidos	0	2	2
Haití	7	0	7
México	2.711	1.305	4.016
Paraguay	5	2	7
Perú	1.137	369	1.506
República Dominicana	1	1	2
Uruguay	232	56	288
Venezuela	84	34	118
Otros países	2	3	5
TOTAL	11.287	4.629	15.916

Total de nacionalidades

20

Dotación por rango de edad

MENOS DE 30 AÑOS		ENTRE 30 Y 40 AÑOS		ENTRE 41 Y 50 AÑOS	
HOMBRES		HOMBRES		HOMBRES	
2.312		4.221		3.082	
MUJERES		MUJERES		MUJERES	
1.224		1.900		1.151	
TOTAL		TOTAL		TOTAL	
3.536 / 22,2%		6.121 / 38,4%		4.233 / 26,5%	
ENTRE 51 Y 60 AÑOS		ENTRE 61 Y 70 AÑOS		MÁS DE 70 AÑOS	
HOMBRES		HOMBRES		HOMBRES	
1.408		259		05	
MUJERES		MUJERES		MUJERES	
327		26		01	
TOTAL		TOTAL		TOTAL	
1.735 / 10,9%		285 / 1,7%		6 / 0,03%	
Total		HOMBRES		MUJERES	
		11.287		4.629	
		TOTAL		TOTAL	
				15.916	

Soy Softys
Colaboradores al centro

En Softys, tenemos la convicción de que el cuidado comienza desde adentro.

Nuestra cultura, Soy Softys, es el alma de nuestra estrategia de gestión de Personas y Organización; es el sello que nos define como una familia multilatina y el motor que nos impulsa a ser un verdadero Powerhouse de Talento. Inspirados por las personas e impulsados por el desempeño, vivimos día a día tres pilares que transforman nuestra forma de trabajar y de crear valor, de trascender.



Más humanos

Ponemos a la persona en el centro de todo lo que hacemos, cultivando un espacio de respeto donde el talento crece con humanidad.

Para nosotros, ser más humanos significa mirar a la persona de forma integral, conectando sus sueños personales con nuestro que hacer diario. Cultivamos un liderazgo que inspira a través del buen cuidado, creando un entorno cercano donde cada colaborador se siente respetado, escuchado y valorado por quién es.



Más ágiles

Nos movemos con flexibilidad y agilidad, priorizando las habilidades que nos permiten liderar el mañana.

Entendemos que el mundo cambia rápido y nosotros evolucionamos con él. Ser más ágiles significa ser una organización dinámica, donde las jerarquías dan paso a las habilidades críticas. Impulsamos la movilidad del talento para que nuestras mejores capacidades estén siempre donde generen mayor valor, respondiendo con simplicidad a los desafíos del mercado.



Más impacto

Hacemos que las cosas pasen, entregando resultados extraordinarios que trascienden en la vida de las personas.

Buscamos resultados que dejen huella. Tener más impacto es nuestra promesa de excelencia: es actuar con mentalidad de dueño para ejecutar nuestra estrategia con precisión. Nos enfocamos en generar un valor real y sostenible en toda Latinoamérica, asegurando que nuestra cultura sea el motor que nos permita ganar la preferencia de las familias cada día.



Este enfoque, que orienta todas las iniciativas que desarrollamos en el ámbito organizacional y del talento, se estructura sobre tres palancas estratégicas interconectados y que a su vez se derivan del Business Plan de Softys. Estas son:

Talento

Se centra en construir un "powerhouse" de talento sostenible. Aseguramos que nuestro talento más valioso impulse el crecimiento en las posiciones que generan más valor. Se trata de alinear nuestras mejores habilidades con los roles críticos, y desarrollar un pipeline de sucesión sólido, mediante el desarrollo de personas y la transición hacia una organización basada en habilidades.

Organización

Tiene como objetivo operar con agilidad y disciplina, potenciando los resultados a través de una organización flexible y eficiente. Esta palanca es el músculo de nuestra ejecución. Se enfoca en un modelo operativo estratégico donde la responsabilidad (accountability) y la eficiencia en todo lo que hacemos son la norma. A través de una priorización dinámica y sistemas de recompensa vinculados a la creación de valor, actuamos como un solo equipo regional para asegurar que nuestra estrategia se traduzca en impactos reales y sostenibles.

Experiencia

Se trata de crear una experiencia irresistible en Softys, viviendo una cultura de máximo cuidado y alto desempeño, donde el propósito nos une y nos moviliza. Esta palanca impulsa una mentalidad de dueño y un compromiso por entender y servir a nuestros clientes y consumidores, apoyada en un entorno de trabajo conectado y ágil que fomente la conexión humana y el alto rendimiento

Avances de 2025

en nuestros pilares estratégicos

Para consolidar la gestión de personas como el motor que impulsa resultados y fortalece nuestra cultura, durante el 2025 dimos vida a una serie de programas e iniciativas que operan de forma integrada, creando un ecosistema que potencia el talento y asegura que cada acción contribuya directamente a nuestro propósito de negocio. Entre estas acciones destacaron:

01.

Construcción de un Powerhouse de Talento (Más Humanos)

Para potenciar el desarrollo integral de las personas y asegurar que la organización cuente con las capacidades necesarias para el presente y el futuro, concentramos nuestra labor en los siguientes focos estratégicos:

- **Desarrollo y sucesión**

Priorizamos el fortalecimiento del liderazgo y el despliegue de habilidades específicas, diseñando planes de sucesión para las posiciones críticas.

- **Gestión basada en habilidades**

Se continuó migrando hacia un modelo de "organización basada en habilidades", que brinda la flexibilidad y agilidad para gestionar el talento de forma dinámica.

- **Indicadores de excelencia:**

Fit to Role: aseguramos que contamos con la persona correcta, en la posición correcta, para cada desafío crítico.

Cobertura de sucesión: monitoreamos la continuidad de las posiciones críticas con sucesores identificados.

Gestión de Top Talents: garantizamos que nuestros talentos de alto potencial estén siempre considerados en los planes de sucesión y tengan planes de desarrollo.

Retención: cuidamos la permanencia de nuestro talento clave, midiendo con atención su compromiso y rotación.

Principales logros

Fit to Role	• Fit to Role de cargos críticos: 87% • Fit to Role de cargos críticos Comercial: 86% versus 79% en 2020.
Desarrollo de capacidades de consumo masivo	• 7.942 horas de formación en 2024 y 13.743 horas en 2025. • 435 personas cubiertas con los programas de la Academia Comercial.
Aceleración de sucesores	• 211 movimientos internos en niveles Professional y Management. • 14 movimientos internos en Comité Ejecutivo entre 2024 y 2025.
Planes de desarrollo integrales	• 788 planes de desarrollo activos. • 38 líderes comerciales en una ruta de desarrollo para acelerar su readiness.

Programas formativos impulsados bajo el eje “Talento”

Somos Softys	Iniciativa para conectar a todos los colaboradores con el negocio, los consumidores, las marcas y los puntos de venta. Busca fomentar una mentalidad de empresa de consumo masivo y generar un mayor sentido de propósito y pertenencia.
Softys Next Generation	Programa de desarrollo y seguimiento de 12 meses para los Top Talents de las nuevas generaciones. Su objetivo es acelerar el desarrollo y retener al talento joven de alto potencial.
Soy Ventas	Programas de capacitación y acompañamiento para funciones de ventas y para el desarrollo de liderazgo en toda la organización. Apuntan a fortalecer capacidades críticas y alinear las formas de trabajo y liderazgo a la cultura Softys.
Fire up Leaders	Programa piloto de coaching y seguimiento para líderes que buscan mejorar sus resultados en la encuesta de experiencia. Se desarrolla las habilidades de los líderes para mejorar el clima y la conexión con sus equipos, desde un enfoque positivo.
Soy Líder Softys	Es el marco fundamental para el desarrollo del liderazgo en toda nuestra organización. Entrega las herramientas necesarias para vivir el Buen Cuidado, alineando a nuestros líderes con la cultura Soy Softys "Más Humanos, Más Ágiles y Más Impacto". Desarrollando líderes que inspiren, desarrollen talento y que construyan entornos de confianza y alto desempeño.

Promedio de horas de aprendizaje en el año por persona

Alta gerencia	Hombres	111,52	Fuerza de venta	Hombres	60,81	Otros técnicos	Hombres	50,07
	Mujeres	86,59		Mujeres	65,21		Mujeres	52,80
	Total	99,05		Total	63,01		Total	51,44
Gerencia	Hombres	95,11	Administrativo	Hombres	50,20	Auxiliar	Hombres	51,00
	Mujeres	95,06		Mujeres	54,05		Mujeres	50,92
	Total	95,09		Total	52,13		Total	50,96
Jefatura	Hombres	73,40	Otros profesionales	Hombres	61,52	Operario	Hombres	49,77
	Mujeres	82,59		Mujeres	67,12		Mujeres	48,87
	Total	77,99		Total	64,32		Total	49,32
PROMEDIO HORAS DE APRENDIZAJE ANUAL								
Hombres			Mujeres			Total		
67,04			67,02			67,03		



Soy Ventas



Lo que más rescato es haber alineado a todos los países bajo el nuevo Modelo Operativo Comercial, con el consumidor como centro y la disciplina como base. Ser parte del equipo de liderazgo me permitió compartir conocimientos valiosos: aunque somos mercados distintos, los procesos nos unen. Ha sido una experiencia enriquecedora que me hace sentir más que nunca que en Softys, todos Somos Ventas y evolucionamos juntos para satisfacer a nuestro consumidor".

Eliana Machuca, Jefa de Revenue Management, Colec.

Softys Next Generation



Ser parte de Next Generation me aportó crecimiento personal y profesional, brindándome herramientas y conocimientos clave para mi rol. Además, haber sido seleccionada fue un gran reconocimiento que me motiva a seguir asumiendo nuevos retos, dando siempre lo mejor de mí".

Gabriela Galindo, Gerenta Mercadotecnia PC, México.

02.

Experiencia del Colaborador (Más Ágiles)

Con la finalidad de consolidar un entorno que inspire bienestar, conexión y alto desempeño, durante 2025 impulsamos nuestra evolución hacia formas de trabajo más dinámicas a través de los siguientes focos:

Conexión humana y workplace

Continuamos fortaleciendo el vínculo entre nuestros equipos mediante Softys Place, un concepto de espacio de trabajo diseñado para potenciar la colaboración, la concentración y la celebración. Bajo este estándar, inauguramos con orgullo nuestras nuevas oficinas en Bogotá y São Paulo.

Cultura y agilidad operativa

Nuestra gestión de personas es el motor que acompaña la implementación de proyectos estratégicos del negocio integrando metodologías ágiles y transformando las rutinas en hábitos de alta eficiencia. Este esfuerzo se ve potenciado por nuestro marco cultural Soy Softys: más humanos, más ágiles, más impacto.

"Algo que me encantó presenciar fue lo que pasó en la Convención de Ventas de Brasil. Fue increíble ver cómo el equipo ya no solo repetía el eslogan, sino que en la presentación de sus planes hicieron propio el "Más humanos, Más ágiles y Más impacto". Ellos presentaron primero "Más humanos" explicando cómo armaron sus equipos, cómo se la jugaron por abrir nuevos canales y cómo cuidaron a su gente primero. Luego, en "Más ágiles" y "Más impacto", mostraron los planes de cómo ejecutaron y los resultados. Ahí es donde te das cuenta de que todo esto "hizo click". Ya no es "el lenguaje de la empresa", es la forma en que el equipo vive y trabaja todos los días. Ver que la cultura ya les hace sentido para explicar sus propios éxitos es la mejor prueba de que vamos por el camino correcto." **Maye Alessandrini**, Directora Corporativa Personas y Organización.

Liderazgo y clima laboral

El clima de nuestros equipos es prioridad, y los resultados de la encuesta Gallup (ver recuadro) confirman que el trabajo intenso con nuestros líderes está dando frutos. No solo mejoramos los indicadores, sino que fortalecemos el vínculo humano. En este camino, "Fire Up Leaders" ha sido clave: un programa de coaching diseñado para transformar desafíos en oportunidades. Con un enfoque positivo, acompañamos a los líderes a potenciar sus habilidades de gestión, logrando que sus equipos pasen de la desconexión al compromiso. Porque en Softys, liderar es, ante todo, cuidar.

"Esta experiencia fue una pausa consciente fundamental. Me permitió evaluar nuestro entorno y descubrir qué áreas necesitan más colaboración. Gracias a la encuesta, hoy tengo una visión más clara de los impulsores de nuestra productividad, como el reconocimiento y las herramientas adecuadas. Fue un proceso fluido y revelador que logró alinear mis expectativas personales con los objetivos de la organización", comentó **Veronica Cardenas**, Finance Business Partner Comercial, Colec.

Reconocimiento

A través del programa transversal "Bravo", buscamos consolidar una cultura de celebración y reconocimiento como parte de nuestra esencia. Esta es una práctica que seguiremos fortaleciendo en los próximos años, porque sabemos que reconocer el valor de nuestra gente es la mejor forma de inspirarnos a ir por más.



Encuesta Gallup

Elevamos a 4,03 nuestro puntaje global en la Encuesta Gallup. Esta es una herramienta que nos permite medir la Satisfacción, el Compromiso y la Identidad entre nuestros colaboradores. Algunos de los principales resultados:

Tasa Participación

FECHA	01-31 ago
TOTAL ENCUESTADOS	13.848 de 14.708
SOFTYS 2025	94%
SOFTYS 2024	93%
SOFTYS 2023	91%
2025 Gallup 84%	

2025 compromiso

SOFTYS 2025	4.03	P60
SOFTYS 2024	3.92	P44
SOFTYS 2023	3.86	P35

Crecimos

+0,11pp
VERSUS 2024

Superamos
la meta 2025

+0,10

Crecimiento destacado del mercado es 0,10

P60°

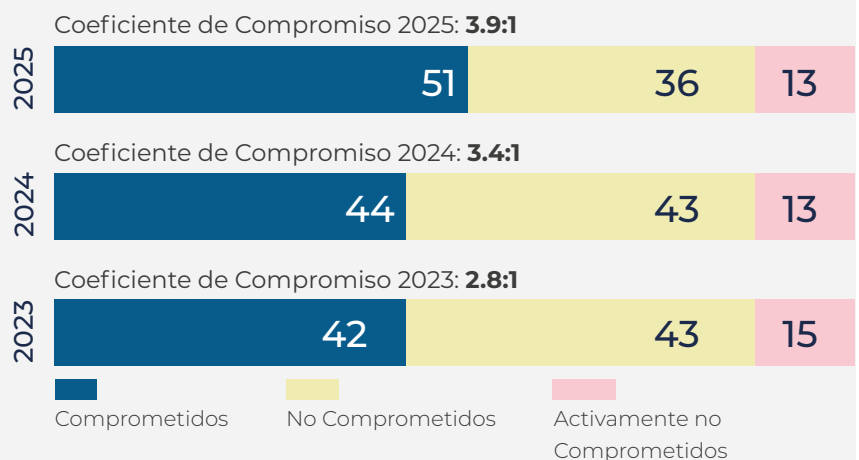
BUEN CUIDADO

+16

VERSUS 2024

Percentil empresa

Índice de compromiso



Crecimos

+0,07

Colaboradores comprometidos vs 2024

Media de
compromiso

+0,51

significativamente mayor al 2024

o3.

Organización eficiente ("Más Impacto")

Para asegurar que nuestra estrategia se ejecute con precisión y velocidad, en 2025 nos enfocamos en crear modelos operativos que aseguren la eficiencia, la claridad y la alineación en toda la compañía. Nuestros ejes principales fueron:

Un solo Softys

Avanzamos en el diseño de modelos operativos homogéneos para áreas clave como Comercial, Operaciones, Finanzas, TI e Innovación. No buscamos solo estandarizar, sino derribar silos para operar como una sola compañía regional, unida y cohesionada.

Claridad y gestión del cambio

Los nuevos modelos que desarrollamos ordenan la operación, definen roles y responsabilidades, establecen dónde se alojan las decisiones clave y estructuran los foros de decisión ágiles y los nodos de interacción entre el corporativo y los países. En este apartado, un hito relevante fue la implementación del proceso IBP, que nos permitió clarificar la gobernanza en Supply Chain.

Respecto de la implementación de IBP, **Max Novotny, Director Regional de Supply Chain**, quien lidera el proyecto nos comenta: "El proceso confirmó el alto nivel de compromiso y excelencia de los equipos, así como su capacidad para adaptarse y construir nuevas formas de trabajo. Vimos valentía en el liderazgo para enfrentar transformaciones profundas en procesos, personas y herramientas, y una fuerte capacidad de aprendizaje para asumir nuevas responsabilidades y comprender el impacto de cada etapa del IBP."

Eficiencia

Nuestro trabajo en diseño organizacional nos permitió tomar decisiones inteligentes sobre centralización, perfiles necesarios para el futuro y diseño de estructuras, lo que significó avanzar hacia una operación más transparente y eficiente y poder asignar al talento donde se genera el mayor valor para el negocio.

Principales iniciativas:



Instancia para desarrollar habilidades, compartir conocimientos y fortalecer la agilidad operativa a través de metodologías para el rol de Scrum Master y Agile Coach.
· 255 personas formadas



Células de aceleración de proyectos multipaís, multifunción, con metodología Agile diseñadas para identificar y capturar rápidamente oportunidades de valor (pockets of value).
· 859 participantes.



Proyecto estratégico de transformación para implementar el proceso IBP para asegurar una planificación integrada, ágil y alineada entre todas las áreas del negocio.
· 159 participantes.



Iniciativa para la autogestión digital, cuyo objetivo es habilitar nuestro Ecosistema Ágil a través de una experiencia integrada de gestión de personas.
· 65 participantes.



Nuestro objetivo es llegar a
operar como "un solo Softys".

Dotación por sexo y categoría laboral

CATEGORÍA	HOMBRE	MUJER	TOTAL	% HOMBRE	% MUJER
Alta Gerencia	37	21	58	63,79%	36,21%
Gerencia	125	55	180	69,44%	30,56%
Jefatura	260	155	415	62,65%	37,35%
Fuerza de venta	634	590	1.224	51,80%	48,20%
Administrativo	325	180	505	64,36%	35,64%
Otros profesionales	2.365	1.595	3.960	59,72%	40,28%
Otros técnicos	1.902	644	2.546	74,71%	25,29%
Auxiliar	2.544	721	3.265	77,92%	22,08%
Operario	3.095	668	3.763	82,25%	17,75%
Total	11.287	4.629	15.916	70,92%	29,08%

Dotación por tipo de contrato

CONTRATO A TÉRMINO INDEFINIDO	MUJERES 4.366	HOMBRES 10.780	TOTAL 15.146
	% MUJERES POR TIPO DE CONTRATO 94,32%	% HOMBRES POR TIPO DE CONTRATO 95,51%	% DOTACIÓN POR TIPO DE CONTRATO 95,16%
CONTRATO A PLAZO FIJO	MUJERES 263	HOMBRES 507	TOTAL 770
	% MUJERES POR TIPO DE CONTRATO 5,98%	% HOMBRES POR TIPO DE CONTRATO 4,49%	% DOTACIÓN POR TIPO DE CONTRATO 4,84%
TOTAL	MUJERES 4.629	HOMBRES 11.287	TOTAL 15.916

Dotación por adaptabilidad laboral

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
JORNADA MEDIA	17	41	58
JORNADA COMPLETA	11.270	4.588	15.858
TOTAL	11.287	4.629	15.916
Acogidos a adaptabilidad laboral, pactos de adaptabilidad para trabajadores con responsabilidades familiares y con bandas de horas para personas que tengan al cuidado niños o niñas de hasta 12 años (Chile).			
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
ACOGIDOS A TELETRABAJO A TIEMPO PARCIAL	858	963	1.821
ACOGIDOS A TELETRABAJO A TIEMPO COMPLETO	0	0	0
SIN ADAPTABILIDAD	10.426	3.645	14.071
TOTAL	11.287	4.629	15.916

Postnatal

PAÍS / GÉNERO	DERECHO A POSTNATAL			USO DEL POSTNATAL		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Argentina	3	13	16	3	13	16
Brasil	133	47	180	133	47	180
Chile	0	44	44	0	44	44
Colombia	21	13	34	21	13	34
Ecuador	0	4	4	0	4	4
México	2	39	41	2	39	41
Perú	31	21	52	31	21	52
Uruguay	0	6	6	0	6	6
Total	190	187	377	190	187	377

Copa Softys

COLEC, ahora sí que sí



Un poco de historia

Muchos tenían entre sus firmes candidatos para obtener la Copa Softys del año 2024 a COLEC. Los comentarios de pasillo, cerca de las cafeteras, los daban como un posible ganador. No queda duda de que méritos no les faltaban. Pero Argentina en 2024 estaba en un año plagado de triunfos, y el equipo del Río de la Plata supo imponerse tal como lo hizo en la Copa América de Fútbol.

Esa tarde, de digna y sana derrota en Gachancipá, tuvo un sabor algo amargo, pero Eduardo Arcos, Director de COLEC, tomó la palabra rápidamente y pidió caras alegres y mantener la fuerza por lograr el triunfo en 2025.

Y así fue. Este año volvieron las especulaciones de rigor. Alzaron fuertes candidaturas Sepac, de la mano de sus extraordinarios resultados en un entorno muy complejo, así como Uruguay y Chile, demostrando solidez en 360°. Pero la Copa era para COLEC y se reconoció como un triunfo merecido, luchando hasta el último minuto de juego.

Años atrás los resultados de este cluster no eran los mejores y se ideó un completo plan que generó un turnover que se veía difícil y hoy, es una realidad. La rentabilidad del negocio se unió a una disciplina operativa constante y apalancada en procesos innovadores, como el blanqueo oxidativo, reducción



de uso de agua y categoría platino en “Basura Cero”, dimensiones de sostenibilidad que también destacaron. Ello además, de la mano de excelentes resultados en la encuesta de experiencia Gallup. Un año redondo.

El proceso de entrega de la Copa, como siempre, estuvo cargado de sorpresa y emoción. El equipo de COLEC ignoraba que Gonzalo Darraidou, Maye Alessandrini y Rafael Schmidt habían viajado de incógnito para entregar el preciado trofeo. En el equipo de COLEC solo una persona sabía del triunfo. Se trata de Ximena Mora, quien nos comentó: “Para garantizar que nadie se diera cuenta que estaban Gonzalo, Maye y Rafa, los tuvimos que subir al ascensor de carga. Gonzalo bromeaba diciendo que habían pasado a ser meros bultos: bulto 1, bulto 2 y bulto 3... Fue un proceso emocionante y muy desafiante para que nadie se enterara de esta sorpresa”

Al recibir la Copa, Eduardo Arcos leyó un discurso que tenía preparado, porque tenía fe. La convicción del trabajo bien hecho. El Director de COLEC comentó “Este es un gran reconocimiento que nos llena de orgullo y motivación. Quiero agradecer y reconocer a los más de 900 colaboradores de Softys COLEC, que día a día entregan siempre su mejor esfuerzo e independiente de los desafíos siguen adelante con dedicación y compromiso. Es un gran logro para un gran equipo”. Luego un grupo folklórico local cantó un ballenato especialmente compuesto para la ocasión y el baile se impuso.

La Copa Softys sigue año a año fortaleciéndose como un signo muy nuestro. Un signo que representa lo mejor de lo que somos y que se persigue con fuerza y espíritu de sana competencia, mientras los equipos que no resultaron ganadores, desde el primer minuto, empiezan a soñar con lograr el triunfo el año que viene. Mientras COLEC sueña, sin duda, en mantener la copa en su casa. ¡Felicitaciones!

Mujeres que inspiran nuevas Líneas Rosa

Todo comenzó en 2024, con 18 colaboradoras. Fue en nuestra planta Valle de México, donde inauguramos nuestra primera “Línea Rosa”, operada en un cien por ciento por mujeres. Esta línea ha destacado por su eficiencia integral, manteniendo estándares superiores en asistencia, seguridad (días sin accidentes) y calidad en el desempeño.

Jetur Zacarias, operadora de la línea, comentó: “Lo más gratificante de trabajar con mujeres son las ganas, lo que se aprende día a día y el resultado de todo esto, producción”.

Siguiendo este camino, en el 2025, la Planta Altamira incorporó una segunda Línea Rosa con 12 operadoras. Estas acciones contribuyeron a que cumpliéramos nuestra meta de aumentar en un 50% la proporción de mujeres en la dotación al 2025. Hemos cumplido la meta con éxito y esto no queda solo en promesas y números. Seguiremos trabajando por impulsar la equidad en nuestros equipos.

Para las operadoras de la línea ha sido gratificante poder trabajar entre mujeres. Para Dina Flores, operadora de la Línea Rosa, existe comprensión y apoyo entre ellas. Además, es importante para ella destacar que es un mito que el trabajo mecánico solo sea para hombres y que las mujeres no puedan realizar trabajos pesados.



En el caso de la operadora Paloma González, si tuviera una hija, le gustaría que estuviera en una línea de mujeres para que viva la experiencia y no piense que las mujeres no pueden por no tener la suficiente fuerza.

Pero no solo México ha implementado esta iniciativa; Softys Sepac, en agosto del 2025, abrió su primera Línea Rosa, en que los cuatro turnos de trabajo son operados exclusivamente por mujeres. Tuvo tal éxito y excelentes resultados operativos, que llevó a abrir rápidamente una segunda Línea Rosa en la Planta Mallet, lo que es un orgullo por el compromiso y dedicación que se pone en el día a día.

La apertura de estas líneas en México y Sepac reafirma que las mujeres poseen la capacidad y el liderazgo para dominar cualquier rol operativo. Esto consolida el talento femenino como un motor de excelencia, destacando la colaboración entre ellas y la pasión por su trabajo.

Iniciativas impulsadas

Movilidad interna

527

PROMOCIONES

539

MAPEADAS EN
SUCESIÓN

Participación en proyectos estratégicos

49,5%

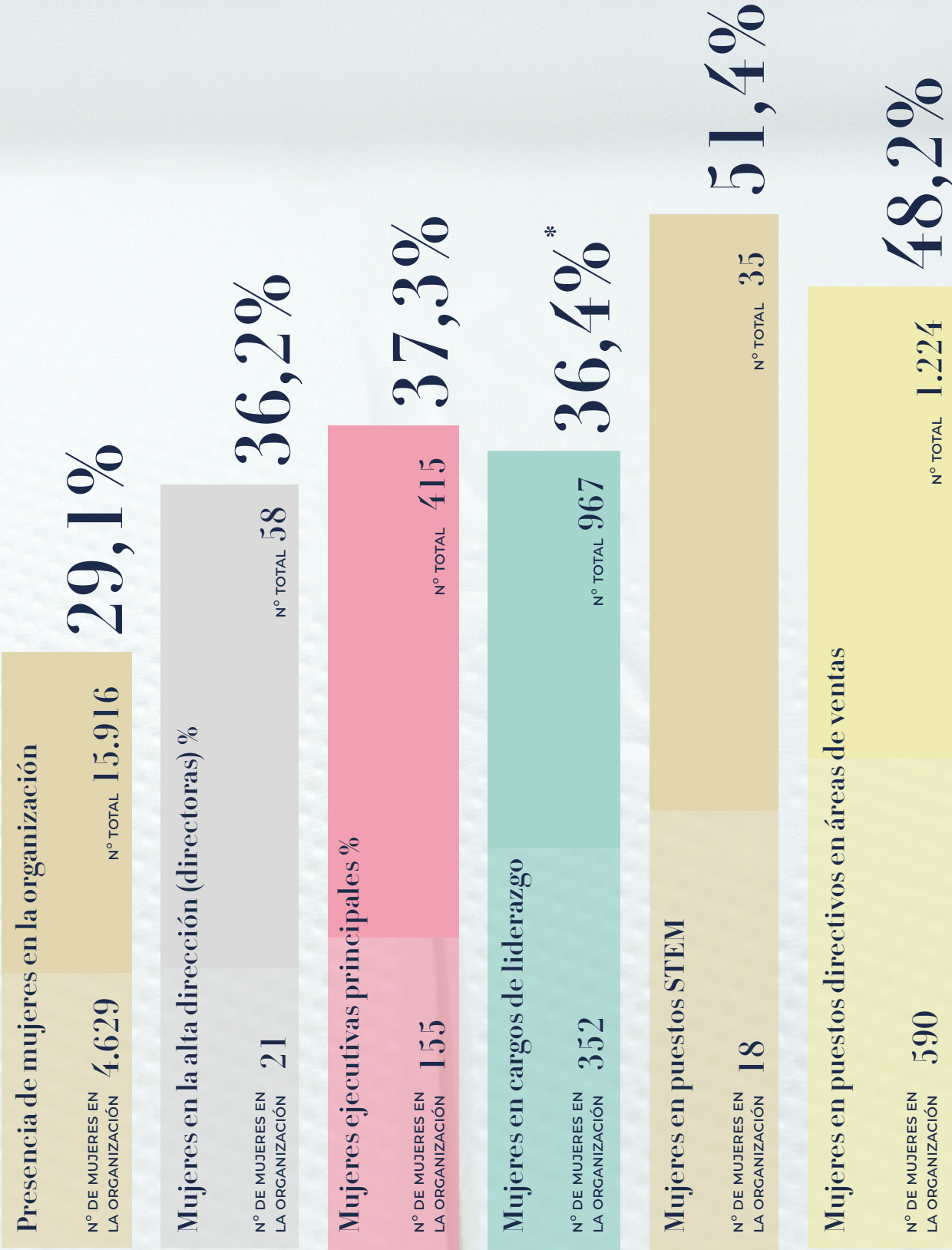
MUJERES EN LOS PROYECTOS
RUBIK, EMPOWER Y SAP4FUTURE



||

Me siento muy feliz y agradecido por la confianza y el reconocimiento al asumir el cargo de Gerente de PMO. Este nuevo reto representa la oportunidad de estructurar un área que genere valor real para el negocio, con gobernanza, agilidad y simplicidad. Quiero contribuir a que la PMO sea un centro de referencia y colaboración, apoyando a Softys en la ejecución de proyectos estratégicos con mayor claridad, excelencia y propósito", concluyó **Rita María García de Carvalho, Gerente de PMO.** Anteriormente, trabajó en nuestra fábrica de Caieiras como Jefe de Proyectos de Logística

Mujeres en la organización



*En Softys, consideramos cargos de liderazgo desde jefaturas hacia arriba.

META: AUMENTAR EN UN 50% LA PROPORCIÓN DE MUJERES EN LA DOTACIÓN AL 2025



META: AUMENTAR EN UN 50% LA PROPORCIÓN DE MUJERES EN POSICIONES DE LIDERAZGO AL 2025



Personas con discapacidad

NÚMERO DE PERSONAS
CON DISCAPACIDAD

254

2023

1,8%

333

2024

2,3%

402

2025

meta de 2,5%

2,5%

cumplimiento del 100%

Iniciativas impulsadas

Alianzas
EXTERNAS

Talleres
DE SENSIBILIZACIÓN

Herramientas
Y HABILITACIÓN EN SEÑAS

Accesibilidad
RAMPAS, SEÑALÉTICA,
ALARMAS Y SENSORES

Procesos
DE SELECCIÓN GUIADOS
POR EXPERTOS

Cultura inclusiva: **Todos los días, todos son aporte**

**En el corazón de Softys, la
inclusión no solo se vive en
hitos aislados, sino que en
los momentos cotidianos.**

Es algo tan fundamental como ofrecer oficinas accesibles o participar de una reunión donde todas las voces cuentan. Es, por supuesto, la sinergia que nos impulsa a crecer.

En nuestra compañía, la inclusión es un pilar fundamental de nuestra cultura. **Paola Maguiña, asistente administrativa, Perú**, nos cuenta que ha logrado desenvolverse sin barreras tanto en plantas como en oficinas administrativas. Para ella, el apoyo de su equipo y un entorno diseñado para la accesibilidad son fundamentales; saber exactamente qué se espera de su rol le permite dar lo mejor de sí y cumplir sus metas cada día. La inclusión es una realidad tangible en su equipo, y Paola la vive plenamente en cada espacio de integración, reunión



y actividad corporativa. Al respecto, ella destaca: “Más que participar, percibo que mi aporte es considerado clave para que estas propuestas se desarrollen de manera efectiva. Existe una libertad real para expresar mis ideas, lo que refuerza no solo mi sentido de pertenencia, sino también la confianza mutua y mi papel activo dentro del equipo”.

Si bien hemos avanzado en materia de inclusión, queremos que este valor sea parte esencial de nuestra identidad. Al respecto, Paola sugiere potenciar las alianzas con organizaciones expertas para incorporar mejores prácticas y fortalecer continuamente nuestro camino hacia una verdadera inclusión.

Charla: Hablemos de discapacidad

Para consolidar un entorno laboral más inclusivo, el equipo de colaboradores de la Planta Altamira en México participó en una jornada de capacitación enfocada en promover una cultura de diversidad e inclusión.

Esta iniciativa busca sensibilizar al personal sobre la importancia de la equidad y el respeto mutuo,

eliminando barreras y fortaleciendo los valores organizacionales dentro de la operación. A través de este proceso de formación, se fomenta la creación de espacios de trabajo que aseguren la plena integración y el desarrollo de todas las personas, contribuyendo así a un ambiente profesional más humano.

Salud y seguridad

Prevenir y mejorar



El compromiso con el cuidado de las personas se materializa, en primera instancia, en la creación de entornos de trabajo seguros y saludables.

En Softys, nuestro objetivo prioritario es asegurar que cada colaborador desempeñe sus funciones sin riesgos de accidentes, pues la seguridad es una condición esencial para el desarrollo de nuestro talento. Con esta finalidad:

Priorizamos la entrega sistemática de capacitación, del equipamiento adecuado y la infraestructura necesaria que exige una operación protegida.

Actualizamos de manera permanente nuestras políticas y procedimientos en salud y seguridad, para mantener una gobernanza alineada con los más altos estándares internacionales en estas materias.



KPI relacionada con Índice
de Frecuencia.

Meta 2028
1,0

VAMOS EN:
1,52

Resumen del desempeño de Softys en Salud y Seguridad en cifras

INDICADOR	2025
INDICADORES BASE	
Horas trabajadas	30.957.897
Dotación promedio	13.315
Días perdidos por accidente	3.304
Promedio de días perdidos	70
FATALIDADES	
Número de fatalidades	0
Tasa de fatalidades	0
ACCIDENTES	
Número de accidentes sin tiempo perdido	198
Número de accidentes con tiempo perdido	47
Tasa de accidentabilidad	0,35
Tasa de siniestralidad	24,81
Índice de frecuencia (TRIF/TRIR)	1,52
Índice de gravedad	106,73
ENFERMEDADES PROFESIONALES	
Enfermedades profesionales nuevas	1
Enfermedades profesionales antiguas	14
Total de enfermedades profesionales	15
Tasa enfermedades profesionales	0,008

Nuevo enfoque preventivo

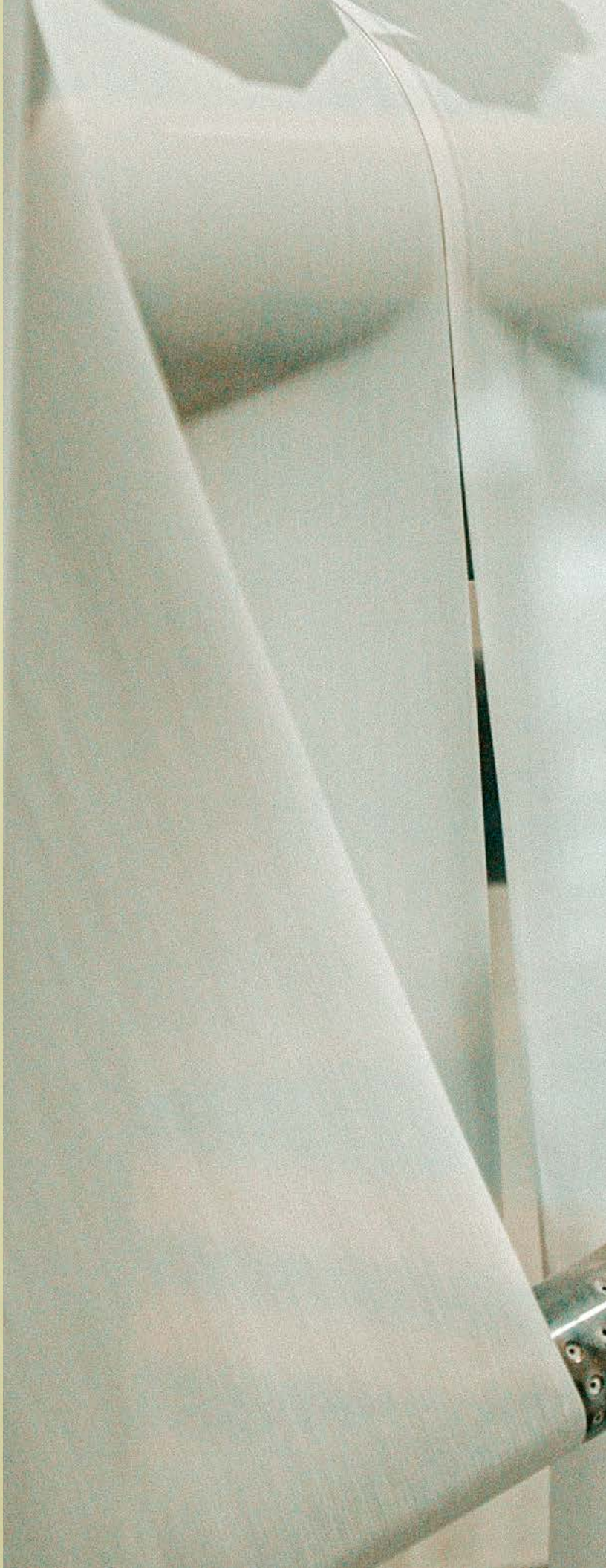
En Softys promovemos una gestión proactiva que busca anticipar y controlar los riesgos con potencial de consecuencias severas.

En esa línea, durante 2025, uno de nuestros principales avances fue el reemplazo de la filosofía de “Cero accidentes” por un enfoque centrado en los conceptos de “Cero fatalidades y Cero accidentes graves”.

En el segundo semestre de 2025, esta nueva visión corporativa se tradujo en la **actualización de la Política de Seguridad, Salud Ocupacional y Medioambiente de Softys**.

Con el objetivo de “fomentar y construir una cultura de cuidado y responsabilidad compartida, donde la vida y la integridad de las personas son valores intransables para nuestra organización”, este documento define como sus principales focos estratégicos:

- **Promover la participación activa** de nuestros colaboradores, contratistas y visitantes.
- **Proporcionar lugares de trabajo saludables y seguros**, previniendo las lesiones y el deterioro de la salud.
- **Impulsar una gestión del riesgo efectiva**, con foco en la eliminación de lesiones graves y fatales.
- **Fortalecer una cultura de cuidado** que prioriza la vida y el bienestar de todos.



Actualizamos el Sistema de Gestión de Seguridad y Medioambiente (SHE)

Como resultado de este análisis, también modificamos el enfoque de algunos de los programas de seguridad ya establecidos, que pasaron a abordarse desde un nivel de implementación a otro de maduración y profundización. Por ejemplo:

- **Programa "Softys más Seguro":** enfocado en comportamiento, liderazgo y prevención de incendios, este plan transitó desde su objetivo inicial de "instalar la disciplina", para asegurar que el liderazgo cumpliera con una frecuencia y número definido de actividades (caminatas, charlas, observaciones), al desafío de "fortalecer o aumentar la calidad de las actividades".
- **Sistema de Alerta "Tarjeta Verde":** Diseñado para identificar condiciones inseguras en todas nuestras áreas operacionales, este sistema evolucionó en 2025 hacia un enfoque centrado en la calidad y velocidad de resolución. Bajo esta nueva mirada,

el indicador clave que se revisará mensualmente con los gerentes de operaciones en el "Team Central" será el porcentaje de cierre de hallazgos y la identificación de barreras críticas. Por su parte, la gestión detallada de cada notificación continuará bajo la responsabilidad local de cada planta.

"Las tarjetas verdes son una de las principales herramientas preventivas de nuestra gestión de seguridad. A través de ellas, cualquier colaborador puede reportar condiciones inseguras de distinta gravedad, promoviendo una participación activa y permanente en la identificación de riesgos dentro de la planta. En la práctica, esto va desde la detección de situaciones críticas, como la falta de una protección en un equipo, hasta condiciones simples pero relevantes, como un escalón sin la señalización adecuada, que una vez reportado puede corregirse rápidamente y evitar una lesión", explicó **Santiago Glardello, Jefe de Seguridad y Medioambiente de Softys Uruguay**.



Esta revisión de carácter integral consideró cambios en los tres niveles del Sistema de Gestión de Seguridad y Medioambiente:

01

Estándares Centrales (Sistema de Gestión)

Se realizaron modificaciones principalmente en lo relacionado con la reportabilidad y el flujo de los eventos.

02

Estándares de Procesos Críticos

Se revisaron todos los estándares críticos, como los de trabajos en altura.

03

Estándares de Sistemas de Trabajo Seguro

Se actualizó el estándar relacionado con el almacenamiento.



Capacitación y campañas de sensibilización

En el contexto de la actualización del Sistema de Seguridad y Medioambiente, en 2025, nos propusimos desarrollar programas de capacitación para los colaboradores en el ámbito preventivo y del autocuidado.

Como parte de esta labor, impulsamos las siguientes acciones:

- **Acelerador para pilar TPM:** implementamos un "acelerador" o "puesta a punto" para el pilar de Seguridad y Medioambiente del sistema de gestión TPM (Total Performance Management), que se encontraba rezagado. Esta estrategia culminó en un evento en el que los representantes de todas las plantas y países se reunieron para actualizar formatos, herramientas de auditoría y recibir una alineación metodológica por parte de una consultora externa.

- **Playbook de Conversaciones Efectivas:** relanzamos el "Playbook de las conversaciones efectivas y más seguras". Este es un manual desarrollado internamente para facilitar y fortalecer el modelo de comunicación y conversación del liderazgo en temas de seguridad, aplicable a todos los niveles, desde jefes de línea hasta gerentes de planta.
- **Entrenamiento en Lesiones Graves y Fatales (LGF):** reforzamos la capacitación a líderes en todos los sitios para la detección y gestión de potenciales situaciones que pudieran derivar en lesiones graves o fatales.

Específicamente, durante el segundo semestre incorporamos una nueva iniciativa de entrenamiento dirigida a gerentes de Operaciones y gerentes de Supply así como a sus reportes directos. El foco de esta capacitación es la identificación y gestión preventiva de potenciales eventos o accidentes con consecuencias graves o fatales.



Tenemos tarea

Los esfuerzos en prevención de accidentes no pueden cesar. Es una manifestación esencial de nuestro propósito de cuidado a las personas. Nuestras metas y foco consiste en la reducción de potenciales eventos fatales, fortaleciendo la identificación anticipada de riesgos críticos antes de que se materialicen en cuasi accidentes o incidentes.

Luego, el Control de Energías Peligrosas y la Implementación del Pilar SHE en TPM, para integrar la Seguridad, la Salud y el Medioambiente a la excelencia operacional, desarrollando operarios autónomos y disciplinados capaces de identificar y controlar riesgos en su trabajo diario.



Capacitación en Salud y Seguridad en cifras

TOTAL DE PERSONAS CAPACITADAS

AÑO 2025

12.305

% DE LA DOTACIÓN
CAPACITADA

95%

HORAS PROMEDIO
DE CAPACITACIÓN
POR PERSONAS

27

Gestión de contratistas

Cuidar es proteger a todos

Contamos con un procedimiento de gestión de contratistas que garantiza que el personal externo cumpla con los mismos estándares de salud y seguridad que nuestros propios colaboradores. En Softys, la protección es igual para todos quienes integran nuestra operación.

Este sistema define los siguientes procesos:

- **Precalificación:** las empresas contratistas deben pasar por un proceso de precalificación en materia de seguridad para participar en licitaciones.
- **Verificación:** se exige y verifica que el personal contratista esté debidamente entrenado y capacitado antes de iniciar sus labores.
- **Inducción:** todos los contratistas reciben nuestra inducción corporativa de seguridad.

En relación al lamentable accidente fatal que ocurrió en la Planta Piraí, tras un riguroso análisis de causalidad, se determinó que el evento derivó de un incumplimiento de los protocolos de seguridad vigentes. Ante este hecho, Softys activó de inmediato un plan estratégico de respuesta que incluyó las siguientes acciones:

01

Foco en Lesiones Graves y Fatales (LGF).

02

Cambio de Impronta en el Liderazgo.

03

Aumento de la Calidad de las Actividades.

04

"Call to Action".



Resumen del desempeño de Contratistas en Salud y Seguridad en cifras

INDICADOR	2025
INDICADORES BASE	
Horas trabajadas	15.019.591
Días perdidos por accidente	6.457
Promedio de días perdidos por accidentes	587
FATALIDADES	
Número de fatalidades	1
Tasa de fatalidades	11,1
ACCIDENTES	
Tasa de accidentabilidad	0,12
Tasa de siniestralidad	71,69
Índice de frecuencia (TRIF/TRIR)	0,73
Índice de gravedad	430



Integridad y cumplimiento

Hacer lo correcto, siempre



La conducta íntegra y el respeto irrestricto de las normativas forman parte esencial de nuestra identidad corporativa y representan los pilares sobre los que buscamos construir relaciones de confianza sólidas y duraderas con nuestros grupos de interés.

Para promover y profundizar estos principios, en Softys impulsamos el Programa de Integridad y Cumplimiento "Haz lo Correcto". Con esta iniciativa, nuestro objetivo es instalar en la compañía una cultura de cuidado, respeto y probidad, consistente con nuestros valores y alineada con los más exigentes estándares de conducta empresarial.

Avances del Programa de Integridad y Cumplimiento en 2025

01. *Gestión ética*

En sintonía con la primera meta sobre integridad y cumplimiento contenida en la Estrategia de Sostenibilidad, (El 100% de colaboradores adherirán formalmente al Código de Ética de Softys). Durante el último año, logramos difundir exitosamente nuestro Código de Ética en los ocho países en los que operamos. Cabe consignar que este documento lo reelaboramos en 2024 con una línea gráfica alineada a nuestra nueva identidad corporativa para reforzar la identificación de los colaboradores con sus directrices. El lanzamiento lo complementamos con comunicados internos y con capacitaciones sobre conducta ética especialmente dirigidas a los operarios de planta. Estos cursos se desarrollan en el marco del plan anual que impulsamos para difundir nuestra línea de denuncias. En 2025, este programa de sensibilización se desplegó con una estrategia que también apuntó al fortalecimiento de capacidades.

Como parte de este trabajo, llevamos a cabo campañas de sensibilización regionales, que consideraron información específica relacionada con la Ley Karin en Chile, que previene y sanciona el acoso sexual, el acoso laboral y la violencia en el trabajo. Este enfoque permitió elevar las denuncias recibidas en los últimos 12 meses a través de esta línea de comunicación.

Para gestionar este volumen de notificaciones y estandarizar la calidad de las respuestas, también pusimos en marcha un programa de capacitación dirigido a un equipo de investigadores internos en toda la región.

Logramos difundir exitosamente nuestro Código de Ética con un enfoque práctico en cada una de nuestras operaciones.

Objetivo

Estandarizar el proceso de investigación (diligencias, entrevistas y reportes) para asegurar que todos los casos, sin importar el país, se gestionen con el mismo estándar de calidad y permitan tomar decisiones informadas.

Talleres

Se realizaron talleres sobre investigaciones internas durante el año.

Equipos objetivos

Para que apoyen en las diligencias de investigación según la naturaleza del caso, capacitamos a personal de las siguientes áreas:

- **Personas & Organización:** para entrevistas y casos relacionados con la gestión de personas.
- **Control Interno:** para casos relacionados con fraude y revisión de sistemas internos.
- **Seguridad Patrimonial (México):** para investigaciones relacionadas con la seguridad y la protección de los activos.

Denuncias recibidas en 2025 según categoría

CATEGORÍAS	TOTAL DE DENUNCIA	CERRADAS			ABIERTAS En investigación
		NO ADMISIBLES	ADMISIBLE NO COMPROBADA	ADMISIBLE RESUELTA (total o parcialmente comprobada)	
Acoso laboral	52	2	27	18	5
Acoso sexual	19	2	7	7	3
Apropiación o uso indebido de recursos de la compañía	27	1	8	15	3
Comportamiento inadecuado	294	65	88	126	15
Conflicto de intereses	44	4	27	8	5
Discriminación	21	4	12	3	2
Histórico de denuncias por discriminación, amenazas, maltrato, violencia, represalias y/o por comportamiento inadecuado	1	0	1	0	0
Fraude	11	0	5	5	1
Lavado de activos o financiamiento del terrorismo/receptación	0	0	0	0	0
Libre competencia	0	0	0	0	0
Medioambiente	3	0	3	0	0
Salud y seguridad	19	0	13	5	1
Soborno y corrupción	25	0	12	3	10
Privacidad y protección de datos personales	1	0	0	1	0
Uso indebido de propiedad intelectual o industrial	2	0	0	1	1
Uso información privilegiada	3	1	1	0	1
Vecinos y comunidades	0	0	0	0	0
Violencia en el lugar de trabajo	5	0	1	4	0
Otros (materia no corresponde a la Línea)	99	99	0	0	0
TOTAL	626	178	205	196	47



02. *Libre Competencia*

En este ámbito destaca como principal hito del año la entrega en Chile del último reporte a la Fiscalía Nacional Económica (FNE) contemplado en la sentencia N° 160 que dictó el H. Tribunal de la Libre Competencia del país en 2017. Este paso dio por concluido el período de supervisión que debimos cumplir como compañía en los últimos cinco años.

Con todo, y de manera proactiva, nuestro Directorio decidió en 2025 continuar desarrollando voluntaria e indefinidamente dicho programa, y extenderlo a los ocho países donde tenemos operaciones, con los mismos estándares de exigencia normativos.

Como parte de esta iniciativa, a lo largo del año, seguimos impulsando las siguientes acciones:

- **Mejora continua a través de auditorías externas:** son diagnósticos externos que se aplican con la finalidad de asegurar la efectividad y evolución del programa, y para evitar que las políticas se vuelvan estáticas. Sus principales características son:

Periodicidad: este ejercicio se realiza de manera periódica.

Metodología: se contratan especialistas y expertos en libre competencia en cada uno de los ocho países para que realicen una revisión imparcial y profunda del programa local.

Resultados: las sugerencias y observaciones derivadas de estos informes de auditoría son la base para implementar un plan de mejora continua, con tareas específicas a nivel regional y local que ya se encuentran en ejecución.

- **Capacitación del Directorio y la Alta Dirección:** efectuamos una sesión especial de capacitación y revisión para el Directorio y la alta administración, cuyas particularidades fueron:

Formato: como todos los años, se realizó el tercer viernes de octubre y se extendió por una mañana.

Expertos de alto nivel: este año participaron en esta jornada expertos en libre competencia de renombre internacional, tal como ya lo mencionamos en este Reporte.

Contenido: la actividad incluyó una capacitación impartida por los especialistas y una revisión detallada de todos los indicadores del programa en sus distintas materias.



Desarrollamos voluntariamente un Programa de Integridad y Cumplimiento en los ocho países donde tenemos operaciones, bajo un mismo estándar.

Otros avances en libre competencia durante 2025:

Capacitación

En 2025, las capacitaciones en libre competencia cubrieron a un total de 1.802 colaboradores en la región, una cifra que representa un aumento sustancial en comparación con los alcances de años anteriores.

Cambios regulatorios

Pusimos especial énfasis en dar respuesta oportuna a los cambios relevantes que se registraron en la legislación de libre competencia en México, que incluyeron la creación de una nueva autoridad de competencia y la tipificación de nuevas conductas como anticompetitivas. El diagnóstico regional realizado previamente permitió preparar las adaptaciones necesarias para cumplir con el nuevo estándar.

La ruta "Haz lo Correcto" de Softys Perú

¿Existe algo mejor que aprender a través del juego? En julio de 2025 lanzamos el Modelo de Prevención de Delitos de Softys Perú, y tal como en el caso de Chile durante el año anterior, la actividad fue eminentemente práctica y centrada en las operaciones y la gestión cotidiana.

Un total de 428 personas fueron capacitadas en un proceso liderado por nuestra **Directora Legal en Perú Marita Egusquiza**, quien en base a actividades lúdicas como juegos interactivos y casos prácticos, recorrió todas las funciones y roles de Softys Perú, con un mensaje basado en la cultura de cumplimiento.

Además, dentro del mismo marco, se llevó a cabo una capacitación especialmente destinada a clientes y proveedores acerca de la primera sentencia penal a una persona jurídica en el Perú y un análisis del contexto latinoamericano. La exposición contó con ponencias de Mittsy Valenzuela, nuestra Gerente Regional de Compliance, y de los abogados especialistas Juan Diego Ugaz y Erick Palao.

Tenemos la convicción de que la integridad es una actividad conjunta y que no la construimos solos, sino en conjunto con nuestros aliados estratégicos.



Prevención del Delito y Cumplimiento Legal

Durante 2025, concluimos la adecuación de nuestros procesos y marcos normativos a la Ley de Delitos Económicos.

Fortalecimos simultáneamente el Modelo de Prevención de Delitos (MPD) en Chile, conforme a la legislación de dicho país. Como parte de este esfuerzo sistemático, desplegamos un programa integral de capacitación en Chile que alcanzó a más de 2.000 colaboradores, asegurando una cultura de cumplimiento sólida y focalizada.

Resumen del plan de capacitación en prevención de delitos

E-learning obligatorio

Desarrollamos un nuevo curso online obligatorio para todos los colaboradores a través de la plataforma "Mi Fibra".

Cápsulas para proveedores

Creamos entrenamientos específicos para proveedores de alto riesgo, como las empresas que nos representan ante terceros y proveedores de servicios de guardias de seguridad.

Talleres presenciales (3 ciclos)

- **Ciclo General:** realizado entre enero y marzo para todas las áreas.
- **Ciclo con experto externo:** contamos con la participación del ex fiscal Carlos Gajardo, quien expuso casos prácticos reales.
- **Ciclo por grupos de riesgo:** fueron talleres enfocados en áreas específicas, como Impuestos, Gestión de Personas (P&O), Medioambiente y Operaciones.

Otros hitos en prevención de delitos

01.

Implementación de Proyectos de Mejora:

Realizamos un seguimiento exhaustivo de los 70 proyectos definidos para robustecer nuestros controles internos. Asimismo, supervisamos las tres iniciativas remanentes a diciembre, cuya finalización está proyectada para marzo de 2026.

02.

Expansión del Modelo de Prevención del Delito a Perú:

Utilizando la misma metodología implementada en Chile, adaptamos y lanzamos el MPD en Perú en julio de 2025. Este modelo operará en un contexto legal similar al chileno, que identifica cerca de 30 delitos que pueden generar responsabilidad penal para las empresas. El lanzamiento del MDP en Perú incluyó una evaluación de riesgos a nivel local y la capacitación de más de 400 personas en las plantas que operamos en ese país, a través de formatos lúdicos con trivias.

03.

Gestión de denuncias y zonas de riesgo:

Durante 2025, no se registraron denuncias por incumplimiento de la normativa sobre delitos económicos. No obstante, el sistema capturó notificaciones relativas a "zonas de riesgo", principalmente sobre conflictos de interés con proveedores no gestionados oportunamente. La atención de estos casos permitió identificar áreas de mayor exposición y aplicar medidas preventivas para mitigar riesgos futuros.

Nuevos marcos internos en cumplimiento

En 2025, desarrollamos dos documentos clave para fortalecer nuestro marco normativo interno:

Nueva Política de Prevención de Delito: se publicó en abril y formalizó nuestro marco de actuación en esta materia.

Manual Práctico de Riesgos: se trata de una herramienta innovadora creada para hacer accesibles los riesgos del MPD a todos los colaboradores. Fue elaborada con el objetivo de transformar inventarios de riesgo en un documento comprensible y fácil de usar. Resultado de un proceso en el que se utilizó una metodología ágil y legal design, este documento se distingue por las siguientes particularidades:

- Tiene formato digital interactivo.
- Utiliza lenguaje sencillo y directo, sin tecnicismos.
- Es de fácil navegación, que permite moverse a través de diferentes familias de delitos (ambientales, libre competencia, etc.)

En 2025, este Manual se lanzó en Chile. Nuestro objetivo es adaptar su formato para replicarlo tanto en Perú; que cuenta con legislación al respecto y luego en los otros países de la región, considerando que muchos de los riesgos identificados tienen carácter transversal.

Cultura de Integridad:

Cómo traspasamos nuestros valores

Otro de los focos prioritarios de nuestra gestión ética en 2025 fue la consolidación y expansión de la cultura corporativa de integridad a través de un masivo esfuerzo de capacitación, la implementación de herramientas innovadoras y la integración efectiva de nuevas operaciones.

01.

Capacitación en integridad

En 2025, un total de 2.301 colaboradores participaron en nuestros Talleres Prácticos de Libre Competencia, mientras otros 3.228 asistieron a los ciclos sobre Probidad Corporativa y Modelo de Prevención de Delitos. Por su parte, 2.801 personas se capacitaron en Protección de Datos Personales.

Talleres Prácticos de Libre Competencia (Regional)	Este Ciclo de Talleres forma parte del currículum de formación del Programa de Integridad & Compliance de Softys. Cada año los colaboradores con alta responsabilidad ejecutiva, de administración y de toma de decisiones en materia comercial, deben recibir una capacitación comprensiva en materia de Libre Competencia, dictada por abogados especialistas en la materia (externos a la compañía).	Nº de participantes 2.301
Talleres Prácticos de Probidad Corporativa y Ética	Este Ciclo de Talleres busca concientizar sobre la Política de Integridad y Probidad Corporativa y el compromiso corporativo con la lucha global contra toda forma de corrupción y soborno.	Nº de participantes 1.552
Talleres Prácticos Modelo de Prevención de Delitos (Chile y Corporativo)	En 2025, se desarrollaron 3 ciclos relacionados con el Modelo de Prevención de Delitos. Uno general, otro práctico de análisis de casos reales de empresas sancionadas e investigadas y un tercero especial enfocado en riesgos específicos.	Nº de participantes 1.676
Protección de Datos Personales (Regional)	Capacitaciones relacionadas con la Protección de Datos Personales y curso e-learning de aplicación regional.	Nº de participantes 2.801

02.

Metas de Sostenibilidad

Durante 2025, avanzamos significativamente en las cuatro metas de sostenibilidad asociadas al pilar "Ser Mejores Juntos" de la Estrategia de Sostenibilidad.

100% de colaboradores adherirán formalmente al Código de Ética.

En 2025, el Código de Ética fue finalizado y difundido exitosamente:

- **Publicación:** se lanzó con un nuevo diseño en dos idiomas.
- **Difusión:** se distribuyó en los ocho países donde opera la empresa, reforzado con comunicados.
- **Capacitación:** se realizaron capacitaciones a nivel de operarios en las plantas sobre las materias del Código, aprovechando la instancia para difundir también la línea de denuncias.

Reducción de las denuncias de acoso sexual, acoso laboral y discriminación en las plantas.

Se implementaron acciones específicas que permitieron una reducción importante en las denuncias comprobadas de acoso.

- **Alcance:** la modalidad de obra de teatro se implementó en las plantas de Chile. En Argentina, también se realizaron acciones de difusión sobre acoso.
- **Capacitaciones a operarios:** se realizaron cursos enfocados en la prevención del acoso, entre los que destacaron los desarrollados en Chile, en donde se utilizó un formato innovador de obra de teatro para presentar casos cotidianos de manera lúdica y cercana, en línea con la Ley Karin.
- **Apoyo a líderes:** se ayudó a los líderes y colaboradores a distinguir entre un estilo de liderazgo o supervisión y una conducta de maltrato denunciable, con el fin de optimizar la gestión de los casos.

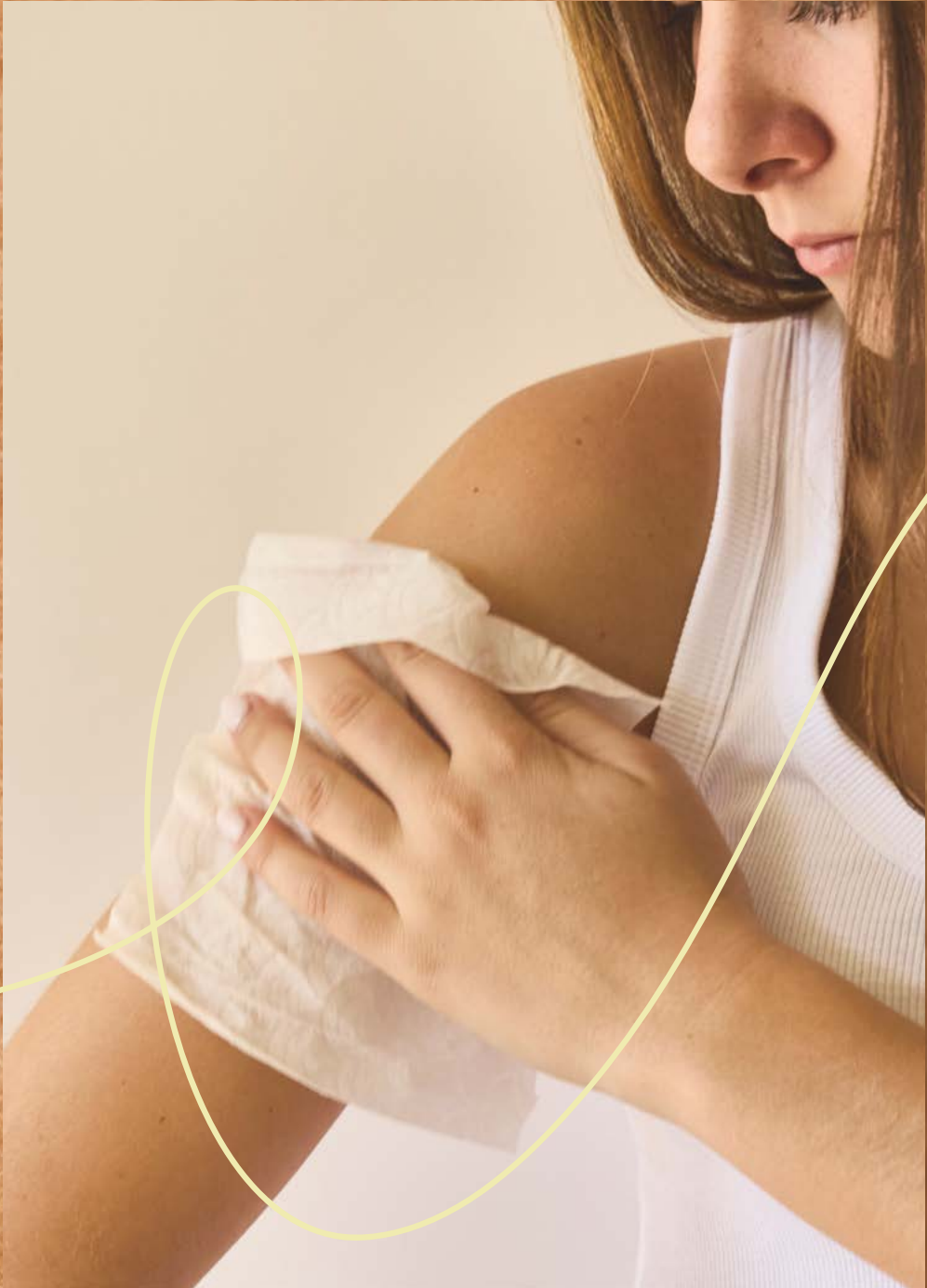
Softys contará con un análisis de debida diligencia en Derechos Humanos al 2028.

En 2025, se trabajó activamente en la creación de una Política Corporativa de Derechos Humanos.

- **Situación actual:** se está realizando un benchmark. El trabajo se basa en los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos, de Naciones Unidas.
- **Referencia:** se utiliza como base un assessment en derechos humanos realizado previamente con CMPC, que identificó los temas materiales y relevantes sobre los cuales la compañía debe hacer declaraciones.
- **Avances:** mientras se finaliza la política, se incluyeron declaraciones relevantes sobre derechos humanos en la versión 2.0 de la Política de Abastecimiento Responsable. Estos lineamientos abarcan trabajo infantil, trabajo forzado y condiciones laborales dignas en la cadena de suministro.

Anualmente, el 100% de la dotación administrativa y de jefes de operación será capacitado en integridad y cumplimiento.

- **Progreso:** se avanzó significativamente en esta línea.
- **Ciclo Final:** se lanzó el último ciclo de capacitaciones para los ocho países, cumpliendo con el 100% del compromiso. Este ciclo aborda temas como probidad, anticorrupción, conflictos de interés y política de regalos. El seguimiento del cumplimiento es constante y se reporta a los Comités de Sostenibilidad de cada filial.





O5

Apoyar a las comunidades
y su desarrollo

Apoyar a las comunidades

Generar valor compartido





Buscamos ser un motor que multiplique el bienestar de quienes nos rodean.

En Softys, el cuidado es lo que nos mueve. Por eso, promovemos una gestión responsable que va más allá de reducir nuestra huella: buscamos ser un motor que multiplique el bienestar de quienes nos rodean.

Con las comunidades que nos reciben, nuestro compromiso es crecer juntos, impulsando acciones que generen valor real y abran oportunidades para mejorar la calidad de vida de cada persona. Estos desafíos cobran vida en nuestra Estrategia de Sostenibilidad, donde nuestras metas son el camino concreto para transformar este propósito en realidad.

Nuestros desafíos con las comunidades

Generar valor compartido y sinergias locales

- Brindar acceso a agua y saneamiento a comunidades locales que carezcan de estos recursos.
- Vincularnos con las comunidades locales a través del propósito de nuestras marcas.
- Promover alianzas estratégicas con terceros para potenciar el desarrollo de las comunidades.

Buena vecindad y mitigación de impactos negativos

- Reducir externalidades negativas, como ruidos, olores e impacto vial.
- Ser una empresa de puertas abiertas.

Avances de la gestión comunitaria en 2025

01

Nuevo enfoque estratégico

En 2025, uno de los principales avances de nuestra gestión comunitaria fue el proceso de realineamiento estratégico que impulsamos con el objetivo de sincronizar las políticas corporativas con la realidad operativa de la empresa.

Como resultado de este trabajo, a finales de año, comenzamos a trabajar en la **actualización de nuestra Política de Relacionamento Comunitario**, para enfocarnos en tres pilares que nos permitan desarrollar programas viables y con valor tangible para el negocio. Estos son:

Conocimiento territorial

- Enfocado en la identificación y oportunidades del territorio.
- Gestión de actores clave.
- Levantamiento de riesgos operacionales.

Marcas y activación de Softys Contigo

Aporte al negocio a través de las marcas

- Vincular las acciones comunitarias con los objetivos comerciales.



02

Nuevas métricas

Las transformaciones estratégicas que impulsamos en 2025 nos hicieron replantear, además, las métricas de éxito de “Softys Contigo”, el programa de inversión social más importante de la compañía.

Este cambio significó reemplazar como principal indicador de la iniciativa el "número de soluciones construidas" por la cantidad de "personas impactadas" con dichas soluciones, un índice que refleja con mayor precisión el alcance y magnitud del impacto generado.

Junto con esta modificación, fijamos como nueva meta del programa “alcanzar 60.000 beneficiarios para fines de 2026”, lo que complementamos con una mayor inversión en soluciones comunitarias de alto impacto.



Comparación de métricas y enfoques de trabajo de Softys Contigo

OBJETIVO PRINCIPAL ENFOQUE ANTERIOR	OBJETIVO PRINCIPAL NUEVO ENFOQUE (DESDE 2025)
Número de soluciones entregadas	Número de personas impactadas (directa e indirectamente)
META 2.000 soluciones para finales del 2025	META 60.000 personas impactadas para finales de 2026

En esta misma línea, con el fin de ampliar el impacto de Softys Contigo, disminuimos las soluciones unifamiliares para centrarnos en la implementación de soluciones comunitarias.

Así lo hicimos, por ejemplo, en Colombia, en donde habilitamos una sede vecinal con baño que permitió la creación de dos guarderías comunitarias que benefician a 30 familias.

El objetivo es que todos los países desarrollen a partir de ahora iniciativas bajo este modelo.

Seguimos creciendo

El impacto de Softys Contigo en 2025



Llevar nuestro propósito de cuidado a quienes más lo necesitan

Desde 2022, nuestro programa Softys Contigo recorre Latinoamérica con una misión clara: llevar nuestro propósito de cuidado a quienes más lo necesitan.

Gracias a la alianza estratégica con TECHO, estamos presentes en los ocho países de la región donde operamos, llevando soluciones reales de 'Agua y saneamiento', 'Educación en higiene' y 'Ayuda oportuna'. Es nuestra manera de hacer realidad los ODS de Naciones Unidas, demostrando que cuando nos unimos por el agua limpia (ODS 6) y trabajamos en colaboración (ODS 17), el impacto positivo para nuestra región se multiplica.

Voluntariado

En los últimos años, nuestro programa de voluntariado ha generado un compromiso creciente entre los colaboradores.

En 2025, esta iniciativa logró convocar a más de 3.000 colaboradores en los ocho países en los que operamos, cerca del 20% de la dotación.

Durante el último período, el foco de esta iniciativa fue la incorporación de clientes a sus actividades, con el propósito de reforzar con estos stakeholders una relación más integral y mostrar el trabajo social que realiza la empresa.

Al cierre de año, todos los países habían logrado sumar a clientes a sus actividades de voluntariado.

CONVOCAR A MÁS DE

+3.000
colaboradores

**EN LOS OCHO PAÍSES
EN LOS QUE OPERAMOS,
CERCA DEL**

20% de la dotación



Pilares de **Softys Contigo**

01. Ayuda oportuna

Este pilar representa nuestra determinación de **estar presentes** en situaciones catastróficas y complejas de emergencia.

A través de él, ponemos en marcha un **programa integral de donaciones** a nivel regional para responder de manera efectiva a los desafíos de estos momentos críticos.

02. Agua y saneamiento

A través de este pilar, forjamos alianzas estratégicas, particularmente una con la fundación TECHO, que busca proporcionar acceso a agua y saneamiento seguro a más de **60.000 beneficiarios** en Latinoamérica, a lo largo de un periodo de 5 años desde el **2022 hasta el 2026**.

03. Educación en higiene

Este pilar es fundamental para poner en práctica **los propósitos de cuidado de nuestras marcas**, y se centra en una labor educativa destinada a las comunidades.

Nuestro compromiso no se limita a entregar recursos o construir soluciones sanitarias, sino que se extiende a **enseñar a las comunidades a cuidar de su propia salud e higiene**, y en esta tarea, nuestras marcas de productos desempeñan un papel esencial.

SOLUCIONES CONSTRUIDAS

2022	2023	2024	2025
127	316	411	391

TOTAL

1.245

BENEFICIARIOS DIRECTOS

2022	2023	2024	2025
2.519	2.495	5.603	6.054

TOTAL

16.671

BENEFICIARIOS INDIRECTOS

2022	2023	2024	2025
1.748	4.335	12.901	7.845

TOTAL

26.829

BENEFICIARIOS TOTALES

2022	2023	2024	2025
4.267	6.830	18.504	13.899

TOTAL

43.500

VOLUNTARIOS SOFTYS

2022	2023	2024	2025
680	1.459	1.538	1.606

TOTAL

5.283

HORAS VOLUNTARIADO COLABORADORES

2022	2023	2024	2025
5.440	11.672	12.304	12.848

TOTAL

42.264

JORNADAS SALUD EN HIGIENE

2022	2023	2024	2025
21	18	21	16

TOTAL

76

Softys Contigo:

Impactar familias y vidas a través del acceso a agua y saneamiento

El cuidado es nuestra esencia. Y, en Softys, sabemos que no hay cuidado posible sin acceso a condiciones de higiene dignas. Bajo esta premisa, nuestra alianza estratégica con TECHO a través del programa Softys Contigo, continúa avanzando con firmeza hacia su ambicioso propósito:

Proporcionar acceso seguro a agua y saneamiento a más de 60.000 personas en Latinoamérica para finales de 2026.

Al cierre de diciembre de 2025, el proyecto ha logrado un progreso significativo, alcanzando a 43.500 beneficiarios totales. Esto representa un 72% de cumplimiento respecto a nuestra meta final, consolidando soluciones concretas en las comunidades más vulnerables de la región.

Desde el inicio de la alianza en 2022, hemos implementado un total de 1.241 soluciones, desglosadas en infraestructura crítica para el desarrollo humano:

**Una alianza de impacto:
72% de la meta alcanzada**

43.500

BENEFICIARIOS TOTALES.



Encuesta a beneficiarios: darle voz a los protagonistas de Softys Contigo

En 2025, junto a nuestros aliados de TECHO, realizamos una encuesta para escuchar a las familias que forman parte de Softys Contigo. Queríamos entender, de primera mano, cómo nuestras soluciones sanitarias impactan sus vidas a largo plazo. Los resultados nos llenan de orgullo: el 76% de las personas asocia estas soluciones a una mejora directa en su salud. Además, este trabajo conjunto nos permitió identificar los baños que necesitan mantenimiento, por lo que ya estamos diseñando, junto a TECHO, planes de acción para 2026 que aseguren que el cuidado sea duradero.

"En mi casa todos lo usamos, mis tres niños son felices. Antes teníamos el baño pegado a la cocina y eso generaba que los niños se enfermaran. No era muy bueno, tener cocina y baño juntos. Pero ahora estoy muy agradecida, han cambiado mi diario vivir y el de mi familia", comentó Viviana Valencia, Colombia, construcción de baño en el año 2025.



Detalle de soluciones que hemos construido a la fecha:

683

Soluciones sanitarias

Instalación de baños y sistemas de biodigestores.

507

Soluciones de agua

Implementación de tanques, torres de agua y Sistemas de Captación de Agua de Lluvia (SCALL).

45

Lavamanos

Puntos críticos para la higiene y prevención de enfermedades.

10

Sedes comunitarias

Espacios de encuentro y fortalecimiento del tejido social.

"Estas cifras no son solo estadísticas, sino el reflejo de cómo la alianza público-privada entre Softys y TECHO se ha transformado en un motor de cambio real. Esta colaboración estratégica, potenciada por el compromiso activo del voluntariado corporativo, nos otorga la capacidad técnica y operativa para escalar nuestro impacto y llegar a más personas.

Ver a los equipos de Softys trabajando codo a codo con las comunidades refuerza nuestra convicción: la suma de voluntades es lo que acelera la transformación social. Es una plataforma de crecimiento que no solo nos permite entregar infraestructura crítica, sino que nos proyecta con fuerza hacia el cumplimiento total de nuestras metas, dignificando la vida cotidiana en los territorios más vulnerables de la región", refuerza **Benjamín Donoso, SJ, Presidente de TECHO Internacional.**



Contigo **voces de nuestros clientes**

El 2026 se perfila como nuestro año de consolidación, pero la verdadera noticia no es solo la meta de superar las 60.000 personas impactadas, sino el impresionante ecosistema de aliados que está haciendo esto posible. Lo que comenzó como una estrategia, hoy es un movimiento regional donde nuestros clientes han pasado de ser espectadores a protagonistas en el terreno.

Durante el último año, hemos comprobado que el impacto social de Softys crece exponencialmente cuando sumamos la energía de nuestros clientes. Esta red, que ya es una realidad latente del proyecto y de la región, nos posiciona como una marca de cuidado y es una de las cosas que nos permitirá sumar a esos 20.000 nuevos beneficiarios proyectados para el 2026.

Nuestros clientes nos acompañaron en diferentes jornadas de acceso a agua y soluciones sanitarias y podemos decir que el compromiso se sintió en cada país: en Chile, hemos caminado junto a aliados como Grupo Mira, Proser, SMU, Salco, IBC y TEBA. Mientras que en Uruguay, contamos con el apoyo fundamental de Aldo, Somalux y Natal, y en Argentina, la fuerza de Distribuidora Disma, Don Ángel y F2 Obras ha sido clave para avanzar.

El impacto en Perú ha sido notable por su recurrencia, con la Asociación Cultural Peruano Británica y el Grupo Vega sumándose en múltiples ocasiones, junto a DIJISA, FAVAL y Tiendas Tambo. En Colombia, marcas icónicas como Crepes & Waffles, Wok y KFC han integrado nuestro propósito a su quehacer. Por último, la alianza con el Grupo Pereira (y sus tiendas Fort Atacadista, Comper y Bate Forte) ha marcado un hito en el trabajo con comunidades indígenas.

Voces de nuestros clientes:



Lo que más me marcó fue la fuerza del trabajo en equipo y ver cómo todo Proser se movilizó con energía y compromiso por una causa tan concreta. Fue emocionante ver a los equipos trabajar codo a codo por el mismo propósito. Valoramos enormemente que Softys impulse estas iniciativas y creemos firmemente en que estos proyectos tengan continuidad", dijo **María Florencia Grau, KAM Proser S.A, Chile.**



Para nosotros en Grupo Pereira, es un honor participar en este momento en el que junto al equipo estamos trabajando juntos para recolectar agua de lluvia para esta aldea indígena. Es un día maravilloso y solo podemos estar agradecidos. Al final, lo más importante para nosotros, como seres humanos, es participar en proyectos consistentes y objetivos que generen valor para todos y para la sociedad.", comentó **Antônio Marcos, Director de Trade Marketing Corporativo de Grupo Pereira, Brasil.**



Para Grupo Vega y para mí, Softys Contigo en Cañete fue una experiencia transformadora. Más allá de la infraestructura de agua, nos quedamos con el vínculo creado con los niños. El impacto social más genuino surge de acciones sencillas que, trabajadas en equipo, logran cambiar realidades.", comentó **Gabriela Vega, Analista de Comunicación Interna, Grupo Vega.**



Tenemos tarea

Si bien 2025 fue un año de movilización histórica, en Softys Contigo no descansamos y sabemos que el 2026 se presenta como la oportunidad para para sumar cada vez a más clientes y aliados. Para así hacer realidad la promesa de ir "Contigo" en todas nuestras acciones.



02.

Hitos en el pilar *Educación en Higiene*

100 Talleres

DE HIGIENE Y CUIDADO

6.009

PERSONAS PARTICIPARON

Durante 2025, en sintonía con la labor que veníamos desarrollando en conjunto con nuestras marcas desde el año anterior, efectuamos 100 talleres en torno a temas como el lavado de manos, menstruación y menopausia.

Estos resultados nos permitieron cumplir con nuestra meta de organizar al año a lo menos tres actividades por país. En total, en estas actividades participaron 6.009 personas.





PAÍS	Talleres	Asistentes
Argentina	8	871
Brasil	9	780
Chile	11	663
Colombia	7	155
Ecuador	5	64
México	3	60
Perú	45	3.278
Uruguay	9	120
Sepac	3	18
Total	100	6.009

o3.
Hitos en el pilar
Ayuda Oportuna

Para avanzar en los objetivos que nos fijamos bajo este pilar, durante el último año realizamos 111 donaciones en los ocho países en los que operamos.

**Programas de
vinculación comunitaria
e inversión asociada**

47

Número de programas
de vinculación comunitaria

1.531.537

Monto de inversión en iniciativas comunitarias
en proyectos señalados (USD)



III

donaciones

EN LOS OCHO PAÍSES
EN LOS QUE OPERAMOS



Softys se hizo presente para apoyar a las comunidades de Altamira, Tampico y Ciudad Madero, afectadas por inundaciones. Asimismo, en colaboración con la AISTAC y Cáritas de Tampico, **donamos 130 bultos de papel higiénico Elite (equivalentes a 1.040 paquetes) y entregamos más de 800 kits de higiene a la comunidad del Camalote, donde previamente implementamos soluciones de agua y saneamiento.**

N° de personas beneficiadas
2.268.164

Tipo de donaciones

Babysec	Pañales	1.504.570 unidades
	Toalla Húmeda	600 paquetes
Ladysoft	Toalla Femenina	146.336 unidades
Cotidian	Pañales	75.516 unidades
Elite	Papel Higiénico	8.800 rollos
	Toalla de papel	432 rollos
	Pañuelos desechables	2.704 paquetes
	Servilleta	2.320 unidades
	Jabón	24.253 unidades
	Mascarillas	320.400 unidades
Elite Professional	Papel Higiénico	2.840 rollos
	Toalla de Papel	133.364 rollos
	Servilleta	1.152 unidades
	Sabanilla	198 unidades
Nova / Sussex	Toalla de Papel	7.228 rollos
	Servilleta	13.800 unidades
	Traperos	10 paquetes
Abolengo	Toalla de papel	24 rollos
	Servilletas	160 unidades
Confort / Higienol	Papel Higiénico	25.696 rollos
Noble	Papel Higiénico	6.164 rollos
Coquetel	Servilletas	2.000 unidades
	Papel Higiénico	86.400 rollos
BioBaby	Toalla Húmeda	152.640 paquetes
Diana	Toalla Femenina	103.040 unidades
Softys	Bolsas de productos	1.724 bolsas

¡Abrimos nuestras puertas y seguimos conectando con las personas!

En Softys seguimos impulsando nuestro programa Puertas Abiertas, una iniciativa que nos permite acercarnos a las comunidades y compartir, de manera transparente y cercana, cómo trabajamos y qué nos mueve día a día. A través de estas jornadas abrimos nuestras instalaciones para mostrar nuestros procesos productivos, nuestros estándares de calidad, el compromiso que tenemos con la sostenibilidad y el propósito de cuidado.

En este nuevo año realizamos 83 jornadas de Puertas Abiertas, en las que participaron 2.016 personas de los 8 países en que tenemos operaciones. Recibimos a juntas de vecinos, autoridades, familiares, clientes, fundaciones y estudiantes, quienes recorrieron nuestras plantas, hicieron preguntas, compartieron experiencias y conocieron desde dentro cómo damos vida a productos que están presentes en millones de hogares, en su día a día.

Cada encuentro fue una oportunidad para conversar, aprender y construir confianza. Para quienes nos visitaron, fue una experiencia distinta y cercana; para nosotros, una instancia clave para fortalecer los vínculos con nuestro entorno y seguir construyendo relaciones basadas en el diálogo y la colaboración.

**Recibimos a juntas de vecinos,
autoridades, familiares, clientes,
fundaciones y estudiantes,
quienes recorrieron nuestras
plantas, hicieron preguntas,
compartieron experiencias**



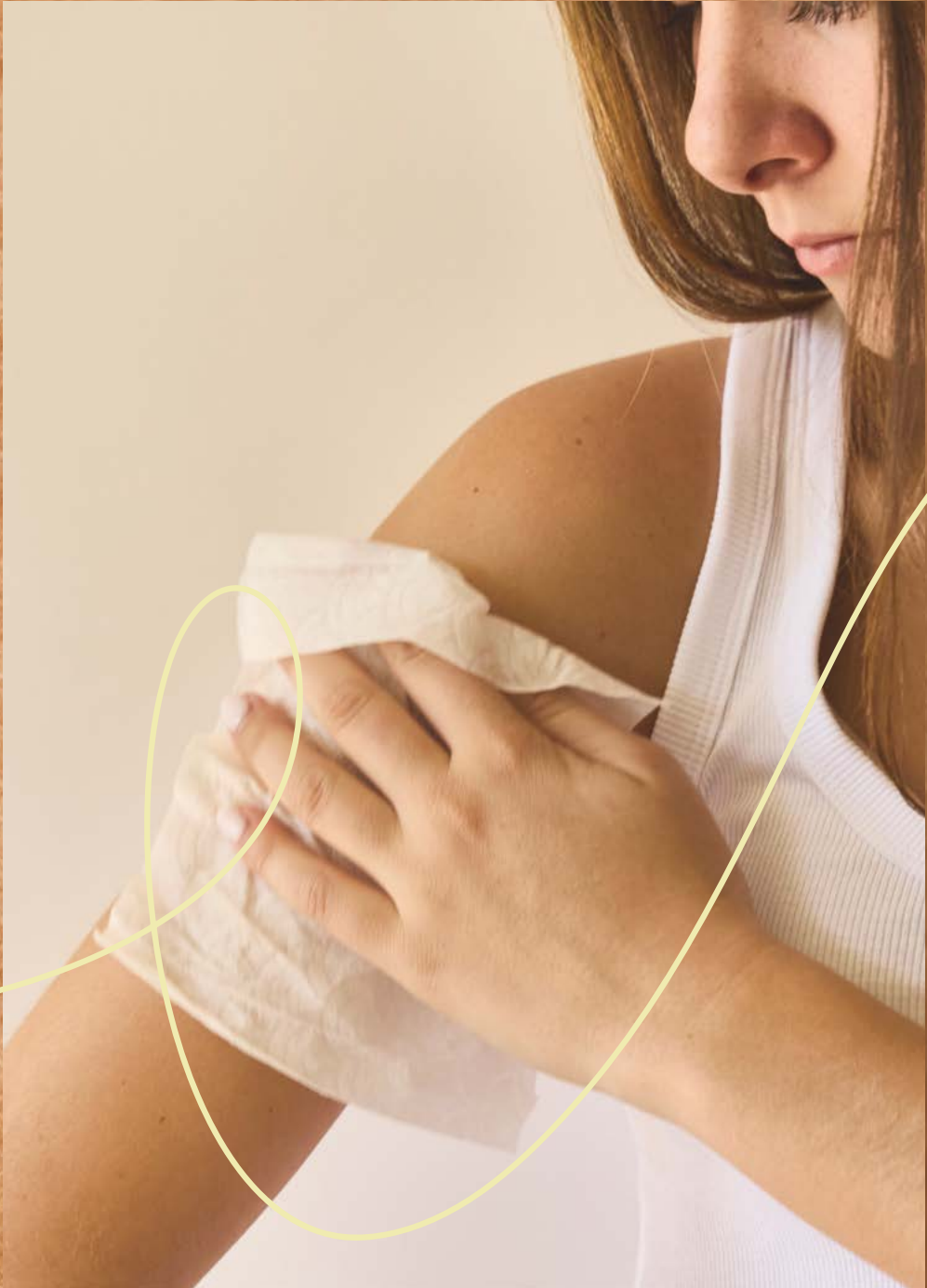


Agradecemos a todos quienes nos acompañaron este 2025:

Colegio Industrial ENET 1 • Universidad Tecnológica Nacional Consultora Numan • Escuela de Educación Secundaria Técnica N° 2 • Alumnos 5to año Ingeniería industrial de la Universidad Nacional de San Luis • Alumnos del Liceo Talagante TP • Colegio Alemán • Inacap Santiago Sur • Inacap Puente Alto • Liceo Politécnico Talagante • DOUC Puente Alto • Colegio Sagrado Corazones Talagante • Administración de Empresas Universidad CESA • Mecatrónica de la Universidad TEC de Monterrey • Instituto Tecnológico Valle Grande • Estudiantes del Encuentro Nacional de Universidades y Medioambiente • Colegio Sagrados Corazones • Universidad Católica Santa María • Instituto Condoray • Universidad de Lima • SENATI • Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas • Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa • UNSA • Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas • Innova Schools • Universidad César Vallejo • Universidad Católica de Santa María • Arcos Dorados • McDonald's • Seine • Melroy • Opain / Brillo Institucional • Makro • Crepes & Waffles • Lima Airport Partners • Asociación Cultural Peruano Británica • Tottus • Líderes de LAIVE • Cencosud • Grupo Tremain • Pepsico • BCP • OA Import • Intendente de Zárate • Director de Desarrollo Sectorial de Zárate • Intendente Malvinas Argentinas y Comitiva Directiva • Concejales Municipio de Gachancipá • Autoridades TEC de Monterrey • Director Nacional de Desarrollo Industria Forestal, Argentina • Junta de vecinos El Vergel, Don Joaquín y Farolito de Puente Alto • Club de adulto Mayor de Puente Alto • Programa de Jefas de Hogar Municipalidad de Talagante • Club de Adulto Mayor Cordillera • Agrupación Social de Taller de Emprendedores Estadio Papelero • Centro Integral del Adulto Mayor Cañete • Vecinas de las comunidades Herbay Bajo, Clarita y Arena Alta • Programa Nacional Aurora • Madres de familia del colegio inicial N°451 Herbay Bajo • Junta Vecinal Plaza de Armas Calle Abutardas • Fundación Haciendo Camino • Techo Argentina • Grupo AcercaRSE • Asociación Síndrome de Down • Fundación Educere • Techo Colombia • Techo Perú • Asociación de Personas con Discapacidad de Punchana • Perú Sostenible • Mercado Negro.

Y en especial a cada familia de colaboradores de Softys que nos visitó este 2025.

¡Muchas gracias por visitarnos, nuestras puertas están abiertas!



06

Anexos e índice

de contenidos GRI

Acerca de este reporte

Este es el octavo Reporte de Sostenibilidad que publicamos de manera consecutiva desde el año 2019. En este informe damos cuenta a los grupos de interés de los resultados de nuestra gestión ambiental, social y de gobernanza durante el comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2025.

Este documento fue elaborado conforme a los Estándares GRI. Además, incorpora de manera voluntaria parte de los indicadores cuantitativos establecidos por la Norma de Carácter General 461 / 519, de la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), que determina los contenidos no financieros que las empresas reguladas deben considerar en sus memorias anuales.

La información desarrollada en este informe comprende a todas las operaciones que posee la empresa en los ocho países de América Latina en los que opera. Estos datos, además, fueron entregados y validados por las respectivas áreas responsables de Softys.

Las métricas correspondientes a 2025, finalmente, se complementan con datos de años anteriores con el objetivo de poner en evidencia el avance progresivo de nuestro desempeño ASG en el marco del cumplimiento de la Estrategia de Sostenibilidad de Softys.

Cabe consignar que los indicadores que Softys aportó para la elaboración del Reporte Integrado de su empresa matriz, CMPC, se sometieron a un proceso de verificación por parte de un tercero.

Para enviar preguntas, sugerencias y comentarios respecto de los contenidos de este Reporte de Sostenibilidad, pueden escribir a la Gerente Regional de Sostenibilidad, María Belén Rodríguez, al correo mrodriguezg@softys.com.

En el sitio web www.softys.com podrán acceder a más información sobre la compañía y sus planes de sostenibilidad.

La metodología que utilizamos para desarrollar este proceso se puede revisar en el siguiente enlace:

<https://www.softys.com/es/nuestro-reporte/>

Materialidad

Este Reporte de Sostenibilidad lo elaboramos en torno a los temas relevantes identificados en el Proceso de Doble Materialidad que desarrollamos para elaborar nuestra Estrategia de Sostenibilidad 2024-2028.

En línea con los requerimientos de los Estándares GRI y para asegurar que nuestros reportes respondan a las necesidades de información de los grupos de interés, este trabajo nos permitió reconocer aquellos aspectos ASG de nuestro negocio que involucren un mayor impacto en el entorno y/o que pueden afectar nuestra capacidad de generar valor económico en el futuro.

Temas materiales de Softys

Nuestro proceso de doble materialidad nos permitió identificar los 20 principales temas materiales de Softys, que agrupamos en las siguientes tres dimensiones:

01 *Dimensión Económica*

- Cultura ágil y propósito global y multilatinos.
- Libre competencia, anticorrupción y ética de negocios.
- Gestión de riesgo y crisis.
- Gestión responsable de la cadena de suministro.
- Transformación digital.
- Innovación en procesos y productos.
- Calidad y disponibilidad de productos.
- Publicidad y etiquetado responsable.

02 *Dimensión Ambiental*

- Consumo energético y emisiones de Gases Efecto Invernadero (GEI).
- Externalidades ambientales negativas en comunidades.
- Gestión del agua.
- Gestión de residuos industriales.
- Ciclo de vida de los productos.

03 *Apoyar a las comunidades y su desarrollo*

- Seguridad y salud para trabajadores y contratistas.
- Diversidad e inclusión.
- Desarrollo de las personas.
- Compromiso y clima laboral.
- Relacionamiento comunitario e inversión social.
- Promoción de la salud e higiene.
- Satisfacción de consumidores y valor de marca.

Índice de contenidos GRI

Declaración de uso	Softys ha elaborado este Reporte de Sostenibilidad conforme a los estándares GRI para el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2025.
GRI 1 usado	GRI 1: Fundamentos 2021
Estándares Sectoriales GRI aplicables	No existen estándares sectoriales aplicables

ESTÁNDAR GRI / OTRA FUENTE	CONTENIDO	UBICACIÓN	OMISIÓN	Nº REF. DEL ESTÁNDAR SECTORIAL GRI
CONTENIDOS GENERALES				
GRI 2: Contenidos generales	2-1 Detalles organizacionales	Páginas 22 a 25		
	2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	Anexos (Página 3)		
	2-3 Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	Anexos (Página 3)		
	2-4 Actualización de la información	En este Reporte de Sostenibilidad no se realizaron cambios significativos en el alcance de la información y los métodos de cálculo o medición.		
	2-5 Verificación externa	Anexos (Página 3)		
	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	Páginas 78 a 81 y 86 a 105		
	2-7 Empleados	Páginas 24, 134, 144 y Anexos (páginas 17 y 18)		
	2-8 Trabajadores que no son empleados		Información no disponible.	

ESTÁNDAR GRI / OTRA FUENTE	CONTENIDO	UBICACIÓN	OMISIÓN	Nº REF. DEL ESTÁNDAR SECTORIAL GRI
CONTENIDOS GENERALES				
GRI 2: Contenidos generales	2-9 Estructura de gobernanza y composición	Páginas 30 a 33		
	2-10 Designación y selección del máximo órgano de gobierno	Anexos (Página 12)		
	2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno	Página 30		
	2-12 Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	Anexos (Página 12)		
	2-13 Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos	Anexos (Página 12)		
	2-14 Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	Anexos (Página 12)		
	2-15 Conflictos de interés	Anexos (Página 12)		
	2-16 Comunicación de inquietudes críticas	Página 33		
	2-17 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	Página 33 y Anexos (Página 12)		
	2-18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno		El Directorio de Softys no realiza procesos de autoevaluación	
	2-19 Políticas de remuneración	Anexos (Página 12)		
	2-20 Proceso para determinar la remuneración	Anexos (Página 12)		
	2-21 Ratio de compensación		Información no disponible	

ESTÁNDAR GRI / OTRA FUENTE	CONTENIDO	UBICACIÓN	OMISIÓN	Nº REF. DEL ESTÁNDAR SECTORIAL GRI
CONTENIDOS GENERALES				
GRI 2: Contenidos generales	2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	Páginas 36 a 41		
	2-23 Compromisos y políticas	Páginas 36 a 41 y 164 a 173		
	2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	Páginas 86, 108 a 131, 150, 154, 156 a 163, 164 y 174		
	2-25 Procesos para remediar los impactos negativos	Páginas 86, 108 a 131, 150, 154, 156 a 163, 164 y 174		
	2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	Página 33		
	2-27 Cumplimiento de la legislación y las normativas	Páginas 124 y 164 a 173		
	2-28 Afiliación a asociaciones	Página 42		
	2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés	Páginas 64, 75, 79, 80, 97, 143 y 185		
	2-30 Convenios de negociación colectiva		Información no disponible	

ESTÁNDAR GRI / OTRA FUENTE	CONTENIDO	UBICACIÓN	OMISIÓN	Nº REF. DEL ESTÁNDAR SECTORIAL GRI
TEMAS MATERIALES				
GRI 3: Temas Materiales	3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	Anexos (Página 3)		
	3-2 Lista de los temas materiales	Anexos (Página 3)		

TEMAS MATERIALES			
ESTÁNDAR GRI / OTRA FUENTE	CONTENIDO	UBICACIÓN	GESTIÓN
IMPACTOS ECONÓMICOS			
GRI 203: Impactos económicos indirectos	203-1 Inversiones en infraestructura y servicios apoyados.	Páginas 183 a 185	Capítulo "Apoyar a las Comunidades"
	203-2 Impactos económicos indirectos significativos.	Páginas 92, 98, 190 y Anexos (23)	Capítulos "Hacia una compra consciente" y "Apoyar a las Comunidades"
ANTICORRUPCIÓN			
GRI 205: Anticorrupción	205-1 Operaciones evaluadas en función de los riesgos relacionados con la corrupción	En 2025, la empresa no evaluó sus operaciones en relación con riesgos relacionados con la corrupción.	Capítulo "Integridad y cumplimiento"
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Página 171	Capítulo "Integridad y cumplimiento"
	205-3 Incidentes de corrupción confirmados y medidas tomadas	Página 166	En 2025, Softys no registró ningún incidente de corrupción confirmado

TEMAS MATERIALES			
ESTÁNDAR GRI / OTRA FUENTE	CONTENIDO	UBICACIÓN	GESTIÓN
COMPETENCIA DESLEAL			
GRI 206: Competencia desleal	206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopolísticas y contra la libre competencia.	Página 166	En 2025, Softys no registró ninguna denuncia acreditada por prácticas contra la libre competencia. (ver más en página 167)
FORMACIÓN Y EDUCACIÓN			
GRI 404: Formación y educación	404-1 Promedio de horas de formación al año por empleado	Página 140	Capítulo "Ser mejores juntos"
	404-2 Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición.	Página 139	Capítulo "Ser mejores juntos"
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluación periódica de su desempeño y del desarrollo de su carrera.	Anexos (Página 22)	Capítulo "Ser mejores juntos"
NO DISCRIMINACIÓN			
GRI 406: No discriminación	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	Páginas 165 y 166.	Capítulo "Integridad y cumplimiento"
COMUNIDADES LOCALES			
GRI 413: Comunidades locales	413-1 Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo	Anexos (Página 15)	Capítulo "Apoyar a las comunidades"
	413-2 Operaciones con impactos negativos significativos -reales o potenciales- en las comunidades locales	Anexos (Página 15)	Capítulo "Apoyar a las comunidades"

TEMAS MATERIALES			
ESTÁNDAR GRI / OTRA FUENTE	CONTENIDO	UBICACIÓN	GESTIÓN
EMISIONES			
GRI 305: Emisiones	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	Páginas 122 y 123	Capítulo "Ser responsables de principio a fin"
	305-2 Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)	Páginas 122 y 123	Capítulo "Ser responsables de principio a fin"
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	Páginas 122 y 123	Capítulo "Ser responsables de principio a fin"
	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI	Páginas 122 y 123	Capítulo "Ser responsables de principio a fin"
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI	Páginas 122 y 123	Capítulo "Ser responsables de principio a fin"
AGUA Y EFLUENTES			
GRI 303: Agua y efluentes	303-1 Interacción con el agua como recurso compartido	Páginas 110 a 115 y Anexos (Página 16)	Capítulo "Ser responsables de principio a fin"
	303-2 Gestión de los impactos relacionados con el vertido de agua	Páginas 110 a 115.	Capítulo "Ser responsables de principio a fin"
	303-3 Extracción de agua	Páginas 110 a 115	Capítulo "Ser responsables de principio a fin"
	303-4 Vertido de agua	Páginas 110 a 115	Capítulo "Ser responsables de principio a fin".
	303-5 Consumo de agua	Páginas 110 a 115	Capítulo "Ser responsables de principio a fin"
RESIDUOS			
GRI 306: Residuos	306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	Páginas 116 a 121	Capítulo "Ser responsables de principio a fin"
	306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	Páginas 116 a 121	Capítulo "Ser responsables de principio a fin"
	306-3 Residuos generados	Páginas 116 a 121	Capítulo "Ser responsables de principio a fin"
	306-4 Residuos no destinados a eliminación	Páginas 116 a 121	Capítulo "Ser responsables de principio a fin"
	306-5 Residuos destinados a eliminación	Páginas 116 a 121	Capítulo "Ser responsables de principio a fin"
PRESENCIA EN EL MERCADO			
GRI 202: Presencia en el mercado	202-2 Proporción de altos ejecutivos contratados en la comunidad local	Anexos (Página 13)	Capítulo "Ser mejores juntos"

Indicadores GRI adicionales

Contenidos

2-12, 2-13, 2-14, 2-16 y 2-19

Criterios de selección de directores:

Aunque la elección de los directores responde a la confianza de la Junta de Accionistas, los miembros de esta instancia son en general personas que no tienen la condición de accionistas ni de ejecutivos, y que, además, destacan por ser profesionales de reconocido prestigio y experiencia en mercados de consumo masivo.

Conflictos de interés:

Los conflictos de interés de los directores se gestionan de acuerdo con lo establecido en el Compendio de Políticas y Procedimientos de Gobierno Corporativo de CMPC, matriz de Softys, el que se encuentra disponible en www.cmpc.com. Respecto de este punto, dicho documento señala que los directores, gerentes y ejecutivos principales están obligados a declarar los conflictos de interés que los afecten a través del sistema que ha dispuesto la compañía.

Esa obligación debe cumplirse anualmente o bien apenas se tenga conocimiento del mismo, y en ningún caso en un plazo superior a 3 días hábiles contados desde que tuvo conocimiento del conflicto.

Salvo autorización expresa, previa y escrita de parte del Comité de Ética y Compliance, la persona que está afectada por el conflicto de interés no podrá continuar participando en la operación que se trate.

Directrices sobre la capacitación del Directorio:

De acuerdo con lo que señala el Compendio de Políticas y Procedimientos de Gobierno Corporativo de CMPC, una vez al año, el Directorio dispondrá que se efectúe una presentación sobre las mejores prácticas de gobierno corporativo adoptadas por sociedades de similar naturaleza, así como de avances que hayan podido producirse en temas de sostenibilidad y de gestión de riesgos. Durante esta actividad, el Fiscal Corporativo o quien el Directorio disponga informará al Directorio sobre fallos y sanciones o pronunciamientos más relevantes asociados al cumplimiento de los deberes legales de los directores, así como de situaciones que puedan configurar conflictos de interés, con el propósito de analizar posibles soluciones a dichos casos.

Supervisión de los impactos sociales, económicos, ambientales y de derechos humanos:

Dentro de sus funciones y en el marco de sus sesiones ordinarias, el Directorio de Softys analiza de manera habitual los impactos ambientales y de derechos humanos de la operación de la compañía, entre otras materias relativas a la sostenibilidad del negocio.

Adicionalmente, a nivel ejecutivo existe un Comité de Sostenibilidad, presidido por el CEO de la empresa, que es el organismo encargado de:

- Velar por el cumplimiento de las metas corporativas de sostenibilidad.
- Analizar los riesgos vinculados a estas materias.
- Hacer seguimiento de la estrategia de sostenibilidad de la compañía y en especial del plan integral Softys Contigo, que abarca dimensiones de acceso al agua y saneamiento, educación en higiene y ayuda oportuna.

Códigos de buen gobierno corporativo:

Softys adhiere al Compendio de Políticas y Procedimientos de Gobierno Corporativo de su matriz CMPC, que se rige por buenas prácticas globales en la materia, así como a un modelo de estricto cumplimiento legal.

Política de remuneraciones del Directorio:

Es establecida por la compañía en su condición de sociedad anónima cerrada. En lo que se refiere a la política de compensaciones, indemnizaciones e incentivos a gerentes y ejecutivos principales, el Compendio de Políticas y Procedimientos de Gobierno Corporativo de su matriz CMPC señala, por su parte, que “la renta del gerente general y los ejecutivos principales debe regirse en lo fundamental por criterios de mercado” y que podrán tener “un componente fijo y otro variable”, además de “procurar incentivar a los ejecutivos a obtener logros relevantes, que satisfagan las expectativas del Directorio”, por lo que deben estar “alineadas con el interés social, asociadas a criterios de sostenibilidad y orientadas al cumplimiento de objetivos estratégicos de largo plazo”.

GRI 202-2 Ejecutivos
contratados en la comunidad local

Gerentes y jefaturas provenientes de la comunidad local

Año	Hombres	Mujeres	Total
2023	338	188	576
2024	391	211	602
2025	448	220	668



GRI 401 Empleo

Nuevos ingresos

Categoría		2025
Ingresos por género	Mujeres	1.270
	Hombres	2.017
	Total	3.287
Ingreso por rango etario	Menor de 30	1.703
	Entre 30 y 60	1.575
	Mayor a 60	9
	Total	3.287

Egresos

Categoría		2024	2025
Egresos por género	Mujeres	1.077	1.081
	Hombres	2.187	2.286
	Total	3.264	3.367
Egresos por rango etario	Menor de 30	1.224	1.204
	Entre 30 y 60	1.993	2.091
	Mayor a 60	47	72
	Total	3.264	3.367
Desvinculaciones	Mujeres	538	679
	Hombres	1.282	1.618
	Total	1.820	2.297
	Menor de 30	642	746
	Entre 30 y 60	1.135	1.507
	Mayor a 60	43	44
	Total	1.820	2.297
Retiros voluntarios	Mujeres	539	402
	Hombres	905	668
	Total	3.264	1.070
	Menor de 30	582	458
	Entre 30 y 60	858	584
	Mayor a 60	4	28
	Total	1.444	1.070

GRI 413 Comunidades Locales

Categorías	2025
Señale si desarrollan evaluaciones de impacto social, incluyendo evaluaciones del impacto de género.	En 2025 no se realizaron Evaluaciones de Impacto Social.
Señale si realizan evaluaciones del impacto ambiental y establecen sistemas de monitoreo de los avances.	Cada vez que una actividad tiene que someterse a alguna evaluación de impacto ambiental o equivalente en cada país, la compañía lo hace regularmente cumpliendo con las normativas locales aplicables. Softys adhiere a los compromisos y mediciones correspondientes y en las frecuencias que tenga que hacerlo.
Señale si divulgan los resultados de estas evaluaciones del impacto ambiental y social.	Como se describió anteriormente, Softys responde y realiza las acciones de divulgación de resultados necesarios y cumpliendo con las normativas respectivas por país.
Señale si desarrollan estos programas en función de las necesidades de la comunidad local y cómo realizan estos diagnósticos.	Softys cuenta con Diagnósticos de Relacionamento Comunitarios, los que se realizan cada 2 a 3 años. Estos retratan la realidad y necesidades de la comunidad, así como los cambios territoriales que se generan alrededor de las plantas industriales.
Señale si han creado comités de trabajo y realizado procesos de consulta amplios con las comunidades locales.	En 2025 no se han realizado procesos de consulta con las comunidades locales.
Señale de qué manera involucran a las organizaciones de representación de los trabajadores (sindicatos o comités paritarios) en estos programas.	No se involucran las organizaciones de representación de los trabajadores en los programas de relacionamiento comunitario.
Señale si disponen de modelos formales de queja y reclamación en las comunidades locales.	Sí, a través de nuestra Política de Relacionamento Comunitario, contamos con un modelo de comunicación con la comunidad. Este se encuentra en el toolkit asociado.
Porcentaje de las operaciones de Softys que cuenta con programas sociales con participación de la comunidad local.	98%
Señale dónde se ubican las operaciones que involucran impactos reales y potenciales en las comunidades locales.	https://docs.google.com/spreadsheets/d/1H48xWmC3j6JxYEiG9DP8VXnvRIhC9TjC/edit?gid=2051673564#gid=2051673564
Enumere los impactos negativos significativos -reales o potenciales- asociados a estas operaciones.	Nuestras operaciones tienen potencialmente impacto en ruido, tránsito de camiones y agua.

Contenido GRI 303

Agua y Efluentes

Las operaciones de CMPC, entre las que se cuentan las de Softys, interactúan en diversas instancias con el agua. El agua utilizada en los procesos es extraída desde la cuenca de ríos o directamente desde ríos, así como desde terceros o empresas sanitarias. En los territorios de interacción, el agua es utilizada principalmente para fines industriales, consumo humano y usos de red contra incendios.

Al momento de desarrollar proyectos de ampliación o construcción de plantas, la compañía evalúa la disponibilidad del recurso hídrico y el impacto del proyecto en el medio ambiente. No existen impactos significativos asociados con las operaciones en términos de calidad de agua, pues estos procesos son controlados por plantas de tratamiento de efluentes que abaten contaminantes que pudieran descargarse sobre los cuerpos de agua.

Adicionalmente, de manera preventiva y voluntaria, la empresa desarrolla estudios y monitoreos de cuerpos de agua subterránea y superficial en las cuencas.

Softys es muy rigurosa en el cumplimiento de los compromisos normativos establecidos por los distintos organismos estatales/federales/nacionales de cada operación. En ese contexto, la empresa monitorea regularmente las cantidades de agua que puede extraer desde las fuentes superficiales o subterráneas, según sea el caso, de acuerdo con los límites establecidos en los instrumentos legales de cada sitio. El mismo enfoque aplica para los límites máximos de descarga del agua utilizada en el proceso, y posteriormente tratada en plantas de tratamiento de efluentes, hacia cuerpos de agua superficiales/subterráneos/alcantarillado. En todas sus operaciones, la empresa colabora con las fiscalizaciones/inspecciones de las autoridades locales y con las auditorías relacionadas por nuestros clientes.

En 2025, Softys contrató la consultoría de la empresa Seureca-Veolia, con el objetivo de realizar un estudio más acabado de la situación hidrológica de las fuentes de extracción de agua donde están ubicadas nuestras plantas industriales que fabrican papel (13 de las 22), proporcionando una visión completa, evaluando alternativas de fuentes de captación subterráneas y superficiales, y proyecciones futuras de disponibilidad hídrica para los próximos 5,10 y 30 años. Estos estudios se realizaron considerando 3 escenarios de cambio climático. En este marco, se visitaron in situ las 13 plantas industriales con el objetivo de proponer iniciativas de reducción de uso de agua vía OPEX (quick wins) y proyectos de inversión (CAPEX), específicos para cada planta.

Los resultados de esta consultoría confirmaron que las plantas industriales de Anápolis (Brasil), Talagante (Chile), Puente Alto (Chile) y Altamira (México) se encontrarían ubicadas en zonas de escasez hídrica. Las plantas de Perú (Cañete y Santa Rosa), por su parte, no lo están. Por tanto, dado que estos resultados son relativamente recientes, deberemos reformular la meta propuesta para el 2028, considerando que se priorizarán las inversiones en aquellas plantas que efectivamente se encuentren en zonas de escasez hídrica.

Softys está presente operacionalmente en 8 países, en los que existen requerimientos legislativos diversos, que varían no sólo por país, sino también por estado y federación. En este marco, cada una de las 13 operaciones en las que usamos agua para la fabricación de papel tissue cuenta con una Planta de Tratamiento de Efluentes. Estas plantas se encargan de descontaminar el agua utilizada en el proceso productivo para retornarla hacia un cuerpo de agua superficial o alcantarillado, según sea el caso.

Dotación total al inicio y final del período

CATEGORÍA		2025	
		DOTACIÓN A INICIOS DEL PERIODO	DOTACIÓN AL FINAL DEL PERIODO
DOTACIÓN POR GÉNERO	Mujeres	3.697	4.629
	Hombres	10.701	11.287
	Total	14.398	15.916
DOTACIÓN POR RANGO ETARIO	Menor de 30 años	3.773	3.536
	Entre 30 y 60 años	10.441	12.089
	Mayor de 60 años	184	291
	Total	14.398	15.916

Personas ascendidas (promocionadas) en el año por cargo

CARGO	HOMBRE	MUJER	TOTAL
Alta Gerencia	2	1	3
Gerencia	8	8	16
Jefatura	36	14	50
Fuerza de venta	51	16	67
Administrativo	17	3	20
Otros profesionales	326	214	540
Otros técnicos	140	48	188
Auxiliar	69	25	94
Operario	173	54	227
Total	822	383	1.205

Tasa de rotación de empleados
desglosada por género y edad

CATEGORÍA		2025	
		NÚMERO	PORCENTAJE
Rotación por género	Mujeres	1.270	25,97%
	Hombres	2.017	20,79%
	Total	3.287	22,21%
Rotación por rango etario	Menor de 30	1.703	32,95%
	Entre 30 y 60	1.575	18,56%
	Mayor a 60	9	30,32%
	Total	3.287	22,21%

Denuncias por acoso en Chile y el resto de países

INDICADOR	2025 (CHILE - LEY KARIN)					
	NÚMERO DE DENUNCIAS ANTE LA ORGANIZACIÓN			NÚMERO DE DENUNCIAS ANTE LA DIRECCIÓN DEL TRABAJO		
	HOMBRES QUE DENUNCIARON	MUJERES QUE DENUNCIARON	ANÓNIMA	HOMBRES QUE DENUNCIARON	MUJERES QUE DENUNCIARON	ANÓNIMA
Denuncias acoso laboral	8	3	0	0	0	0
Denuncias acoso sexual	0	3	0	0	0	0
Denuncias violencia en el trabajo	1	0	0	0	0	0
Total	9	6	0	0	0	0

INDICADOR	2025 (RESTO DE LOS PAÍSES)					
	NÚMERO DE DENUNCIAS ANTE LA ORGANIZACIÓN			NÚMERO DE DENUNCIAS ANTE LA DIRECCIÓN DEL TRABAJO		
	HOMBRES QUE DENUNCIARON	MUJERES QUE DENUNCIARON	ANÓNIMA	HOMBRES QUE DENUNCIARON	MUJERES QUE DENUNCIARON	ANÓNIMA
Acoso laboral	3	6	32	0	0	0
Acoso sexual	2	12	2	0	0	0
Violencia en el trabajo	0	2	2	0	0	0
Total	5	20	36	0	0	0

TOTAL DE DENUNCIAS
ANTE LA ORGANIZACIÓN

2025
RESTO DE LOS PAISES

61

2025 (CHILE)
LEY KARIN

15

TOTAL DE DENUNCIAS ANTE LA DIRECCIÓN DEL
TRABAJO U ORGANISMO EQUIVALENTE

2025
RESTO DE LOS PAISES

0

2025 (CHILE)
LEY KARIN

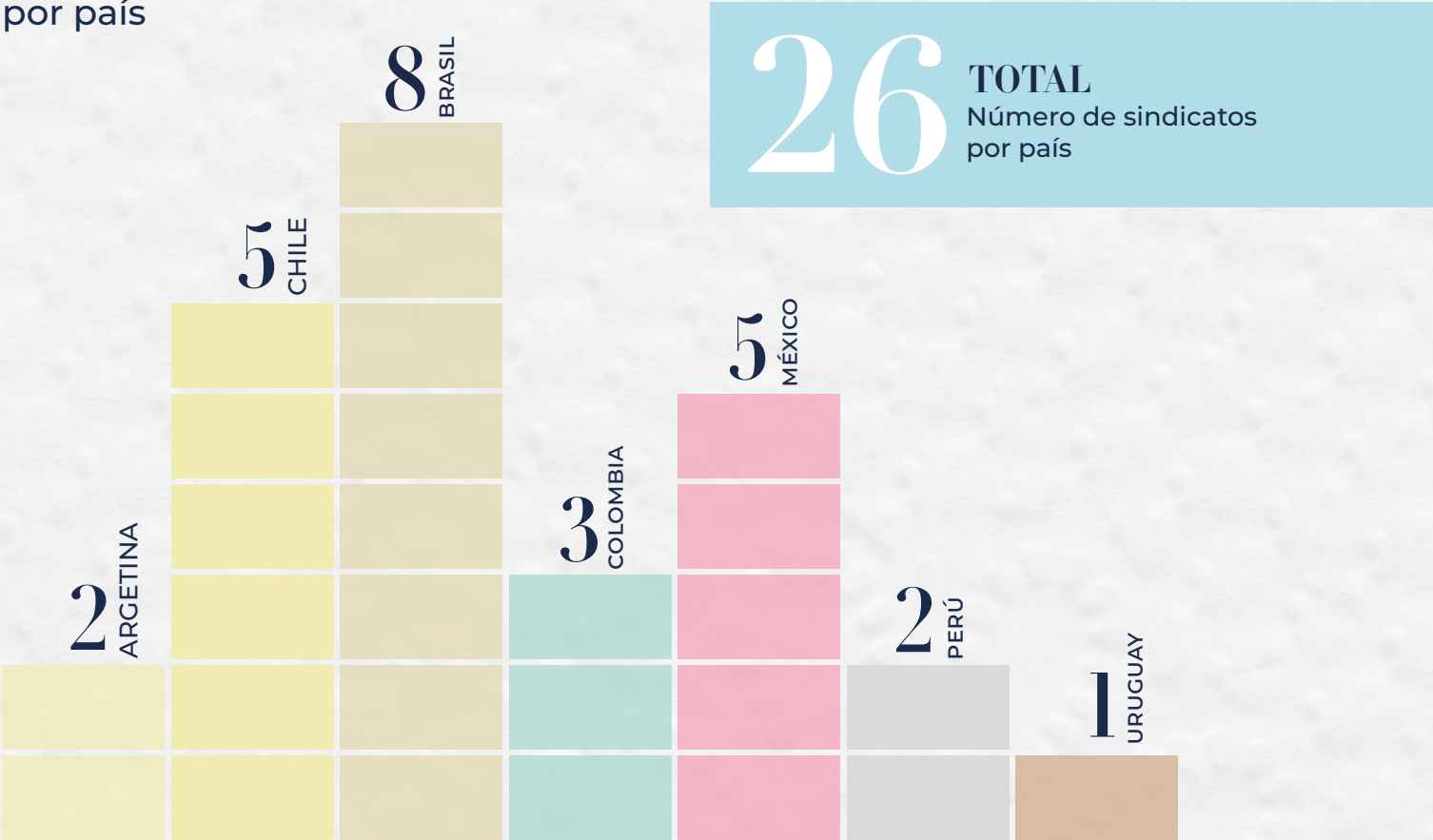
0

CATEGORÍA	2025		
	N° DE DENUNCIAS DE ACOSO LABORAL	N° DE DENUNCIAS DE ACOSO SEXUAL	N° DE DENUNCIAS DE VIOLENCIA EN EL TRABAJO
No admisible	2	2	0
Admisible no comprobada	27	7	1
En investigación	5	3	0
Admisible resuelta (total o parcialmente comprobada)	18	7	4
Total de denuncias	52	19	5

Evaluación periódica de desempeño

CATEGORÍA		2025
Número de evaluados por género	Mujeres	1.501
	Hombres	2.247
	Total	3.748
% de evaluados por género	Mujeres	40,05%
	Hombres	59,95%
	Total	100,00%
Número de evaluados por estamento	Ejecutivos, profesionales y técnicos	2.526
	Operarios	1.222
	Total	3.748
% de evaluados por estamento	Ejecutivos, profesionales y técnicos	67,40%
	Operarios	32,60%
	Total	100,00%

Número de sindicatos por país



Materiales utilizados según tipo y proceso en toneladas.

Categorías	2021	2022	2023	2024	2025
Renovables					
Materias primas	846.408	1.109.299	1.168.025	1.027.385	1.014.334
Envases y embalajes	42.981	45.908	45.246	40.080	48.197
Total renovables	-	1.391.487	1.433.292	1.067.465	1.062.531
No renovables					
Químicos	-	113.654	293.549	181.161	151.993
Envases y embalajes	-	50.080	67.691	42.236	31.737
Insumos plásticos (Solo para Softys)	-	-	-	53.184	47.315
Total no renovables	-	163.734	361.240	276.581	231.044
Total (Renovables + No renovables)					
Total (Renovables + No renovables)	-	1.555.221	1.794.532	1.344.046	1.293.575

Calendario de pagos

Para garantizar el pago oportuno a proveedores, hemos establecido calendarios de pago alineados con la legislación vigente en cada país donde opera.

CHILE	ARGENTINA	BRASIL	COLOMBIA
PROMEDIO DE DÍAS DE PAGO A PROVEEDORES			
32	54	61	52
PROMEDIO DE DÍAS DE PAGO A PROVEEDORES MIPYME			
6	20	28	28
ECUADOR	PERÚ	MÉXICO	URUGUAY
PROMEDIO DE DÍAS DE PAGO A PROVEEDORES			
56	55	61	36
PROMEDIO DE DÍAS DE PAGO A PROVEEDORES MIPYME			
32	18	s/i	41



¡Diviértete *en nuestro concurso:* **Dale vida a tu tubito!**

En Softys, buscamos siempre valorizar nuestros residuos, hemos logrado ser una empresa **cero residuos a relleno sanitario**, lo que puedes revisar en este reporte. Queremos que seas parte del cambio para cuidar nuestro planeta juntos y, por ello, en **el mes del reciclaje junto a Elite** queremos invitarte a un desafío para que transformes ese tubito de cartón que siempre termina en la basura en algo creativo, divertido y con propósito.

Hazlo solo, en familia, con tu curso o con tu comunidad. Lo importante es que le des una nueva vida a tu tubito y lo compartas con nosotros. Porque en Elite y Softys creemos que las pequeñas decisiones cotidianas también construyen un futuro más sostenible.

Además, reciclar es parte de nuestro compromiso de hacer más con menos. Queremos que te sumes y hagamos el cambio juntos para Cuidar el Futuro Hoy.

Fechas claves

¡Tienen desde el 17 de mayo hasta el 17 de junio!
Los ganadores se anuncian el 18 de junio.



Cómo participar

01.

Sigue en Instagram la cuenta oficial de **Softys.la + Elite según tu país**

@elite.chile
@eliteargentina
@eliteperuoficial
@elitecolombia_
@eliteecuador
@papeleselitemx,
@elite.uy
@softys.la

02.

Crea: transforma tu tubito

Elite en algo único y creativo.

03.

Sube tu foto o video con los hashtags **#DaleVidaATuTubito** + la categoría en la que participas (detalle de categorías aplicables por país en las bases).

Etiquétanos en la cuenta oficial de Instagram de Elite según tu país + Softys.la".

Prepárate para participar:
aquí tienes el detalle de
nuestras categorías y premios

Categoría
Familia
01

02
Categoría
Colaboradores

03
Categoría
Comunidades

04
Categoría
Colegios

05
Categoría
Más votados

Bases concurso

*Detalle de premios
aplicable según bases del
concurso de tu país.

Conoce las bases [aquí](#)



Kit de arte y
material didáctico
para el aula



Bicicleta



Pack Elite
anual



Visita de curso
a la planta
Softys



Scooter
eléctrico





