



# 2021

---

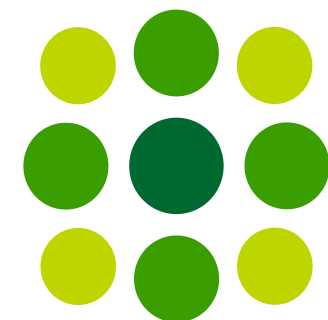
## REPORTE DE Sostenibilidad



**TOTTUS**

# Índice general

*En este documento damos cuenta de los avances y compromisos asumidos en nuestro Modelo de Sostenibilidad, es decir, nuestro desempeño económico, social y ambiental.*



Capítulo

01

Empresa  
Gobernanza  
Integridad

Capítulo

02

Mejor  
supermercado  
para trabajar

Capítulo

03

Mejor  
experiencia  
de compra

Capítulo

04

Ser  
un buen  
vecino

Anexos

05

Tabla de  
indicadores GRI  
Contacto

01

Empresa Gobernanza  
Integridad

02

Mejor supermercado  
para trabajar

03

Mejor experiencia  
de compra

04

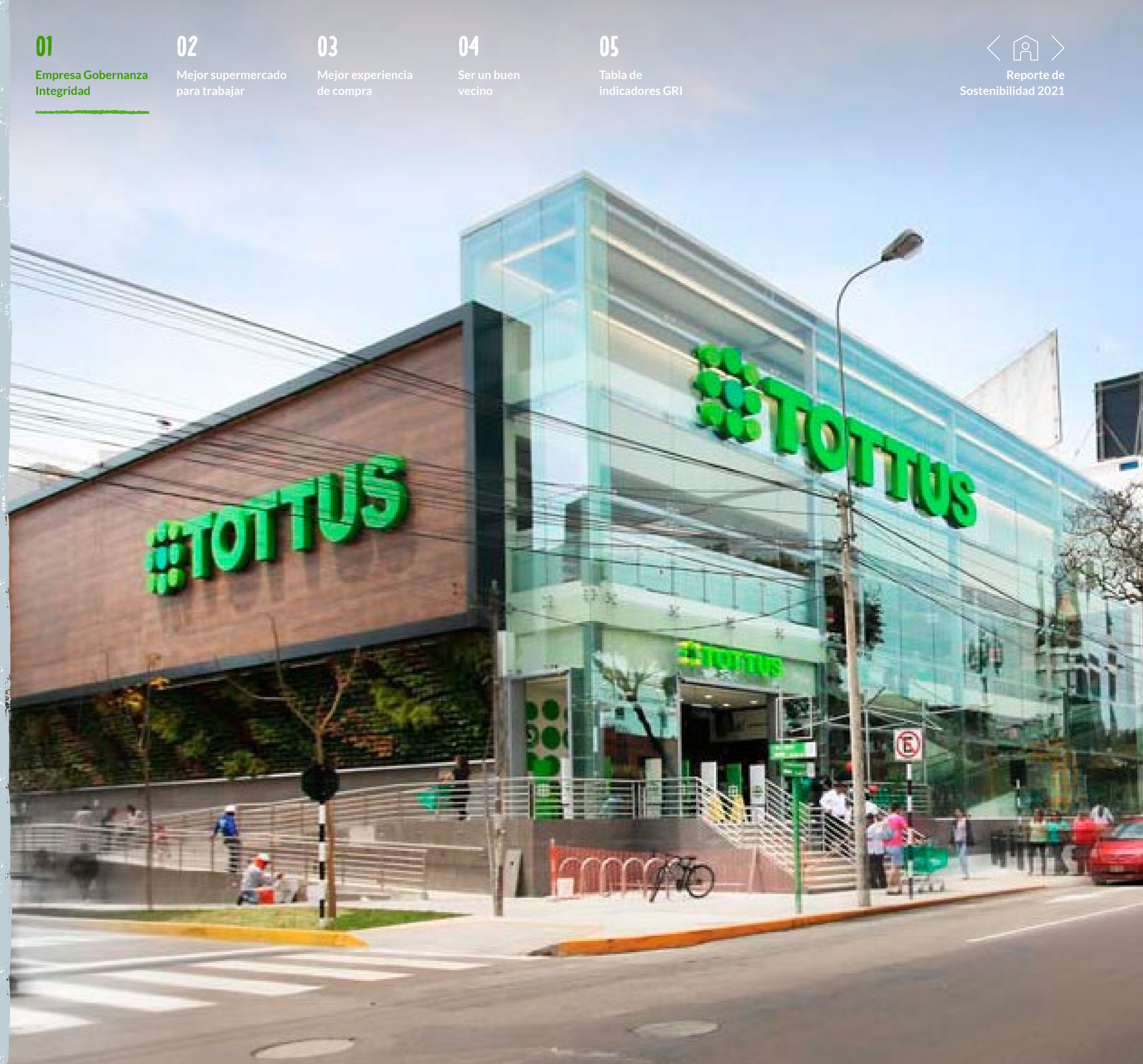
Ser un buen  
vecino

05

Tabla de  
indicadores GRI

01

# Empresa Gobernanza Integridad





NUESTROS LÍDERES

# Carta Gerente Corporativo

Johann Ramberg

El 2021 fue un año de grandes desafíos. Estoy convencido que la capacidad de adaptación a los cambios frente a una realidad global dinámica, las innovaciones aplicadas para brindar la mejor experiencia de compra y el compromiso de nuestro equipo jugaron un rol fundamental para alcanzar importantes resultados en el negocio y consolidar la estrategia corporativa.

Debido al Covid-19, nuestros canales físicos y digitales concentraron un flujo extraordinario de clientes en tiendas. En esta línea, robustecimos la estrategia omnicanal, buscando responder a las preferencias de los clientes a través de múltiples puntos de contacto en lo físico y digital. Inauguramos siete tiendas, cuatro de ellas en Chile y tres en Perú, sumando a nivel regional un total de 155 locales, fortaleciendo nuestra presencia territorial. Por otra parte, potenciamos el uso de la tecnología y la transformación digital, dentro de lo que destaca la consolidación de Fazil como marketplace de última milla con despacho express a nivel regional y la integración de Tottus al nuevo falabella.com, en Chile. Ambas plataformas nos permitieron llegar con nuestra oferta a muchas más personas y a partir de ello afianzarnos como uno de los mayores ecosistemas de retail en Latinoamérica.

De la mano de estos avances, incrementamos nuestras capacidades logísticas para apoyar el crecimiento del e-commerce. Tal es el caso de una nueva tienda gris 100% automatizada en Chile y la operación exclusiva de un picking center para apoyar la operación de Fazil en Perú. También, ampliamos la capacidad de nuestros centros de distribución, generando mayores eficiencias. Asimismo, potenciamos la estrategia de diferenciación a través de nuestras marcas propias, con nuevos desarrollos y más de 1.100 lanzamientos de productos, manteniendo una participación líder en los mercados donde operamos.

La salud y seguridad continuaron siendo un eje prioritario de acción. En este marco, sostuvimos una rigurosa gestión, incluyendo medidas de prevención y promoción de autocuidado, monitoreos permanentes en todas las operaciones y cumplimiento de protocolos establecidos para la seguridad de colaboradores, personal externo y los clientes.

Junto con ello, afianzamos el trabajo en torno a la construcción de un solo Tottus, con la creación de nuevas gerencias corporativas para fortalecer la estructura binacional. Además, llevamos a cabo capacitaciones en temáticas tales como liderazgo, libre competencia y prevención

del delito, fortaleciendo nuestra cultura organizacional desde los valores de excelencia e integridad.

Desde la gestión ambiental generamos diversos proyectos de economía circular, mediante la valorización de residuos y en ambos países medimos nuestra huella de carbono que sumó 2,051,733 TCO2 eq (alcance 1, 2 y 3). En cuanto a las comunidades, aumentamos el alcance de nuestros programas emblemáticos de educación en alimentación saludable en Chile y la donación de alimentos en Perú, con más de un millón de personas beneficiadas, potenciando a Tottus en su rol de Ser Un Buen Vecino.

Respecto al desempeño de las operaciones en Perú, cabe resaltar el crecimiento del marketplace Fazil, donde contamos con 278 sellers adicionales a Tottus, Falabella y Sodimac. A su vez, las ventas Food en e-commerce aumentaron un 95% respecto al periodo anterior.

La especialización de nuestras marcas propias se tradujo en la aplicación de reingenierías para la elaboración de productos, la incorporación de nuevas tecnologías y el desarrollo de fórmulas propias para brindar productos más saludables y con mayor vida útil, en sintonía con las expectativas actuales de los clientes.

INAUGURAMOS CUATRO TIENDAS EN CHILE Y TRES EN PERÚ, SUMANDO A NIVEL REGIONAL UN TOTAL DE

155  
LOCALES



Cabe mencionar un importante hito: concretamos la primera exportación a Chile de productos elaborados en nuestra Planta de Producción de Alimentos de Huachipa, otorgando mayor diferenciación a nuestra propuesta de valor.

Como resultado, obtuvimos un crecimiento de un 3,9% en ventas de Food y un 15,5% en Non Food en relación al periodo anterior.

Cada logro y meta alcanzada sólo fue posible gracias a las capacidades y el compromiso inquebrantable de nuestros colaboradores, a quienes buscamos entregarles las mejores oportunidades en Tottus. En esta línea, consolidamos nuestras plataformas digitales de capacitación, donde cientos de colaboradores participaron mensualmente en la plataforma edu.me, basada en micro learning y lanzamos el Programa de Coaching Ejecutivo para gerentes y gerentas de tiendas, con contenidos alineados a los resultados de la evaluación de desempeño, potenciando los liderazgos y la cultura de servicio esperada.

Con gran orgullo, nuestros esfuerzos por brindar un mejor lugar para trabajar nos hicieron merecedores en Perú del segundo lugar en Great Place to Work, un logro histórico para la compañía en la categoría de empresas de más de 1.000 colaboradores.

Nuestra visión de valor compartido también se materializó en la relación con nuestros proveedores. Definimos una condición de pago menor a 30 días con todos nuestros proveedores PYME que representan más de 2500 proveedores y lanzamos el proyecto Creciendo Contigo, donde invitamos a agricultores y emprendedores locales a sumarse y desarrollarse como proveedores de Tottus, aportando así a la economía local de los territorios.

Mientras, con las comunidades, seguimos desarrollando nuestra alianza con el Banco de Alimentos Perú, con casi 400 toneladas de alimentos donados y de contribuciones mediante campañas especiales con nuestras marcas propias, que representan cerca de dos millones de raciones de alimentos. Además, reafirmamos nuestro interés por ser un aporte a la educación en tiempos de pandemia, apoyando a la red educativa Fe y Alegría a través de la venta de boletos de su tradicional rifa, productos solidarios, recaudación de donaciones de vuelto de clientes, entre otras iniciativas.

Y a través de la plataforma Compartiendo Sabiduría, donde alcanzamos 14 millones de visualizaciones, continuamos entregando herramientas de empoderamiento y autosuperación para el bienestar integral de las mujeres peruanas.

**Potenciamos la estrategia de diferenciación a través de nuestras marcas propias, con nuevos desarrollos y más de 1.100 lanzamientos de productos, manteniendo una participación líder en los mercados donde operamos.**

Finalmente, desde nuestro enfoque de cuidado del medio ambiente, realizamos la primera medición de la huella de carbono junto al Ministerio del Medio Ambiente de Perú y robustecimos las iniciativas de valorización de más de 360 toneladas residuos orgánicos, donde trabajamos en proyectos de transformación de residuos en alimentos para animales, como también, donación de mermas a municipios para su transformación en compost para uso de los vecinos y las áreas verdes.

Hacia adelante, tenemos grandes retos y oportunidades. Estoy seguro que seguiremos trabajando con la misma dedicación y pasión para contribuir al desarrollo sostenible de Tottus en Chile y Perú, entendiendo nuestra responsabilidad con todos los grupos de interés y en especial con nuestros clientes, quienes se encuentran en el centro de nuestras decisiones.

**Johann Ramberg**

Gerente General Corporativo de Tottus

## NUESTROS LÍDERES

# Carta Gerente Tottus Chile

Alejandro Delgado

El nuevo comportamiento de los clientes se materializa principalmente en una experiencia de compra cada vez más omnicanal. En este contexto, durante 2021 continuamos trabajando para entregar la mejor propuesta de valor a través de un robusto ecosistema físico y digital.

En el ámbito del e-commerce alcanzamos un 129% de crecimiento de las ventas respecto al periodo anterior, como resultado de una serie de iniciativas.

Entre ellas, sumamos un nuevo canal de venta digital al integrarnos al marketplace de Falabella. En esta plataforma, logramos disponibilizar cerca de 7.500 productos, generando un tercio de las órdenes de compra online desde falabella.com.

Adicionalmente, formamos parte del crecimiento de la aplicación de última milla Fazil, donde potenciamos la categoría Food con importantes resultados.

Para dar soporte a las crecientes ventas online, inauguramos la primera tienda gris 100% automatizada y preparamos la operación y los almacenes para la categoría Non Food, disponibilizando casi 20.000 m<sup>2</sup> para este fin. Cabe señalar que esta categoría creció un 219% en ventas e-commerce respecto a 2020, con el posicionamiento de marcas exclusivas de tecnología y deportes, entre otros desarrollos.

Las sinergias con el grupo Falabella nos permitieron potenciar la experiencia de compra, al incorporar soluciones y tecnologías innovadoras. En este sentido, en la billetera virtual Fpay alcanzamos una participación del 6% de las ventas a través de este medio de pago y los clientes realizaron más de 880 mil canjes de puntos con el Programa de Lealtad. Además, consolidamos el sistema Click & Collect con 40 puntos de retiros y entregas promedio mensuales de 55 mil pedidos.

En el ámbito físico, inauguramos cuatro tiendas, sumando un total de 70 locales a lo largo del país. Además, generamos un sólido trabajo de remodelaciones e incorporamos nuevas tecnologías y automatizaciones, aportando mayores eficiencias. De la mano de la transformación digital, culminamos exitosamente el despliegue de la propuesta de autoservicio en el pesaje de perecibles en el 100% de la cadena y ampliamos en un 30% las cajas self check out a nivel nacional.

Mediante un gran esfuerzo de gestión, concretamos la unificación de la operación logística de productos refrigerados y congelados, correspondiente a las categorías de carnes, frutas y verduras, lácteos y congelados, logrando relevantes eficiencias operacionales y logísticas.

La estrategia de diferenciación y posicionamiento de nuestras marcas propias se vio robustecida con el desarrollo de nuevas categorías y el lanzamiento de más de 600 productos, con incrementos en la participación en diversas categorías, tales como abarrotes y congelados. Quiero destacar el trabajo junto a los proveedores como socios estratégicos y de largo plazo, a quienes acompañamos en su desarrollo para que alcancen los estándares de calidad que exigimos.

Estos avances se complementan con la consolidación de nuestra estrategia de precios convenientes los 365 días del año. Todas estas acciones, en su conjunto, nos permitieron en 2021 mejorar nuestras ventas en un 7% al compararlas con el periodo anterior.

# 7%

MEJORAMOS NUESTRAS  
VENTAS AL COMPARARLAS  
CON EL PERIODO ANTERIOR

Nada de esto sería posible sin las competencias y el compromiso extraordinario de nuestros colaboradores. Pensando en ellos y en su salud, implementamos la campaña “Modo Flex” para apoyar la modalidad de teletrabajo y pusimos a disposición alternativas para un retorno seguro a la oficina. Además, capacitamos al 100% de nuestro equipo en medidas de autocuidado para minimizar los riesgos de contagio por Covid-19. A quienes requirieran aislamiento, les entregamos cajas de ali-



mentos e insumos de primera necesidad para cubrir las necesidades específicas del colaborador y su familia, y les brindamos acompañamiento permanente. Junto con ello, con el objetivo de contribuir a su desarrollo y perfeccionamiento, entregamos 26 becas y más de 20 mil horas de formación con cursos de capacitación.

Desde la perspectiva de la cultura organizacional, lanzamos el programa de mentorías para el liderazgo femenino y el programa de formadores por la inclusión para equipos de tienda, potenciando la diversidad y pluralidad al interior de la compañía. Asimismo, continuamos afianzando el trabajo colaborativo en la construcción de “Un solo Tottus”. Y, como cada año, impulsamos capacitaciones en todos nuestros programas de cumplimiento, reforzando los principios de integridad que guían nuestro actuar.

Somos conscientes de nuestro rol en las comunidades y nos esmeramos en ser un buen vecino, buscando que donde haya un Tottus, también tengamos un mejor barrio. En esta línea, actualizamos la estrategia de relacionamiento comunitario, incrementamos a 90.000 personas el alcance de nuestro programa emblemático, Crecer Sano con Tottus y lanzamos iniciativas para apoyar el emprendimiento,

tales como capacitaciones, ferias de proveedores agrícolas y la incorporación de emprendedores locales a nuestra cadena de abastecimiento, cuyos productos se exhibieron en nuestras salas de ventas. También, lanzamos exitosamente el programa de donación de alimentos, con un alcance de 38 tiendas en su etapa inicial.

Desde la gestión medioambiental, por tercer año consecutivo medimos nuestra Huella de Carbono, siendo reconocidos por primera vez con el sello Reducción de la Huella de Carbono, otorgado por el programa Huella Chile del Ministerio del Medioambiente.

La tienda La Cisterna y el centro de producción Puente Alto obtuvieron el certificado en el marco del Acuerdo Producción Limpia Cero Residuos a Eliminación por la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático, por el cumplimiento del 100% de las metas y objetivos establecidos en el marco de este relevante acuerdo nacional. Así también, contamos con 13 productos certificados con Sello de Reciclabilidad en el marco del Acuerdo de Producción Limpia Ecoetiquetado. Estas iniciativas se complementan con innovadores proyectos de economía circular que impulsamos para la valorización de residuos orgánicos e inorgánicos.

**En el ámbito del e-commerce alcanzamos un 129% de crecimiento de las ventas respecto al periodo anterior, como resultado de una serie de iniciativas.**

Desde esta visión de crecimiento sostenible, realizamos un trabajo de actualización de los atributos de sostenibilidad de Tottus alineados a los ODS 2030, obteniendo un cuadro de mando con los principales programas e iniciativas, que cumplen con las funciones de impactar positivamente a nuestros principales grupos de interés.

Hacia el futuro, seguiremos trabajando con la entrega y consistencia que nos caracteriza para simplificar y disfrutar más la vida, siempre buscando brindar la mejor experiencia de compra a nuestros clientes y entregar el mejor lugar para nuestros colaboradores.

**Alejandro Delgado**  
Gerente General Tottus Chile



# Claves 2021



## Financieras

- **Optimización de costos**  
y aumento de eficiencias de procesos y autoatención
- **Crecimiento sostenido**  
en la venta de food y non food



## Digitales

- **Robustecimiento de la estrategia omnicanal** para cliente figital (mix físico y digital)
- **Aumento en tiendas de autoservicio** y procesos de pago
- **Crecimiento del e-commerce**
- **Implementación de la tienda gris automatizada**
- **Alta integración al ecosistema Falabella y marketplace falabella.com**
- **Consolidación de Tottus** como seller de Fazil para la operación de última milla en despacho express



## Sociales

- **1.140 Lanzamientos** de productos marcas propias
- **Fortalecimiento** de la cultura organizacional y trabajo colaborativo basado en los programas de cumplimiento del grupo
- **Robustecimiento de la estrategia** de relacionamiento con comunidades especialmente en emprendimiento, donación de alimentos, alimentación saludable y contribución al bienestar integral de las mujeres aportando herramientas de autosuperación

# 2021 en una mirada



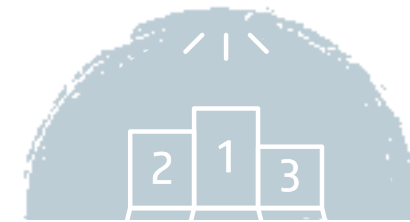
N° DE TIENDAS

70

CHILE

85

PERÚ



POSICIONAMIENTO  
DE MERCADO

#4

CHILE

#2

PERÚ



PARTICIPACION DE  
MERCADO

7%

CHILE

4%

PERÚ



SUPERFICIE DE VENTA EN M<sup>2</sup>

207.133

CHILE

278.672

PERÚ



N° DE TRANSACCIONES

44.673.328

CHILE

71.499.683

PERÚ



VENTAS TOTALES

MM\$ 989.974

CHILE

MM\$ 1.083.804

PERÚ

# Nuestra empresa

## Historia

En 2002 ingresamos al mercado peruano bajo la marca Tottus y posteriormente al mercado chileno en 2004. Pertenecemos a Falabella, una de las mayores compañías de retail de América Latina con presencia en Chile, Perú, Colombia, Argentina, Brasil, Uruguay y México.

## Nuestras tiendas

En Tottus operamos hipermercados, supermercados y formatos de precio conveniente (Hiperbodega y Superbodega Precio Uno). Contamos con 155 tiendas y presencia online en Chile y Perú, que nos permiten estar más cerca de nuestros clientes y ofrecer un servicio de excelencia y calidad. Nuestra participación del mercado está del orden del 7% en Chile y 4% en Perú.

En materia de crecimiento, este 2021 inauguramos siete tiendas nuevas. En Chile, abrimos dos tiendas en la Región Metropolitana (Tottus Pajaritos y Tottus Plaza Oeste), una tienda en la Región de Antofagasta (Tottus Antofagasta Norte) y otra tienda en la VI Región (Tottus San Vicente). Asimismo, en enero de 2022 realizaremos la apertura de Tottus Kennedy en la Región Metropolitana. Mientras, en Lima, Perú, inauguramos tres Superbodegas Precio Uno, un nuevo formato de tiendas que cuentan con 700 m<sup>2</sup> para ofrecer una propuesta eficiente de productos con los precios más bajos.

Por otra parte, realizamos importantes avances en materia de remodelaciones, integrando altos estándares de funcionamiento e infraestructura. En el caso de Chile destacan, entre otros, el proyecto de automatización para la ampliación de la capacidad de las cajas y balanzas de autoservicio en toda la cadena, las renovaciones en las tecnologías de refrigeración que aportan eficiencia operacional, y finalmente, la estandarización de la nueva imagen de Tottus que alineamos para ambos países.

Mayor información de nuestras tiendas y su ubicación en [www.tottus.com](http://www.tottus.com)





## Centros de Producción, Distribución y Tiendas Grises

En la línea de alimentos, contamos con nuestros propios Centros de Producción en Chile y Perú, asegurando la selección, control y producción con los más altos estándares de inocuidad. También les exigimos a todos nuestros proveedores las certificaciones y cumplimiento de normativas, con especial énfasis en nuestras Marcas Propias.

En Perú, nuestra moderna Planta de Producción de Alimentos de Huachipa se encuentra ubicada en el mismo complejo donde operan el Centro de Distribución Frescos y el Centro de Distribución Secos.

## Nuevas capacidades logísticas

Con el objetivo de robustecer la gestión de la creciente demanda de e-commerce, este año continuamos incrementando las capacidades logísticas de nuestras operaciones.

En Chile, inauguramos nuestra primera tienda gris 100% automatizada en Peñalolén, sumándose a la tienda gris que opera en La Farfana, ambas en la Región Metropolitana. Complementariamente, ampliamos la capacidad de nuestros Centros de Distribución, totalizando una superficie de almacenamiento y abastecimiento de 126.175 mt<sup>2</sup>, lo que representa un 54% más respecto al periodo anterior. Asimismo, iniciamos la construcción de nuestro nuevo Centro de Producción en Quilicura, Región Metropolitana. Cabe destacar, este año materializamos la unificación de la operación de fríos, correspondiente a las categorías de carnes, frutas y verduras, lácteos y congelados, aportando mayores eficiencias.

En Perú, logramos un importante hito con el inicio de la ampliación de nuestro Complejo Logístico ubicado en Huachipa, que contará con un almacenaje automático de pallets y un sistema de sorteo de cajas automático. Mientras en Lima, expandimos la capacidad de los Picking Centers de Atocongo, La Marina y Huaylas. Además, avanzamos en el proceso de automatización del Centro de Distribución Secos de Huachipa y del Picking Center Panamá, el cual dispusimos exclusivamente para brindar soporte a la operación de Fazil. Junto a esto, continuamos desarrollando la operación a través de almacenes satélites tanto en Lima como en provincias, permitiéndonos reducir el tiempo de atención a los clientes.

# Nuestro modelo de negocio

Queremos brindar comodidad, accesibilidad y solución a las necesidades de nuestros clientes. Para ello, hemos desarrollado una propuesta de valor omnicanal que cuenta con seis formatos de tiendas físicas, sellers en un marketplace de quick commerce (Fazil), sellers en Falabella.com y una tienda virtual en internet.

Ofrecemos una amplia variedad de productos de marcas nacionales e internacionales de excelente calidad, clasificados en tres grandes categorías: Food, Non Food y Perecibles.

## FORMATOS DE TIENDAS TOTTUS



**Tottus Supermercados**



Categorías de productos tradicionales en alimentos e higiene



**Tottus Hipercor**



Donde además es posible encontrar una oferta ampliada de bienes durables, línea blanca, vestuario, productos electrónicos y artículos para el hogar



**Hiperbodega Precio Uno**



Surtido completo de alimentación y bienes. Ponemos precios convenientes (Perú)



**Tottus.cl Tottus.com**



Tienda virtual 24/7 que permite realizar compras por internet



**Superbodega Precio Uno**



Surtido eficiente de productos de primera necesidad con precios convenientes (Perú)



**Tottus Vecino**



Surtido de productos para la compra del día a día (Perú)

## CATEGORIAS DE PRODUCTOS

**> Food**

- Abarrotes
- Bebidas y licores

**> Non Food**

- Vestuario y calzado
- Productos electrónicos y línea blanca
- Artículos para el hogar
- Higiene y limpieza
- Artículos de librería, juguetería y ferretería
- Alimentos y accesorios para mascotas
- Cuidado personal
- Lavado y mantención

**> Perecibles**

- Frutas y verduras
- Fiambrería, lácteos y congelados
- Panadería y pastelería
- Platos preparados
- Carnicería y pescadería

# Soluciones omnicanales



## FAZIL

Marketplace de última milla con despacho express de las compras en Tottus, Falabella Retail y Sodimac. Contamos con 278 sellers adicionales en Perú



## PLATAFORMA DE E-COMMERCE

Tottus.com con despacho a domicilio



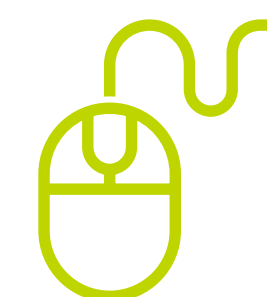
## FALABELLA.COM

Marketplace de última milla de Falabella con despacho express en compras en Falabella Retail, Tottus, Sodimac y Linio. Contamos con +10.000 sellers adicionales a nivel regional



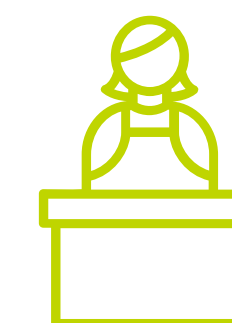
## FPAY

Billetera virtual de Falabella que permite, entre otras funcionalidades, el pago de compras por el celular a través de un código QR



## CLICK & COLLECT

Red de puntos de retiro de compras online realizadas en Tottus, Sodimac, Falabella y Linio



## STORE SELLERS & MÓDULOS EN TIENDAS

Compra en tienda con despacho a domicilio



## LINIO

Marketplace donde se pueden realizar compras online de Tottus, Falabella Retail y Sodimac. Contamos con sellers adicionales en Chile y Perú

# Marcas Tottus

Queremos deleitar a nuestros clientes con productos de la mejor calidad, diseñados y testeados especialmente por nuestros equipos de control. Con este objetivo, desarrollamos nuestras Marcas Propias TOTTUS y PRECIO UNO y también contamos con destacadas Marcas Exclusivas.

## LINEAS DE PRODUCTOS MARCAS PROPIAS

### TOTTUS ORIGENES

Línea creada para ofrecer productos tradicionales, artesanales de regiones típicas y reconocidas de Chile o Perú

### TOTTUS PREMIUM

Línea creada para ofrecer productos de alimentación diferenciados de valor en ingredientes, origen y/o momento de consumo

### TOTTUS LIFE

Línea creada para brindar opciones de alimentación saludable

### TOTTUS MEN

Línea dirigida a cubrir las necesidades y preferencia de los consumidores masculinos

### TOTTUS BEBE

Línea creada para cubrir las necesidades del bebé

### TOTTUS KIDS

Línea creada para niños/as de 2 a 6 años

## MARCAS EXCLUSIVAS

### CASAJOVEN

Línea decoración, menaje, textil, hogar y aseo con excelente precio - calidad

### OFISCOOL

Artículos de oficina, cuadernos y útiles escolares en líneas Ofiscool y Ofiscool Collection

### STAHLTEK KITCHEN

Menaje cocina

### TERRACINA

Menaje comedor

### DORSAY

Marca de mochilas escolares y maletas

### RECCO

Marca de "Primer Precio" con amplio surtido de electrodomésticos y video

### WURDEN

Marca de electrodomésticos de excelente diseño y calidad

### ALLBASICS

Línea de vestuario para hombre, mujer, niño, bebé y calzado

### CHEROKEE

Marca norteamericana de ropa para niños/as y jóvenes importada exclusivamente por Tottus

### HEURA

Línea de productos veganos, de carne 100% vegetal

### MURANA

Línea de belleza y cuidado personal que ofrece productos de valor a precios accesibles

### PORTERHOUSE

Línea premium de cortes y productos de carne americana calidad choice

# Nuestra gobernanza corporativa

Nuestras políticas de gobierno corporativo, integridad y gestión de riesgos nos entregan la confiabilidad y estabilidad necesarias para un crecimiento y desempeño sostenible.

## Estructura de gobierno

La estructura del gobierno corporativo para la Región está compuesta por dos directorios.

Uno en Chile, presidido por Juan Carlos Cortés Solari que opera con nueve miembros, incluyendo una representante femenina. Y otro en Perú, cuyo presidente es Juan Fernando Correa Malachowski y está integrado por tres miembros.

Por estatutos e independencia en las decisiones, los directores no ocupan cargos ejecutivos y responden a la confianza de la Junta de Accionistas de Falabella.



## DIRECTORIO TOTTUS CHILE



NOMBRE	CARGO	PROFESIÓN
Juan Carlos Cortés Solari	Presidente	Licenciado Ciencias de la Administración
Francisca Camila Díaz Del Río	Directora	Empresaria
Carlo Solari Donaggio	Director	Ingeniero Civil Industrial Químico
Cristóbal Hurtado Rourke	Director	Ingeniero Comercial
Sandro Solari Donaggio	Director	Ingeniero Civil
Esteban Luis Daniel Iovich Schirrer	Director	Analista de Sistemas
Víctor Horacio Pucci Labatut	Director	Ingeniero Civil
Alberto Ramón Morgan Lavín	Director	Abogado
Francisco Víctor Leyton Francione	Director	Empresario

## DIRECTORIO TOTTUS PERÚ



NOMBRE	CARGO	PROFESIÓN
Juan Fernando Correa Malachowski	Presidente	Ingeniero Industrial
Juan Xavier Roca Mendenhall	Director	Ingeniero Civil Industrial
Bruno Alberto Funcke Ciriani	Director	Administrador De Empresas



## Plana Ejecutiva

Johann Ramberg es el Gerente Corporativo y Gerente General de nuestras operaciones en Perú. En tanto, Alejandro Delgado lidera la Gerencia General en Chile.

## Estructura Corporativa

En el marco de la integración binacional de nuestra compañía, durante 2021 continuamos fortaleciendo la estructura organizacional con la consolidación de las gerencias corporativas. Las mismas cumplen un rol fundamental, ya que permiten maximizar sinergias, lograr una mayor eficiencia y posicionar las mejores prácticas a través de los aprendizajes cruzados.

En este contexto, creamos la Gerencia Corporativa de Planificación y Logística y la Gerencia Corporativa de Sistemas.

## ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL TOTTUS

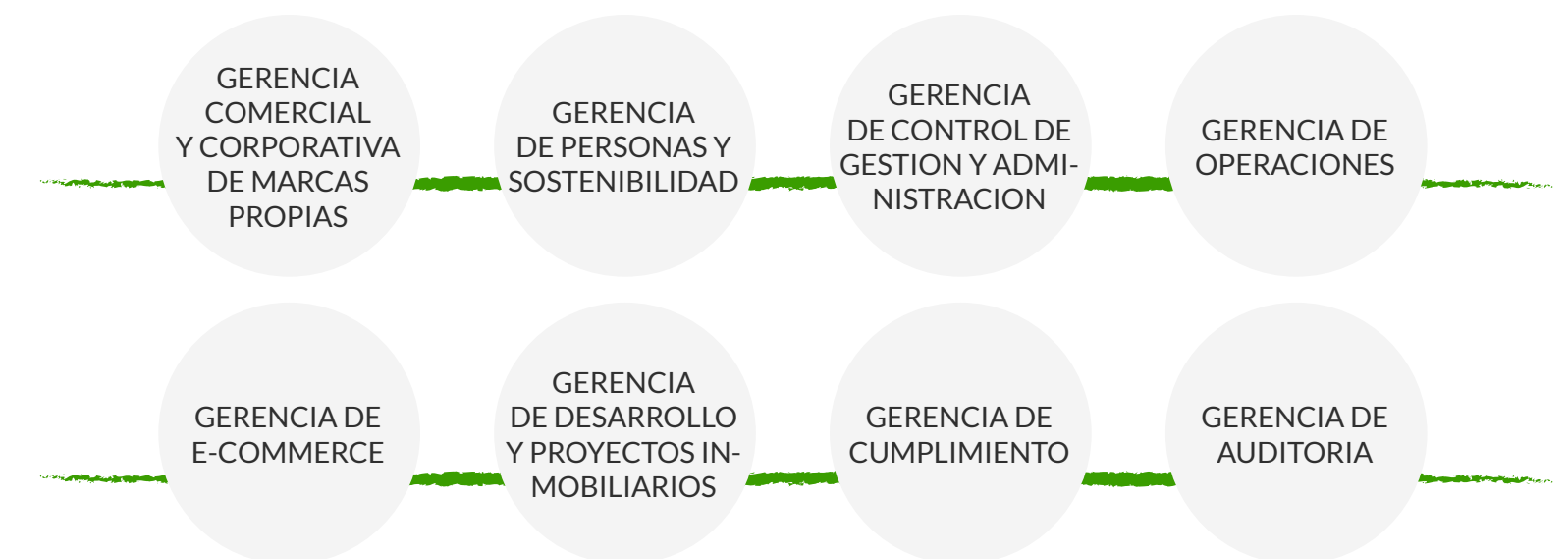
### GERENCIA CORPORATIVA TOTTUS



### GERENCIA GENERAL TOTTUS PERÚ



### GERENCIA GENERAL TOTTUS CHILE



# Sistema de integridad y prevención de delitos

En Tottus contamos con un sistema de integridad y de prevención de delitos que representa el marco de orientación fundamental para nuestros colaboradores y grupos de interés.

## Nuestro Sistema de Integridad

Estamos convencidos de la importancia de actuar con sentido y de vivir una cultura de integridad.

Desde esta perspectiva, implementamos con rigurosidad nuestros Programas de Cumplimiento, con estricto apego a las normativas exigidas por las autoridades. Así también, impulsamos un robusto plan anual de capacitaciones y difundimos permanentemente contenidos en temáticas específicas a través de nuestras plataformas de comunicación.

Este año actualizamos el Programa de Ética, con el cual buscamos reforzar el conocimiento de los valores de la compañía y el comportamiento esperado en materia de Integridad por parte de los colaboradores y terceros en general. Además, actualizamos la Política de Gestión de Conflictos de Intereses, la Política de Regalos y la Política de Invitaciones.

Junto a esto, participamos en el Encuentro Anual de Investigadores, organizado por Falabella con alcance regional. En esta instancia de formación sobre los conocimientos y principios del Código de Integridad y del Canal de Integridad, se capacitaron los colaboradores de Chile que se desempeñan en este rol.

Asimismo, en Chile sesionamos 28 reuniones en el Comité de Ética, el cual está integrado por el Gerente de Personas, el Gerente de Operaciones, la Oficial de Ética, el Subgerente de Relaciones Laborales y el abogado de la Gerencia de Ética Corporativa. Y por segunda vez, aplicamos la Encuesta de Integridad Corporativa en este país, con la finalidad de medir la percepción de la integridad de la compañía por parte de los colaboradores y promover mejoras asociadas.

Mientras en Perú, por tercer año consecutivo realizamos la Semana de la integridad, teniendo como temática central a “los conflictos de intereses”.



## Estructura organizacional de Integridad

Contamos con una estructura organizacional que nos permite difundir adecuadamente nuestros valores, educar a colaboradores

y terceros con quienes nos relacionamos y gestionar profesionalmente todas las consultas y denuncias que se reciban.



### ESTRUCTURA DE INTEGRIDAD

#### GERENCIA DE ETICA CORPORATIVA

Es el área responsable de Falabella a cargo de velar por el buen funcionamiento del Programa de Ética y el fiel cumplimiento del Código de Integridad, gestionando las consultas, denuncias e investigaciones de forma profesional y confidencial. Adicionalmente, desarrolla capacitaciones y campañas de difusión con el objeto de orientar a los colaboradores en nuestra ética.

#### COMITE DE ETICA

En los países donde operamos, está formado por el Gerente General, el Gerente de Administración y Finanzas en Perú y el Gerente de Control y Administración en Chile, el Gerente de Auditoría, el Gerente de Personas en Chile y el Gerente de Gestión Humana en Perú y el Oficial de Ética. Su objetivo es supervisar la efectividad del Programa de Ética de la compañía.

#### CONSEJEROS DE INTEGRIDAD

Son colaboradores que han recibido un entrenamiento especial para asesorar en temas de integridad, aclarando dudas e inquietudes y canalizando de forma confidencial las denuncias que se les planteen.

#### OFICIAL DE ETICA

Es un colaborador/a designado por el Gerente General para que actúe como interlocutor entre la compañía y la Gerencia de Ética Corporativa

## Canal de Integridad

Disponemos de distintos medios de contacto directamente con la Gerencia de Ética Corporativa, los cuales incluyen acceso vía intranet y público en la web, correos, teléfono de contacto y personalmente acudiendo a nuestras oficinas. Además, en tiendas, contamos presencialmente con los Consejeros de Integridad.

Toda la información recibida es tratada de forma estrictamente confidencial y sin temor a represalias. Asimismo, los colaboradores y/o terceros pueden efectuar una denuncia de manera anónima. Este año, el 100% de los nuevos Investigadores del Canal de integridad se capacitaron en el desempeño de este rol.

### MEDIOS DE COMUNICACION CON EL CANAL DE INTEGRIDAD

#### CHILE

- › [contactochile@gerenciadeetica.cl](mailto:contactochile@gerenciadeetica.cl)
- › Teléfono 800 726 100
- › Link de acceso directo en página web
- › Intranet
- › Oficinas de Gerencia de Ética Corporativa

#### PERÚ

- › [contactoperu@gerenciadeetica.com](mailto:contactoperu@gerenciadeetica.com)
- › Teléfono 0800 18479
- › Link de acceso directo en página web
- › Intranet
- › Oficinas de Gobernanza, Etica y Cumplimiento de Falabella Corporativo

## Programa de Prevención de Delitos

En Tottus estamos firmemente comprometidos con evitar la comisión de delitos dentro de la organización. Para ello, disponemos de una Política de Prevención de Delitos y un Programa de Prevención de Delitos que exige un comportamiento estricto y diligente por parte de todos los colaboradores. Este robusto programa contempla directrices, responsables y actividades de prevención, detección, respuesta y monitoreo permanentes.

En 2021, en Chile recertificamos nuestro Modelo de Prevención de Delitos acorde a la Ley 20393, incluyendo uno de los delitos referido a la Ley de Pesca. Asimismo, sesionamos nuestro Comité de Cumplimiento con frecuencia trimestral, conformado por el Gerente General, el Gerente de Personas, el Gerente de Operaciones, el Gerente de Auditoría Interna, el Gerente de Cumplimiento y otros invitados. En adición, realizamos capacitaciones dirigidas al 100% de cargos expuestos a nivel de Gerentes y Subgerentes y a colaboradores en general. Y por segundo año, capacitamos en prevención de delitos a terceras partes intermedias que nos representan en instancias e instituciones claves. Cabe destacar, la utilización de la plataforma

digital Nexo como herramienta formativa y de evaluación, que implementamos junto a Gerentes de Tiendas, Administradores y Jefaturas de Sección.

Mientras en Perú, desde la Gerencia de Gobernanza, Ética y Cumplimiento de Falabella, trabajamos en la consolidación del Modelo de Prevención de Delitos y mantuvimos la certificación del modelo por la empresa BH Compliance. En este marco, dimos cabal cumplimiento a las auditorías de seguimiento e impulsamos capacitaciones con nuestro público objetivo, con un 90% de Gerentes y Subgerentes capacitados en temas de anticorrupción al cierre de este periodo.

100%

DE OPERACIONES EVALUADAS EN RIESGOS DE CORRUPCION A NIVEL REGIONAL

## ANTICORRUPCION Y NO DISCRIMINACION

	CHILE			PERÚ		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Casos comprobados de discriminación	0	0	2	0	0	0
% de operaciones evaluadas en riesgos de corrupción	100%	100%	100%	100%	100%	100%

## Libre Competencia

Buscamos competir en forma abierta e independiente en los mercados en los que tenemos presencia, inspirados en la lealtad con el consumidor y con respeto estricto a la libre competencia. Para ello, contamos con una Política de Libre Competencia y un Programa de Libre Competencia como marco de actuación en esta materia. Además, disponemos de una matriz de riesgos en Libre Competencia, que actualizamos en Chile y Perú durante 2021.

Conforme a una plan de trabajo anual, este año capacitamos y evaluamos en Libre Competencia el 100% de los cargos expuestos a nivel de Gerentes y Subgerentes en Chile y el 98% de Gerentes y Subgerentes en Perú. Asimismo, impul-

samos iniciativas emblemáticas como el “Mes de la Libre Competencia” en Chile y la “Semana de la Libre Competencia” en Perú, con jornadas de capacitaciones con expertos, difusión de dilemas éticos y comunicación de material relevante del Programa de Libre Competencia, como el instructivo sobre Protección de la Información Comercialmente Sensible. Como novedad, realizamos la Primera Capacitación Binacional para Líderes en Libre Competencia, producto de un trabajo conjunto entre Chile y Perú en el marco de construcción de “Un solo Tottus”. Esta capacitación tuvo alcance a nivel regional.

Entre otras actividades, podemos mencionar la certificación del Programa de Libre Competencia en Perú, la capacitación en Libre Competencia a nuestros representantes en asociaciones gremiales en Chile y las instancias de formación a cargos expuestos en el manejo de la Herramienta Digital de Libre Competencia, también en este país.

## Contribuciones Políticas

No realizamos contribuciones a campañas políticas ni a organizaciones de lobby.

# Gestión de riesgos y derechos humanos

En Tottus asumimos nuestros desafíos y crecimiento sostenible desde una visión de largo plazo.

Esto requiere una adecuada gestión de riesgos para evitar que la organización se desvíe de su ruta trazada y siempre asegurando el respeto por nuestros grupos de interés.

## Gestión Integral de Riesgos

Contamos con dos dimensiones de análisis, revisión y seguimiento de riesgos: riesgos propios del negocio y riesgos ESG (por sus siglas en inglés Ambiental, Social y de Gobierno Corporativo).

### RIESGOS PROPIOS DEL NEGOCIO

Como compañía, trabajamos en torno a cuatro matrices de riesgos relacionadas con los ámbitos de cumplimiento legal, tecnología (TI), seguridad física y procesos operacionales. Cada uno de los riesgos definidos y priorizados, tiene asignado un “dueño” o responsable de dar trazabilidad a través de controles y evidencias. Promovemos instancias de seguimiento a estas matrices y presentamos sus resultados en Comité a Gerencia General, de forma trimestral. A nivel de ecosistema, participamos en el Comité de Riesgos de Falabella, donde se monitorean los principales riesgos de las unidades de negocio del Grupo y luego se comunican al Directorio.

Durante 2021, en Chile, implementamos mesas de trabajo, donde relevamos los “nuevos riesgos/nuevos controles” con los dueños de procesos, tanto de las matrices de Riesgo Operacional como de la matriz de Riesgos SOX. Mientras en Perú, continuamos reforzando la conciencia de riesgos al interior de la empresa, por medio de capacitaciones online con los dueños de procesos y gestores de riesgo. Como hitos, destacamos la nueva Gerencia Corporativa de Riesgos, la nueva Gerencia de Riesgos y Control Interno en Perú y la publicación de la Política de Riesgos Operacionales en Chile.

### RIESGOS ESG

A través de Falabella como integrante del índice Dow Jones Sustainability Index (Global, Mercados Emergentes, MILA y Chile), en Tottus recibimos feedback respecto a temas claves que suponen factores de riesgos en Sostenibilidad Corporativa.

Adicionalmente, este año impulsamos dos procesos de debida diligencia en ESG. Por una parte, participamos en talleres que buscan implementar las recomendaciones del Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD), con la finalidad de gestionar los riesgos derivados del cambio climático. Por otra parte, sentamos las bases del proceso de levantamiento de riesgos en Derechos Humanos, que desplegaremos el 2022.

## Respetamos los Derechos Humanos

En Tottus estamos comprometidos con respetar a todas las personas independientemente de sus posturas ideológicas y filosóficas, ideas políticas, creencias religiosas, orientación sexual, raza, nacionalidad, etnia u origen. De igual manera, buscamos promover la diversidad e inclusión como fuente de enriquecimiento recíproco entre los colaboradores y no toleramos ningún tipo de discriminación arbitraria o conducta de acoso.

Frente a los dos casos de discriminación registrados en Chile, tomamos las medidas y sanciones pertinentes. Junto a esto, fortalecimos la comunicación y capacitación en los protocolos existentes. Además, generamos una Guía de Buen Trato y Atención Inclusiva, que define un marco de actuación y procedimientos asociados, la cual nos comprometimos a capacitar, al menos una vez al año, a las empresas externas de seguridad, Gerentes de Tiendas, Jefaturas de Prevención, área de Recursos Humanos, entre otros.

## Ciberseguridad y protección de la privacidad de los clientes

Procuramos proteger, manejar y guardar la información con estricto apego a la ley y a la normativa interna, con absoluta discreción, sin utilizarla para beneficio propio o de terceros.

Para ello, disponemos de políticas asociadas a la privacidad de datos de la compañía y de clientes, a nivel corporativo y de nuestro negocio. Además, contamos con un Responsable de la Seguridad de la Información del Negocio a quien reportan los Oficiales de Seguridad de la Información designados en Chile y en Perú.

A través de nuestro Plan de “Awareness & Training”, impulsamos capacitaciones mensuales de Seguridad de la Información y campañas de mailings con recomendaciones de seguridad, videos y charlas, dirigidos a cargos expuestos y nuevos ingresos a la compañía.

En 2021, concretamos la integración de indicadores de riesgo a los procesos de

seguimiento mensual y la homologación de riesgos de los negocios con los riesgos estratégicos corporativos relacionados con la Seguridad de la Información. Este mismo proceso se llevará a cabo en Chile durante el año 2022.

Respecto a la protección de la privacidad de los clientes, desde la Gerencia de Seguridad de la información y la nueva Gerencia Corporativa de Gobierno de Datos de Falabella, este año realizamos un trabajo en sinergia con el objetivo de fortalecer un ambiente de control y garantizar la protección de los datos confidenciales de la compañía y nuestros clientes. Bajo el paraguas del Programa de Protección de Datos Personales, participamos en mesas de trabajo, impulsamos capacitaciones dirigidas a cargos expuestos y proveedores estratégicos y estratégicos y en Perú aprobamos la nueva Política de Cookies disponible en nuestra página web.



# Modelo de Sostenibilidad

Nuestra Estrategia de Sostenibilidad cuenta con tres focos de trabajo:

01

Empresa Gobernanza  
Integridad

02

Mejor supermercado  
para trabajar

03

Mejor experiencia  
de compra

04

Ser un buen  
vecino

05

Tabla de  
indicadores GRI



### Gobernanza de Sostenibilidad

El área de Sostenibilidad depende de la Gerencia Corporativa de Marketing, con el fin de fortalecer la propuesta de valor de la compañía y nuestra relación con los grupos de interés. Desde 2020, en Chile el área reporta a la Gerencia de Personas y Sostenibilidad, mientras en Perú se mantiene dentro de la Gerencia de Marketing.

### Herramientas de Sostenibilidad



### Atributos de Sostenibilidad

Durante 2021, realizamos un cruce entre los impulsores de valor ESG de Falabella y los atributos de sostenibilidad de Tottus alineados a los ODS2030. Como resultado de este ejercicio, determinamos un cuadro de mando con los principales programas e iniciativas de Tottus, que cumplen con las funciones de impactar positivamente a nuestros principales grupos de interés y estar sincronizados con los lineamientos del corporativo, Falabella.



# Nuestra contribución a los ODS 2030

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 2030 de las Naciones Unidas representan un lenguaje común en torno a los principales desafíos globales de sostenibilidad, que requieren la acción mundial de los gobiernos, las empresas y la sociedad civil.

Desde 2018, nuestra Estrategia de Sostenibilidad se encuentra alineada con los ODS2030. En Chile, contamos con objetivos y metas asociadas a los cuatro ODS priorizados por la compañía y donde buscamos contribuir mayormente. Así también, conformamos mesas de trabajo por cada ODS2030, donde las gerencias o áreas relacionadas participan activamente en cada iniciativa. En 2021, actualizamos nuestro cuadro de mando de sostenibilidad alineado a los ODS2030, incluyendo la sincronización con los lineamientos corporativos de Falabella.

## Nuestros focos principales en base a los



### MARCAS PROPIAS SOSTENIBLES

Beneficiar a nuestros clientes contando con marcas propias accesibles, de estándares de calidad internacional, basadas en buenas prácticas de producción y comercialización



### ALIMENTACION SALUDABLE

Contribuir al bienestar de nuestros colaboradores, clientes y comunidades a través de inspirar mejores hábitos de alimentación



### EMPRESA MAS HUMANA

Ser una empresa más humana donde exista desarrollo laboral, buenas relaciones personales, trabajo en equipo y colaborativo y se promueva la diversidad e igualdad de oportunidades



### CONSTRUCCION Y OPERACION SOSTENIBLE

Construir y operar de forma amistosa con el medioambiente

# Relación con los grupos de interés

## Nuestros grupos de interés

En Tottus contamos con un total de 37 partes interesadas, que fueron identificadas y priorizadas en seis grupos de interés: clientes, colaboradores, proveedores, comunidad, autoridades y gobierno corporativo. Dicha priorización se basa en los criterios de capacidad para influir en nuestras operaciones por parte de los grupos de interés y de nuestro impacto en ellos.

En 2021, revisamos la estructura existente, manteniéndose la misma para este periodo.

Además, para asegurar una escucha activa y directa con nuestros públicos, disponemos de una serie de canales y mecanismos de comunicación que facilitan un contacto permanente.

GRUPOS DE INTERES	CANALES DE INFORMACION	CANALES DE ESCUCHA	CANALES DE PARTICIPACION
<b>Clientes</b>	Sitio web (D) Reporte de Sostenibilidad (A) LinkedIn Corporativo (CR) Redes sociales Facebook, Twitter e Instagram (S)	Libro de reclamos en tienda (D) contacto@tottus.cl (A) Servicio Nacional del Consumidor Chile (CR) Instituto Nacional de Defensa del Consumidor Perú (D) Cuestionario de satisfacción NPS (D) Canal de Integridad (D)	Redes sociales Facebook, Twitter e Instagram (S) Asistencia telefónica (D) Asistente virtual (chatbot) (D) Call Center (D) Canal WhatsApp (D) Gerente/a de Tienda (CR) Reporte de Sostenibilidad (A)
<b>Colaboradores</b>	Intranet (D) Revista interna (SM) Reporte de Sostenibilidad (A) Bajada de Resultados, Chile (A) Reuniones de información (D) Red Social #Con Tottus, Perú (D) LinkedIn Corporativo (CR)	Encuesta de clima laboral (A) Canal de Integridad (D) Comités de Clima (M) Embajadores de Clima y Cultura, Perú (D)	Gerente/a de Tienda (CR) Reuniones con sindicatos (M) Evaluación de desempeño (A) Diálogo con Comités Paritarios (M) Red Social #Con Tottus, Perú (D) Encontrémonos en Tottus, Chile Workplace (CR) Coffee Teams, Chile (D) App Mi Recibo, Perú (D) Reporte de Sostenibilidad (A) Tottus Connect, Chile (D) LinkedIn Corporativo (CR)
<b>Proveedores</b>	Plataforma de proveedores (D) Reporte de Sostenibilidad (D) Acuerdo de Venta (Vendor Agreement) (A) LinkedIn Corporativo (CR)	E-mail contacto directo (D) Sedex Members Ethical Trade Audit (SMETA) (A) Responsable de Servicio al Proveedor, Chile servicioalproveedor@tottus.cl, Chile (S) Canal de Integridad (D)	Reuniones con gerentes de área (T) Programas de desarrollo de proveedores (D) Reporte de Sostenibilidad (A)
<b>Comunidad</b>	Sitio web (D) Reporte de Sostenibilidad (A) LinkedIn Corporativo (CR)	Call Center o fono del local (D) Municipalidad o alcaldía (CR) Canal de Integridad (D)	Gerente/a de Tienda (CR) Redes sociales Facebook, Twitter e Instagram (D) Juntas de Vecinos, (A) Reporte de Sostenibilidad (A)
<b>Autoridades</b>	Sitio web (D) Reporte de Sostenibilidad (A) LinkedIn Corporativo (CR)	Línea directa con SERNAC Chile) e INDECOPI Perú (D) Informes a autoridades ambientales y económicas (CR) Municipalidad o alcaldía (CR) Autoridades y fiscalizadores ambientales (CR) Canal de Integridad (D)	Gerente/a de Tienda (CR) Mesas de Trabajo con organismos de interés (CR) Reporte de Sostenibilidad (A)
<b>Gobierno Corporativo</b>	Informes al Directorio (M) Sitio web (D) Reporte de Sostenibilidad (A) Memoria Falabella (A) LinkedIn Corporativo (CR)	Línea directa, teléfono y correo electrónico (D) Canal de Integridad (D)	Reuniones con el Directorio (T) Reporte de Sostenibilidad (A)

# Revisando nuestra materialidad

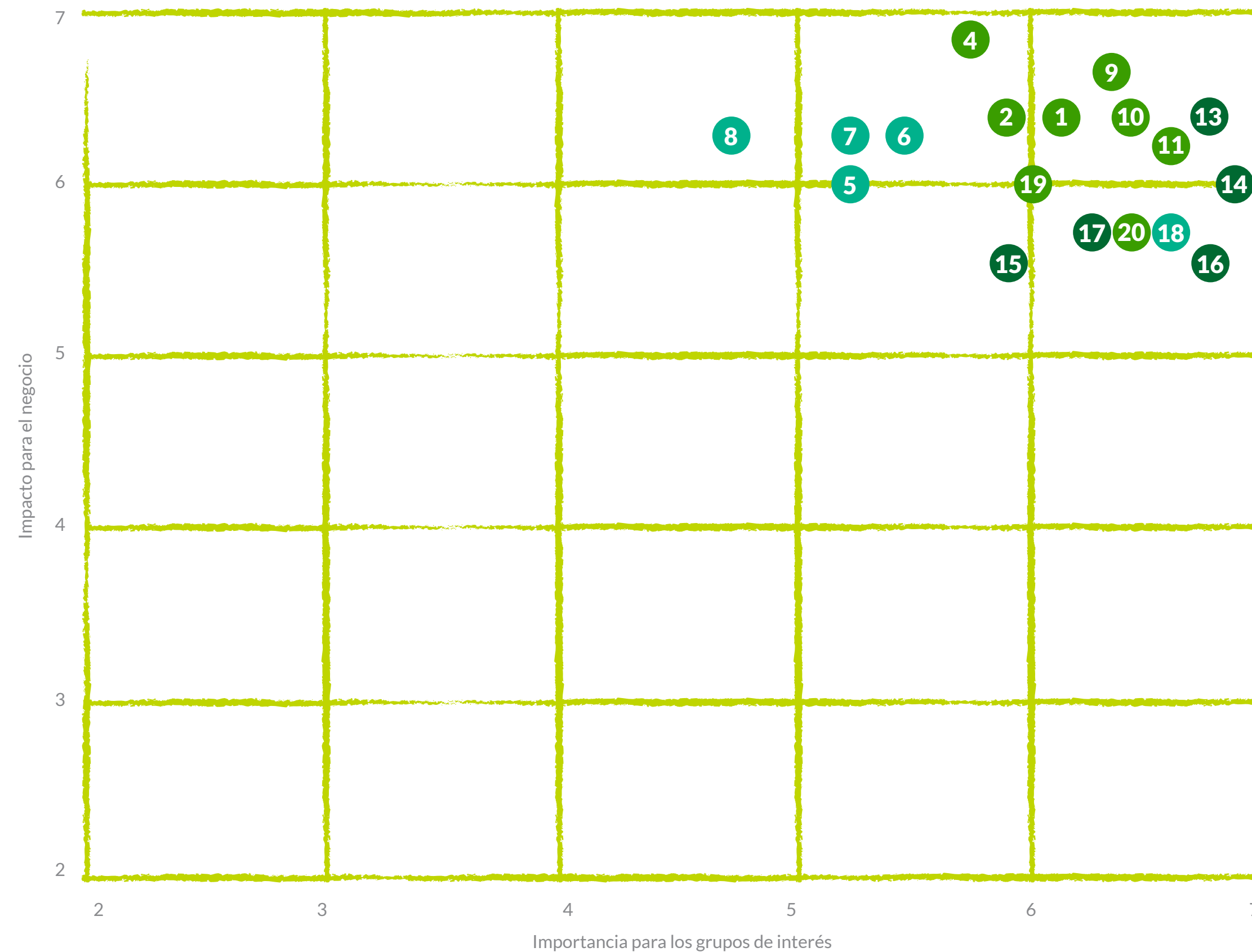
Tras la revisión y actualización de nuestra materialidad alineada a GRI Standards en el año 2018, y habiendo examinado los temas prioritarios de nuestras partes interesadas para el periodo actual, consideramos que la misma aún representa una imagen razonable y equilibrada de nuestros impactos de sostenibilidad más relevantes.

El proceso incluyó benchmarking, análisis de información secundaria y consulta a ejecutivos, junto a un ejercicio de reflexión asociado.

Cabe mencionar, dada la situación mundial por la pandemia Covid-19 durante 2021, continuaremos entregando un trato especial en el contenido del informe a los siguientes temas emergentes: salud y seguridad de clientes y colaboradores, relacionamiento con la comunidad y ciberseguridad.

Finalmente, nuestra matriz de materialidad está definida por los temas relevantes priorizados según los criterios de mayor impacto para el negocio y mayor importancia para nuestros grupos de interés.

## Matriz de materialidad Tottus



## TEMAS MATERIALES 2021

1. Código de conducta y sistema ético
2. Diálogo y compromiso con grupos de interés
3. Rendición de cuentas y transparencia
4. Crecimiento rentable y sostenible
5. Desarrollo de los colaboradores
6. Calidad de vida laboral
7. Diálogo con colaboradores y relación con sindicatos
8. Rotación de personas
9. Calidad y conveniencia de los productos
10. Experiencia de compra de los clientes Tottus
11. Credibilidad de la promesa
12. Relación con proveedores
13. Desarrollo de proveedores
14. Adquisiciones responsables
15. Educación en alimentación saludable
16. Involucramiento y buena relación con comunidades de Tottus
17. Generación de empleo a comunidades cercanas a Tottus
18. Eficiencia energética de tiendas Tottus
19. Gestión de residuos de Tottus
20. Construcción sustentable de tiendas Tottus

COBERTURA DEL IMPACTO:

**D** Dentro de Tottus

**F** Fuera de Tottus

**DF** Dentro y Fuera de Tottus



## ¿Qué incluimos en este reporte?

- Este es nuestro 12° Reporte Anual de Sostenibilidad en Tottus.
- El informe se ha elaborado de conformidad con GRI STANDARDS: opción Esencial.
- Incluimos la gestión y desempeño de nuestro negocio en Chile y Perú.
- Informamos sobre el período anual entre el 1° de enero y el 31 de diciembre de 2021.
- Cubrimos nuestras operaciones en Chile y Perú.
- Todo cambio relevante en administración, estructura y propiedad se encuentra debidamente señalado a lo largo del reporte.
- Las re-expresiones o cambio de cifras se encuentran debidamente señaladas.
- Para este reporte no hemos realizado un proceso de verificación externa.

## Nuestros referentes en Sostenibilidad

- ISO 26000 de Responsabilidad Social
- Global Reporting Initiative (GRI)
- Principios Rectores de Empresas y Derechos Humanos
- Principios de la OECD
- Principios y Directrices de la OIT
- Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030 de las Naciones Unidas

## Asociaciones a las que pertenecemos

- Cámara de Comercio de Santiago (CCS)
- Cámara de Comercio de Lima (CCL)
- Sociedad de Comercio Exterior del Perú (Comex)
- Asociación Gremial Supermercados de Chile A.G. (ASACH)
- Sociedad Nacional de Industrias de Perú
- Acuerdo de Producción Limpia Cero Residuos a Eliminación Chile (APL)
- Consejo Directivo de GS1 Perú
- Asociación Nacional de Anunciantes de Perú (ANDA)
- Sociedad Peruana de Marketing
- Asociación de Marketing Directo y Digital de Chile (AMDD)
- Comité de Comerciantes de Artefactos Electrodomésticos de Perú
- Asociación Nacional de Avisadores de Chile
- Asociación de Buenos Empleadores (ABE)

# Premios y Reconocimientos

# 2021

**2° PUESTO RANKING MEJORES LUGARES PARA TRABAJAR, CATEGORIA MAS DE 1000 COLABORADORES (GPTW),**  
12 posiciones respecto al periodo anterior, en Perú

**3° PUESTO RANKING MEJORES LUGARES PARA TRABAJAR, CATEGORIA DIVERSIDAD E INCLUSION 2021 (GPTW),**  
en reconocimiento a las buenas prácticas que implementamos en nuestro programa Tottus para tod@s, en Perú

**CERTIFICADO DE RECONOCIMIENTO A LA GESTION EN RESIDUOS,**  
otorgado por la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático a la tienda La Cisterna y al Centro de Producción Puente Alto, por el 100% de cumplimiento de los objetivos y metas establecidos en el marco del Acuerdo de Producción Limpia “Cero Residuos a Relleno Sanitario”, en Chile

**RECONOCIMIENTO AL PROGRAMA CRECER SANO CON TOTTUS.**

Otorgado por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, FAO, como una de las iniciativas destacadas del sector privado en Latinoamérica y el Caribe que contribuye a mejorar los hábitos de alimentación en los hogares, en Chile.

**EFFIE DE BRONCE EN LOS EFFIE AWARDS 2021, CATEGORIA COMUNICACION INTERNA,**  
por la Campaña Consejos Únicos, enfocada en la seguridad y salud de nuestros colaboradores durante la contingencia sanitaria, en Perú

**CERTIFICACION SELLO VERDE DE LA MUNICIPALIDAD DEL CUSCO PARA LA TIENDA TOTTUS CUSCO,**  
por la adopción de prácticas medioambientales y uso eficiente de los recursos, en Perú

**SELLO COVID-19.**  
Reconocimiento otorgado por la Asociación Chilena de Seguridad por la implementación de medidas de prevención de contagios y el cumplimiento con los protocolos exigidos por la autoridad sanitaria en nuestras operaciones, en Chile

**SELLO DE CUANTIFICACION DE HUELLA 2020.**  
Reconocimiento otorgado por el Ministerio de Medio Ambiente, que acredita la medición de emisiones CO<sub>2</sub>eq en nuestros supermercados a nivel nacional, en Chile

**SELLO DE REDUCCION DE HUELLA DE CARBONO.**  
Otorgado por el Programa Huella Chile a la tienda Melipilla, en reconocimiento a la gestión de disminución de las emisiones de gases de efecto invernadero a través de la reducción de consumo de energía eléctrica (alcance 2), en Chile

**SELLO CERO RESIDUOS.**  
Reconocimiento otorgado por el Ministerio de Medio Ambiente a la tienda La Cisterna, en el marco del Acuerdo de Producción Limpia “Cero Residuos a Eliminación”, en Chile

**7° PUESTO RANKING MEJORES LUGARES PARA TRABAJAR PARA MILLENNIALS (GPTW),**  
ascendiendo cuatro posiciones respecto al periodo anterior, en Perú

**10° PUESTO RANKING MEJORES LUGARES PARA TRABAJAR PARA MUJERES (GPTW),**  
ascendiendo once posiciones respecto al periodo anterior, en Perú



# 02

## Mejor supermercado para trabajar



# Somos un solo equipo

En el marco de la integración regional de nuestra compañía, en los últimos tres años impulsamos una estrategia de sincronización y homologación de políticas, procesos y mejores prácticas bajo el concepto “un solo equipo Tottus”.

Desde la Gerencia de Personas y Sostenibilidad en Chile y la Gerencia de Gestión Humana en Perú, lideramos este proceso buscando instalar exitosamente los cambios organizacionales necesarios, como así también fortalecer las capacidades de los equipos para adaptarse a la nueva dinámica de una compañía binacional.

En este contexto, desde la etapa inicial potenciamos el trabajo colaborativo por medio de la conformación de células ágiles inter países, la implementación del Programa de Liderazgo Binacional y una plataforma de comunicación con contenidos unívocos y proyectos comunes, entre otras iniciativas.

Cabe destacar, en esta etapa logramos una importante transformación a nivel de estructura organizacional, con la creación de gerencias corporativas o binacionales. Estas gerencias cumplen un rol relevante, ya que nos permiten maximizar sinergias, eficiencias y responder con agilidad a los desafíos de la industria y las nuevas oportunidades del negocio.

Junto a esto y como parte del proceso de evolución de nuestra cultura organizacional, este año formalizamos nuestro nuevo propósito de “Simplificar y disfrutar más la vida”, el cual se encuentra alineado al ecosistema del que somos parte, el Grupo Falabella. Este propósito nos invita a soñar y desafiaros aún más como equipo, para acompañar a nuestros clientes, aportando disfrute, innovación y soluciones que sintonicen con sus expectativas. En esta línea, diseñamos un plan de comunicación en cascada con todos los equipos de la compañía con el fin de socializar su entendimiento y apropiarnos de nuestro renovado propósito a través de acciones concretas.



# Protegiendo la salud de nuestros colaboradores durante la pandemia

Desde los inicios de la contingencia sanitaria mundial, en Tottus pusimos en el centro de nuestra gestión a la Seguridad y Salud de los colaboradores, con la firme determinación de garantizar una operación segura e ininterrumpida en el desempeño de nuestro rol esencial de abastecimiento de las comunidades. Como resultado de un trabajo eficiente y coordinado y la implementación de altos estándares de prevención, en los dos últimos años hemos logrado no sólo mantener la continuidad operacional, sino también cuidar de forma consistente a los colaboradores y salir fortalecidos como un solo equipo.

Es así que, de la mano de los aprendizajes adquiridos y la consolidación de buenas prácticas, en 2021 mantuvimos los esfuerzos de gestión en dos líneas. Por una parte, dimos riguroso cumplimiento a los protocolos y medidas sanitarias exigidas por las autoridades, y por otra parte, continuamos implementando un robusto Plan de Contingencia Covid-19 basado en

cuatro ejes: Acompañamiento y Capacitación; Apoyo Social y Beneficios; Escucha y Diálogo; Motivación y Reconocimiento, el cual fuimos actualizando y potenciando en base a los desafíos de una realidad dinámica.

Asimismo, mantuvimos activos nuestros Comités Covid-19 integrados por ejecutivos de diferentes áreas, para una adecuada trazabilidad y toma de decisiones oportuna. Junto a esto, intensificamos las investigaciones, monitoreos y seguimiento de casos, tanto potenciales como activos, con nuestros equipos internos y empresas externas, siempre acompañando, conteniendo y también promoviendo las campañas de inmunización en los respectivos países.

Paralelamente, continuamos desplegando una sólida estrategia comunicacional a través de nuestros canales de comunicación digitales y en tiendas, con especial énfasis en el cuidado y autocuidado de los colaboradores.



Entre las medidas implementadas, podemos mencionar la capacitación del 100% de colaboradores en medidas preventivas y de autocuidado, testeos preventivos para detectar posibles contagios y monitoreos de control en el 100% de las operaciones. En caso de contagios y contactos estrechos, facilitamos ayudas con cajas de mercaderías para el colaborador y el grupo familiar, entrega de seguros, programas de acompañamiento y contención emocional, así como asesorías de telemedicina para seguimiento del proceso. Mientras, para apoyar las modalidades de trabajo híbrido, habilitamos oficinas satélites y coworks para colaboradores de la oficina de apoyo.

Además, por segundo año consecutivo, fuimos distinguidos por la Asociación Chilena de Seguridad, certificándonos como una empresa comprometida con la gestión preventiva frente al Covid 19.





# Plan de contingencia Covid-19

## Colaboradores

### MEDIDAS ESPECIALES DE LA OFICINA

- Modalidad de trabajo híbrida (teletrabajo y presencial) para colaboradores de la oficina de apoyo
- Medición de temperatura antes de ingresar a la tienda
- Entrega de mascarillas certificadas
- Instalación de elementos de separación y protección en puestos de trabajo de contacto con clientes
- Instalación de dispensadores de alcohol gel para higienización permanente de manos
- Rutinas diarias de higienización, desinfección y sanitización de tiendas
- Comedores con separadores acrílicos
- Facilidades y entrega de información respecto a la vacuna Covid-19
- Testeo preventivo en tiendas con posibles contagios
- Flexibilidad para trabajar en distintos cowork pertenecientes a las unidades de negocio de Falabella, previa calendarización en aplicación "Reserva tu espacio"
- Extensión de reposo a los colaboradores positivos a Covid-19 y a aquellos que conviven con un caso confirmado

### ACOMPañAMIENTO Y CAPACITACION

- Difusión de protocolos y medidas preventivas (Instructivos e implementos de higiene, desinfección y sanitización en las tiendas, tarjetones informativos, videos de autocuidado y de recomendaciones, cartelería en trastienda, comunicados, mensajes de líderes)
- Webinars de autocuidado y autodesarrollo (Manejo del estrés, Cómo manejar las emociones; Convivencia familiar; Herramientas para el trabajo remoto; Equilibrio vida laboral y personal, otros)
- Instancias de contención emocional y psicológica junto a especialistas externos (Equipos de tienda, líderes, oficina de apoyo. Instancias grupales e individuales)
- Monitoreo y control de cumplimiento de medidas de prevención de contagio Covid-19

### APOYO SOCIAL Y BENEFICIOS

- Telemedicina y línea de asesoramiento psicológico gratuitos
- Soporte al colaborador/a contagiado/a y a su grupo familiar con asesorías y ayuda social
- Entrega de cajas de mercadería para colaborador/a contagiado/a con Covid-19 y su grupo familiar
- Descuentos y beneficios en compras en Tottus
- Copago de sillas ergonómicas para colaboradores de la oficina de apoyo
- Entrega de kit para trabajo remoto a todos los nuevos ingresos
- Kit de asistencia a oficina (alcohol gel, porta mascarillas, llavero antibacteriano)
- Todos los colaboradores poseen un seguro (Chile) o un plan de salud (Perú) para atender los gastos médicos asociados a Covid-19

### ESCUCHA Y DIALOGO

- Encuestas relacionadas con el plan de contingencia Covid-19, el estado emocional de las personas y el clima laboral con el fin de implementar mejoras
- Espacios de conversación y encuentro para fortalecer la contención y el clima laboral junto a líderes y equipos de trabajo

### MOTIVACION Y RECONOCIMIENTO

- Videos motivacionales y de agradecimiento a colaboradores
- Celebraciones en fechas especiales como el Día del Trabajo, Día de la Madre, Fiestas Patrias y Fin de Año
- Reconocimiento a tiendas que se destacaron por su compromiso con las medidas de prevención de contagio Covid-19



# Calidad de Vida Laboral

En Tottus, buscamos contribuir a una mejor calidad de vida de nuestros colaboradores. Con esta finalidad, direccionamos importantes esfuerzos para alcanzar una alta satisfacción laboral e impactar positivamente en su desarrollo integral.

Es por ello que promovemos la escucha permanente a nuestros colaboradores, permitiéndonos diseñar e implementar planes de acción que recogen e integran las recomendaciones de nuestras personas.

En la gestión 2021 aplicamos nuestra encuesta de clima laboral propia en ambos países, incluyendo un sondeo específico sobre el estado anímico y los temas prioritarios emergentes en torno a la contingencia sanitaria. Gracias a su formato digital, es fácilmente accesible a través de celulares, contando con un elevado índice de respuesta en ambos países.

Cabe señalar, nuestros comités de clima desempeñan una función clave de relevamiento de los requerimientos de los equipos de tiendas y seguimiento de los planes de acción asociados. Por lo mismo, generamos iniciativas como el Programa de Comité de Clima, en Chile, donde capacitamos a jefaturas de tiendas e integrantes de estos comités para fortalecer el desempeño de sus roles.

Con gran orgullo, queremos destacar un logro histórico en el marco de nuestra participación en la encuesta Great Place To Work (GPTW) en Perú. Nos sentimos muy honrados con las distinciones otorgadas como el 2° Mejor Lugar para Trabajar, categoría más de 1000 empleados, el 3° Mejor Lugar para Trabajar, categoría Diversidad e Inclusión, el 7° Mejor Lugar para Trabajar para Millennials y el 10° Mejor Lugar para Trabajar para Mujeres.

## 2°

LUGAR EN RANKING GPTW,  
CATEGORIA MAS DE 1000  
EMPLEADOS, PERÚ

## 3°

LUGAR EN RANKING GPTW,  
CATEGORIA DIVERSIDAD E  
INCLUSION, PERÚ





## Contener, acompañar y brindar soporte

Este año mantuvimos como prioridad de gestión la contención emocional y acompañamiento a nuestros colaboradores, así como la disponibilización de herramientas preventivas para minimizar los riesgos de contagios por Covid 19.

De la mano de asesores expertos, buscamos entregarles espacios de escucha y herramientas para salir fortalecidos de esta desafiante realidad. Entre las iniciativas realizadas, destacamos el coaching a líderes para acompañar a los equipos, los conversatorios en salud mental y las intervenciones de contención psicológica para aquellas tiendas o áreas de la compañía afectadas por alguna situación de estrés producto de la contingencia sanitaria. Junto a esto, generamos medidas como la entrega de seguros, operativos preventivos e incentivo a la vacunación mediante permisos pagados, promoviendo la participación en estas campañas.

A su vez, desplegamos una sólida estrategia de comunicaciones para informar y capacitar en medidas de prevención de contagios, buscando el reforzamiento permanente del autocuidado, con un alcance extensivo a todas nuestras operaciones

## Espacios de encuentro

“Coffee Teams” es una exitosa iniciativa que nace en Chile durante la contingencia sanitaria mundial, como un espacio para mantener conversaciones valiosas interáreas y afianzar los lazos de cercanía.

Este año, expandimos el alcance de estos conversatorios online, donde participa nuestro General General, a los nuevos ingresos a la compañía.

## Webinars y videos de autocuidado

A partir de la escucha de nuestros colaboradores, realizamos seminarios web enfocados en la salud mental. Contamos con speakers especialistas con quienes los colaboradores tuvieron la posibilidad de interactuar y plantear sus inquietudes y consultas. También, compartimos mensajes en formatos de videos cortos por la plataforma Workplace, donde especialistas brindan tips para el manejo de la salud mental.

## Líneas directas de apoyo

Para proporcionar soporte emocional y psicológico por parte de especialistas, nuestros colaboradores pueden acceder en forma gratuita y confidencial a la línea telefónica y WhatsApp “Aló CuídaT”, en Perú.

En Chile, brindamos soporte psicológico a través de telemedicina, para colaboradores y su familia directa.

# 11.395

SEGUROS MEDICOS  
POR COVID 19  
CONTRATADOS, CHILE

# 100%

COLABORADORES DE TIENDAS  
CAPACITADOS EN MEDIDAS DE  
AUTOCUIDADO COVID-19, CHILE

# 1.286

TEST ANTIGENOS  
APLICADOS EN OPERATIVOS  
PREVENTIVOS EN TIENDAS,  
CHILE

# 100%

COLABORADORES DE TIENDAS  
FUERON PARTICIPES DE LAS  
CAMPAÑAS PREVENTIVAS Y  
RECIBIERON KIT PREVENTIVO A  
NIVEL REGIONAL



**¡SOMOS GPTW  
DIVERSIDAD  
E INCLUSIÓN!  
TOTTUS**



### Cultura de reconocimiento

En Chile, otorgamos la distinción de Espíritu Tottus del mes y Espíritu Tottus del año para reconocer a los colaboradores que destacan por sus valores y su conducta ejemplar.

Mientras en Perú, implementamos el programa Supér-T, por medio del cual nuestros líderes generan reconocimiento continuo a los colaboradores que sobresalen por su esfuerzo y buen trabajo.

### Videos de agradecimiento

A lo largo del año, líderes de la compañía brindaron mensajes para motivar y agradecer a nuestros equipos por la entrega y compromiso en el desempeño de sus tareas y el cumplimiento de medidas durante la contingencia sanitaria.

### Estamos contigo

A través de la iniciativa “Estamos Contigo”, en Perú pusimos a disposición un equipo de especialistas para acompañar a nuestros colaboradores que sufrieron pérdidas de sus seres queridos, producto de la pandemia. “Estamos Contigo” nos permitió brindar acompañamiento y contención para atravesar estas difíciles circunstancias, a través de más de 300 atenciones. Asimismo, en Chile, realizamos 36 intervenciones de contención en tiendas con la participación de 635 colaboradores.

### Momentos memorables

En 2021 tuvimos la oportunidad de reencontrarnos en instancias especiales que nos convocan como equipo.

Para celebrar el cierre de año, durante una semana, en Chile, realizamos celebraciones puntuales con cada área de la compañía, bajo un estricto cumplimiento de los protocolos exigidos por las Autoridades en materia de control de aforos y medidas sanitarias. En estos encuentros, donde otorgamos reconocimientos a colaboradores destacados, contamos con la participación del Gerente General de Chile y el acompañamiento vía streaming del Gerente General Corporativo y las gerencias corporativas.

Mientras en Perú, potenciamos el rol de los líderes en la entrega de mensajes de reconocimientos y de participación en instancias virtuales para compartir y celebrar fechas especiales con sus equipos a lo largo del año.

# Potenciando el desarrollo laboral de las personas

Como compañía, nos esmeramos en brindar a todos nuestros colaboradores oportunidades de capacitación, desarrollo de habilidades y aprendizaje práctico, con especial énfasis en la especialización en nuestra industria. Para esto, contamos con un robusto plan de formación alineado a la estrategia de la compañía, diseñado junto a cada gerencia en base a las necesidades identificadas y competencias requeridas.

En 2021, en sintonía con la nuevas modalidades híbridas de trabajo, continuamos potenciando y desarrollando seminarios online o webinars, buscando entregar herramientas valiosas en buenas prácticas de teletrabajo, gestión del tiempo, reuniones efectivas y conciliación de vida laboral y personal, entre otras.

Asimismo, gracias a la consolidación de nuestras plataformas digitales de capacitación, implementamos el 100% de nuestra propuesta formativa a través de estos canales.

Cabe destacar, por segundo año consecutivo, realizamos el Programa de Liderazgo Binacional, que nos permite fortalecer las habilidades de nuestros equipos en entornos dinámicos. Este año contamos con la participación conjunta de 16 líderes de Chile y 13 de Perú, contribuyendo a generar conexiones y sinergias entre ambos países.

Para potenciar las habilidades gerenciales, lanzamos el Programa “Súbete al carro” en Chile. En este programa participaron más de 70 Gerente/as de Tiendas, fortaleciendo su rol de liderazgo en la construcción de una cultura orientada al cliente y la excelencia. Mientras en Perú, lanzamos el “Programa de Coaching Ejecutivo” para Gerente/as de Tiendas, con contenidos alineados a los resultados de la evaluación de desempeño.

Complementariamente, en Chile, robustecimos las iniciativas e-learning y los programas de la Academia Tottus, orientados a dar

## 29

LIDERES PARTICIPARON DE LA 2º EDICION DEL PROGRAMA BINACIONAL DE LIDERAZGO A NIVEL REGIONAL

## 100%

DE GERENTE/AS DE TIENDAS PARTICIPARON EN EL PROGRAMA “SUBETE AL CARRO”, CHILE

## 1.872

HORAS DE FORMACION DEL PROGRAMA “SUBETE AL CARRO” PARA GERENTE/AS DE TIENDAS, CHILE





01

Empresa Gobernanza  
Integridad

02

Mejor supermercado  
para trabajar

03

Mejor experiencia  
de compra

04

Ser un buen  
vecino

05

Tabla de  
indicadores GRI



**+20.000**

HORAS DE CAPACITACION, CHILE

**+1.000**

COLABORADORES CAPACITADOS  
MENSUALMENTE EN LA PLATAFORMA  
EDU.ME, PERÚ

**158**

LIDERES CERTIFICADOS EN TRABAJO  
REMOTO, PERÚ

soporte al negocio y potenciar una cultura de servicio, la agilidad, eficiencia y el talento digital. Como resultado, alcanzamos más de 20.000 horas de formación. Además, entregamos financiamiento para 13 diplomados y 13 carreras técnicas a través de nuestro programa de becas de estudio.

Cabe mencionar, participamos en la Academia Falabella, donde 10 colaboradores de Tottus Chile fueron seleccionados, en función de su perfil y desempeño, para desarrollar sus capacidades en nuevas tecnologías e innovación en la Escuela Digital.

En tanto, en Perú, este año consolidamos la plataforma de capacitaciones online EduMe y ampliamos su alcance. Esta plataforma de aprendizaje basada en microlearning y de fácil acceso a través del celular, nos ha permitido traspasar contenidos de forma rápida en el proceso de onboarding, la Escuela Virtual de Cajas y a puestos claves como jefaturas de gestión humana, equipo de preventa, operador omnicanal y el área de prevención.

Asimismo, a través de la plataforma Ubits, brindamos una diversificada propuesta de cursos en temas de innovación, productividad y liderazgo, entre otros. Bajo el formato de "playlist" los colaboradores de oficina de apoyo y mandos medios de tiendas pueden diseñar una ruta de aprendizaje, que contempla contenidos obligatorios y optativos en base a sus competencias y necesidades de capacitación.

También, desarrollamos la Certificación Smart Working en trabajo remoto para líderes, donde se abordan temas como futuro del trabajo, acuerdos de equipo y reuniones online, contando con 158 líderes certificados al cierre de este periodo.

## Nuestra marca empleadora

En Tottus, continuamos fortaleciendo los procesos de atracción, reclutamiento y selección de personas de la mano de plataformas digitales que utilizan Inteligencia Artificial y sistemas automatizados de requerimientos de cargos.

Este año, en Chile, migramos a la plataforma corporativa de selección ATS para los cargos de oficina de apoyo y cargos gerenciales y administrativos en tiendas. Adicionalmente, participamos de la quinta edición de Falabella Challenge, un espacio destinado a la atracción de talento joven, donde los líderes de Tottus compartieron su experiencia en la compañía con estudiantes y recién egresados de distintas universidades.

Mientras en Perú, continuamos potenciando la plataforma “Trabaja y avanza con Tottus”, que cuenta con más de 145.000 suscriptores, como el canal principal de atracción de personas. Junto a esto, migramos a la plataforma corporativa AIRA, la cual utiliza algoritmos predictivos y machine learning, tornando más eficiente el proceso de reclutamiento.

## Onboarding

En 2021, incorporamos mejoras en el proceso de ingreso de nuevos colaboradores a la compañía. Entre las nuevas medidas, facilitamos la entrega de herramientas de trabajo, cuenta de correo, computador, entre otros, desde el primer día en la empresa.

## Muévete

Para favorecer la movilidad interna dentro del ecosistema Falabella, contamos con el portal Muévete, donde se visibilizan todas las vacantes disponibles en las distintas unidades de negocio a nivel regional.

## Outplacement

Disponemos de programas de ayuda a la transición en casos de desvinculación, dirigidos a puestos gerenciales.

En Chile, brindamos este acompañamiento junto a la empresa SmartPlacement. Mientras en Perú, este servicio externo es brindado principalmente por DBM, ofreciendo alternativas de asesoría laboral y apoyo psicológico.

## Evaluación de desempeño

La evaluación de desempeño es un instrumento clave para gestionar la planificación de carrera, necesidades de capacitación, financiamiento para estudios y banco de talentos, entre otros.

En Tottus, disponemos de evaluaciones de desempeño en 360, 180, 90 y 45 grados, involucrando desde los altos ejecutivos hasta el personal operativo de tiendas con una antigüedad de más de cinco meses en Chile y de seis meses en Perú. Este año, el 99% de colaboradores en Chile y el 92% de colaboradores en Perú realizaron su evaluación de desempeño.

En este proceso contamos con alto compromiso de nuestros líderes, tanto en los Comités de Talento como en las instancias de evaluación y retroalimentación a los colaboradores.



### DESARROLLO LABORAL

		Por Género				
		2019	2020	2021	Hombres	Mujeres
Promedio de HH de formación por colaborador/a	CHILE	28	26	28	32	26
	PERÚ	11	9	17	15	19

### EVALUACION DE DESEMPEÑO

		Por Género				
		2019	2020	2021	Hombres	Mujeres
% de colaboradores con evaluación de desempeño	CHILE	89%	89%	99%	99%	99%
	PERÚ	66%	96%	92%	94%	89%

# Ambientes de trabajo seguros y saludables

En Tottus, trabajamos diariamente para ser el Mejor Supermercado para Trabajar, por lo que la seguridad y la salud constituyen ejes fundamentales de nuestra gestión corporativa.

Nuestras políticas de Seguridad y Salud en el Trabajo son supervisadas por la Gerencia de Prevención de Pérdidas en Chile y la Gerencia de Gestión Humana en Perú. En ambos países contamos con instancias formales y responsables de velar por el cumplimiento de normativas y protocolos exigidos por las autoridades y de los planes de acción e indicadores definidos.

En 2021, continuamos nuestro trabajo de disminuir consistentemente la cantidad y gravedad de los accidentes en todas nuestras tiendas, centros de producción y de distribución, a través del fortalecimiento de una cultura de seguridad preventiva, donde el autocuidado y cuidado mutuo son elementos claves.

En esta línea, en Chile, incrementamos las instancias de capacitación e intensifica-

mos las investigaciones y auditorías para asegurar el cumplimiento de los estándares de nuestro Sistema de Gestión de Seguridad y Salud basado en la norma ISO 45001 y del Programa de Seguridad en Máquinas Críticas.

Mientras en Perú, continuamos con la ejecución de nuestra Estrategia de Seguridad y Salud en el Trabajo, con foco en brindar herramientas conceptuales, procedimentales y actitudinales para que nuestros líderes y colaboradores se conviertan en los verdaderos protagonistas de la cultura de seguridad en la compañía. En este orden, mantuvimos un robusto plan de formación y certificaciones para formarlos como Embajadores de Seguridad y Salud en sus respectivas unidades.

Entre los resultados obtenidos, en Chile, las tiendas San Felipe, El Bosque, Catedral y Mallplaza Oeste, la tienda gris de Peñalolén y el Centro de Distribución Icestar registraron un año sin accidentes. En tanto, la tienda Walker Martínez no registra accidentes laborales desde junio de 2019.

Adicionalmente, buscamos contribuir al bienestar integral de nuestros equipos, inspirando estilos de vida saludables. Para ello, este año nos enfocamos en promover el refuerzo del sistema inmune y una alimentación sana, a través de contenidos de valor como recetarios saludables y tips de autocuidado en nuestros canales internos.

Finalmente, en el marco de la contingencia sanitaria mundial, por segundo año fuimos reconocidos en nuestras operaciones de Chile con el Sello Covid-19 por la Asociación Chilena de Seguridad. Este mérito por el cumplimiento con los protocolos y medidas exigidas por la autoridad sanitaria, es fruto del gran compromiso de gestión para resguardar la seguridad y salud del equipo Tottus.



## 14.627

COLABORADORES  
CAPACITADOS EN SEGURIDAD  
Y SALUD EN EL TRABAJO, CHILE

## 2.835

ACTIVIDADES LIDERADAS POR  
EL EQUIPO DE PROVENCIÓN  
DE RIESGOS, CHILE

## 795

HORAS DE  
CAPACITACION EN  
SEGURIDAD Y SALUD  
EN EL TRABAJO, CHILE





## Cumplimiento normativo

El 2021, las normativas sanitarias se mantuvieron en el centro de nuestra gestión de cumplimiento legal, especialmente las relacionadas con la contingencia por Covid-19, a las cuales nos apegamos estrictamente. En este ámbito, contamos con asesorías especializadas y con equipos técnicos expertos encargados de velar por la implementación rigurosa de los protocolos exigidos por el Ministerio de Salud en ambos países.

Además, reforzamos la implementación de protocolos adicionales como el manejo manual de cargas, trastorno muscular esquelético de extremidades superiores, entre otros. Es así que, en Chile, continuamos trabajando en el abordaje de los factores estresores que pueden ocasionar enfermedades psicolaborales. Para esto, realizamos la aplicación de la encuesta ISTAS 21 en el 100% de la compañía. Esta encuesta evalúa cinco dimensiones: Exi-

gencias Psicológicas, Trabajo Activo y Desarrollo de Habilidades, Apoyo Social en la Empresa y Calidad de Liderazgo, Compensaciones y Doble presencia.

Al cierre de este periodo, contamos con dos centros de trabajo en programa de vigilancia, 19 centros en riesgo medio con prescripción de medidas y 55 centros de trabajo en riesgo bajo.

# 100%

DE LA COMPAÑÍA CON ENCUESTA  
ISTAS 21, CHILE

## Gestión de riesgos críticos en seguridad y salud

En Chile, contamos con un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud (SGSST) basado en la norma ISO 45.001, que nos permite una identificación oportuna y una gestión eficiente de los riesgos críticos para la continuidad operacional, garantizando que los trabajadores, contratistas, proveedores y clientes permanezcan seguros y sanos.

Este año firmamos la nueva política de Seguridad y Salud en el Trabajo basada en los requisitos y estándares de ISO 45.001, reforzando nuestro compromiso en el cuidado de nuestros colaboradores y partes interesadas. Asimismo, iniciamos un proceso de auditorías internas, con el fin de asegurar la correcta implementación de los procesos que forman parte nuestro SGSST.

Paralelamente, realizamos 401 simulacros de emergencia y diseñamos 65 pla-

nes de emergencia asociados, según los estándares del SGSST. Cabe mencionar, 2908 Inspecciones de máquinas críticas tuvieron lugar en el marco de cumplimiento del Programa Preventivo de Seguridad en Máquinas, Equipos y Herramientas establecido por las Autoridades de Salud.

# 33

CENTROS DE TRABAJO AUDITADOS  
EN LA NORMA ISO45.001, CHILE

# 2.908

INSPECCIONES DE MAQUINAS  
CRITICAS, CHILE



# 401

SIMULACROS DE  
EMERGENCIAS, CHILE



## Plataforma virtual “Los masters de la seguridad”

En Perú, la transformación digital y la gamificación nos han facilitado, desde un formato más dinámico, lúdico y accesible a través de los celulares, acercar a todos nuestros colaboradores una propuesta formativa en seguridad y salud ocupacional, especialmente diseñada en función de la realidad de cada tienda y puesto laboral.

# 100%

COLABORADORES CAPACITADOS  
A TRAVES DE LA PLATAFORMA  
“MASTERS DE LA SEGURIDAD”, PERÚ

## Equipo Tottus...juntos por la seguridad

Basados en un concepto transversal y lúdico como el fútbol, con la iniciativa “Equipo Tottus...Juntos por la Seguridad” buscamos empoderar a nuestros colaboradores de Perú, para que ellos mismos identifiquen y corrijan los actos inseguros detectados en su entorno.

## App en seguridad y salud en el trabajo

En Tottus incorporamos la innovación para mejorar nuestras prácticas de trabajo.

En Chile, contamos con una App Móvil que nos permite alertar, gestionar y trazar las desviaciones de nuestros estándares de seguridad y salud en el trabajo de manera efectiva y rápida. Gracias a este aplicativo, podemos contar con datos en tiempo real para una buena toma de decisiones. En 2021, se generaron 8.553 reportes en este aplicativo, permitiendo la detección y gestión oportuna de dichas desviaciones.

En la misma línea, en Perú implementamos el novedoso Aplicativo “Te Prevengo”, permitiéndonos el mapeo y seguimiento de potenciales casos Covid-19 en la compañía, evitando su avance e impacto en el deterioro de la salud de los equipos de trabajo.

## Comités paritarios

Nuestros comités de salud y seguridad se reúnen con frecuencia mensual y en forma extraordinaria cuando sea requerido. En su conformación, cuentan con representación conjunta y equitativa: el 50% de sus integrantes se definen según un proceso electoral democrático de los colaboradores y el 50% restante corresponde a representantes de la Compañía que son designados por el Gerente/a de Tienda en Chile y el Gerente General en Perú.

En Chile, contamos con 76 Comités Paritarios que operan de forma activa, en comisiones de trabajo formadas de acuerdo a lo establecido en el Decreto Supremo 54.

Mientras en Perú, el Comité Central de Seguridad y Salud en el Trabajo es presidido por nuestro Gerente de Relaciones Laborales y es el responsable de informar, vigilar y recomendar los mecanismos de prevención para la seguridad de los colaboradores en toda la compañía. Todos sus integrantes reciben capacitación y refuerzo de buenas prácticas existentes a través del programa “Ruta Cuita-T”. Además, se mantiene una comunicación fluida a través de WhatsApp.

# 100%

COMITES PARITARIOS CON  
OPERACIONES ACTIVAS  
A NIVEL REGIONAL

# Relaciones de confianza y diálogo con sindicatos

En nuestra compañía respetamos la libertad de asociación y promovemos las relaciones transparentes, el diálogo y la colaboración, basados en un estricto apego normativo.

En Chile, contamos con 61 sindicatos y dos federaciones, que representan un 55,8% de sindicalización en la compañía. A diciembre de 2021, realizamos 18 negociaciones satisfactorias, impactando a más de 2.500 colaboradores. A su vez, tuvimos una huelga con un alcance de 150 trabajadores, que pudimos resolver conjuntamente y finalizó el mes de agosto. Mientras, en Perú, contamos con un sindicato conformado por 567 colaboradores, con quienes acordamos una negociación colectiva para el periodo 2020-2022. En este país no tuvimos huelgas ni interrupciones del negocio.

Nuestro relacionamiento se asienta en una sólida estructura de diálogo con reuniones mensuales con los dirigentes sindicales. En Chile, estas instancias son lideradas por el/la Gerente/a de Tienda y el Gerente de Personas y Sostenibilidad, contando además con el apoyo del área de Relaciones Laborales, Gerente de Operaciones y Gerentes Zo-

nales. Mientras, la Gerente Central de Gestión Humana y el Gerente de Administración y Relaciones Laborales de Perú se reúnen con los principales representantes de la Junta Directiva del Sindicato de Trabajadores de Hipermercados TOTTUS (SINATHIT), con quienes además sostenemos una comunicación abierta a través de WhatsApp.

En el marco de las negociaciones colectivas en Chile, este año realizamos mesas de trabajo, a través de instancias virtuales en la plataforma teams y presenciales cuando fue posible según los protocolos de aforo en los locales bajo estricto cumplimiento de las medidas sanitarias. Cabe señalar, siempre priorizamos la comunicación transparente, abierta y respetuosa, lo que nos ha permitido año a año alcanzar acuerdos fructíferos.

Complementariamente, implementamos capacitaciones para todos los dirigentes sindicales de Chile, en las temáticas de “Comunicación Efectiva y Resolución de Conflictos” y “Resiliencia Laboral”, una innovadora práctica que nos permite afianzar las relaciones colaborativas.

0

HUELGAS  
EN PERÚ

18

NEGOCIACIONES  
COLECTIVAS  
SATISFACTORIAS,  
CHILE

# Cultura de diálogo y colaboración

Fomentamos una cultura basada en la escucha, el diálogo y la colaboración entre los equipos, para lo cual disponemos de diferentes canales presenciales y digitales.

## Linkedin corporativo

Contamos con herramientas corporativas online para facilitar la comunicación desde una visión compartida. En esta línea, nuestro LinkedIn Corporativo nos permite unificar los mensajes y ofertas laborales en torno a “un solo Tottus”, independiente de nuestra ubicación geográfica.

Este año potenciamos la comunicación de nuestras prácticas a través de esta plataforma, incorporando novedades como los testimonios de nuestros Embajadores Tottus y Embajadores de Marcas Propias.

# 1.910

MIEMBROS DE  
WORKPLACE TOTTUS  
BINACIONAL

## Workplace

En 2021, la plataforma social workplace se ha convertido en una valiosa herramienta colaborativa, reforzando la comunicación y el intercambio en proyectos binacionales.

Gracias a sus funcionalidades inteligentes, nos permite conectar a los equipos de trabajo de Tottus Chile y Perú en torno a proyectos estratégicos, consolidar nuestra cultura organizacional, promover la opinión de nuestros colaboradores y compartir información relevante del negocio.

En el año promovimos capacitaciones y charlas a través de esta red, dirigidas para los equipos de la oficina de apoyo y Gerente/as de Tienda de ambos países.

Cabe mencionar, también somos parte del workplace de Falabella, donde participan todas las unidades de negocio del ecosistema.

## Grupo cerrado de Facebook

Con casi 9.000 miembros, en Perú contamos con tres exitosos grupos cerrados en Facebook: #ConTottus para nuestras tiendas, #SomosUno para hiperbodegas Tottus y #SomosHuachipa para el Centro de Distribución de Huachipa.

Estos grupos son un espacio de socialización de prácticas, de información de campañas y temáticas transversales a toda la organización, así como una valiosa instancia de interacción. Gracias a su alcance, nos permite compartir, via streaming, ocasiones estratégicas y de celebración con toda la compañía.

Durante la pandemia, este canal se transformó en el principal medio para transmitir la estrategia de comunicación con los colaboradores, basada en prevenir, contener y agradecer.

## App TuRecibo

Para simplificar la experiencia de nuestros colaboradores y promover la autogestión de la mano del mundo digital, en Perú contamos con la Aplicación TuRecibo. A través de esta App, los nuevos colaboradores pueden entregar su documentación desde sus smartphones y cargarla en nuestro File Virtual. Además, facilita la obtención de respaldos de documentos y gestiones en línea como solicitud de vacaciones, licencias y beneficios.

# 8.879

MIEMBROS DE GRUPOS  
CERRADOS FACEBOOK PARA  
COLABORADORES, PERÚ

# Comprometidos con una cultura inclusiva y diversa

En Tottus promovemos relaciones laborales basadas en el respeto e inclusión, buscando atraer y retener al mejor talento sin importar su género, religión, raza, orientación sexual u otros. Desde esta visión, en 2021 dimos un fuerte impulso a la construcción de una cultura diversa e inclusiva en nuestra compañía.

Bajo el paraguas de la Política de Diversidad e Inclusión, definimos una ruta de trabajo en torno a nuestros grupos prioritarios: personas con discapacidad, equidad de género, comunidad LGBT+ y migrantes. Para ello, desarrollamos programas, iniciativas, procedimientos y manuales de actuación asociados. Junto a esto, transversalmente desplegamos una estrategia comunicacional con campañas temáticas mensuales y generamos instancias de formación con la participación de los distintos niveles y áreas de la organización. Cabe mencionar, nuestros Comités de Diversidad, conformados por integrantes de diferentes gerencias y el Gerente General, sesionaron trimestralmente para dar seguimiento a la

Estrategia de Diversidad e Inclusión. En el caso de Chile, en estas sesiones incluimos la escucha a Gerentes/as de Tienda para incorporar oportunidades de mejoras.

En materia de equidad de género, este año lanzamos dos iniciativas emblemáticas: el Programa de Mentorías en Chile y la Semana del Empoderamiento Femenino en Perú. Además, líderes femeninas de Tottus participaron en los ciclos de conversación online de la red Mujeres Conectadas de Falabella, compartiendo su experiencia y aprendizajes. Complementariamente, en ambos países aplicamos la herramienta diagnóstica del Ranking PAR de equidad de género en las organizaciones, que nos permite visibilizar y gestionar oportunidades de mejoras en este ámbito.

En relación a la diversidad sexual y de género (LGBT+), aprobamos el procedimiento de Transición de Género y beneficios complementarios, brindándonos la posibilidad de acompañar a quienes decidan hacernos partícipes en este proceso. También parti-

cipamos en el Mes del Orgullo LGBT+, una instancia impulsada por Falabella. En ambos países, mantenemos alianzas, membresías y asesoramiento de expertos, con quienes implementamos iniciativas y capacitaciones en la temática.

Desde nuestro compromiso con la inclusión laboral de colaboradores con discapacidad, trabajamos junto a instituciones especializadas que proporcionan asesorías en selección, sensibilización y acompañamiento a nuestros equipos. A su vez, promovemos iniciativas innovadoras y buscamos ir más allá de lo normativo. Es así que, en Perú, desde el 2016 implementamos el Programa “Oye, sí se puede”, con el cual integramos personas con discapacidad en distintos puestos de trabajo, ampliando año a año su impacto y alcance. Si bien, durante la pandemia las personas con discapacidad no se consideraron dentro del grupo de riesgo, en Tottus implementamos medidas especiales como licencias con goce de sueldo.

Mientras en Chile, este año realizamos un diagnóstico de las necesidades de los colaboradores con discapacidad en el desempeño de sus labores, con el fin de avanzar en un plan de mejoras durante 2022. Cabe mencionar, contamos con un Modelo de Inclusión que contempla medidas especiales en los procesos de selección, talleres de sensibilización con equipos de tiendas y acompañamiento a los colaboradores con discapacidad, superando la contratación del 1% exigido por ley, en Chile.

En el marco de la contingencia sanitaria, brindamos especial acompañamiento a nuestras cajeras con discapacidad auditiva para apoyar su labor, junto a terapeutas ocupacionales y el reforzamiento de la comunicación de cara al cliente, a través de cartelería que facilitara empatizar en la relación con ellas.



## Programa de mentorías

En Tottus entendemos las diferencias de género como un elemento enriquecedor para coconstruir equipos. Desde esta mirada, en Chile lanzamos el Programa de Mentorías dirigido a empoderar el liderazgo femenino en la compañía. En esta primera versión, conformamos ocho duplas con mentoras y mentores de diferentes áreas de la compañía. Por su parte, el equipo formador fue capacitado para desempeñar su rol y al final del proceso participó en una sesión de cierre para revisar el programa, los aprendizajes y definir compromisos.

## Semana del empoderamiento femenino

Para conmemorar el Día de la Mujer, en Perú realizamos por primera vez la Semana del Empoderamiento Femenino, en la cual desplegamos capacitaciones en temas tales como sesgos inconscientes de género, liderazgo, femineidad y masculinidad, entre otros.

8

DUPLAS EN EL PROGRAMA DE MENTORIAS, CHILE

## Formadores de inclusión

Desde abril a noviembre de 2021, en Chile realizamos un exhaustivo Programa de Formadores en Inclusión, junto a la consultora Evolucionara.

En esta primera etapa, implementamos entrevistas, encuestas y sesiones de capacitación junto a equipos de 15 tiendas de la cadena. Cada equipo estuvo conformado por el Gerente/a de Tienda, la Jefatura de personas y un integrante del comité de clima, con el objeto de fortalecer sus conocimientos en la materia y replicar las buenas prácticas aprendidas en sus respectivos espacios laborales.

El próximo año proyectamos incrementar el alcance de este programa en nuestra cadena.

45

FORMADORES DE INCLUSION CAPACITADOS, CHILE

15

TIENDAS PARTICIPARON EN EL PROGRAMA DE FORMADORES DE INCLUSION, CHILE

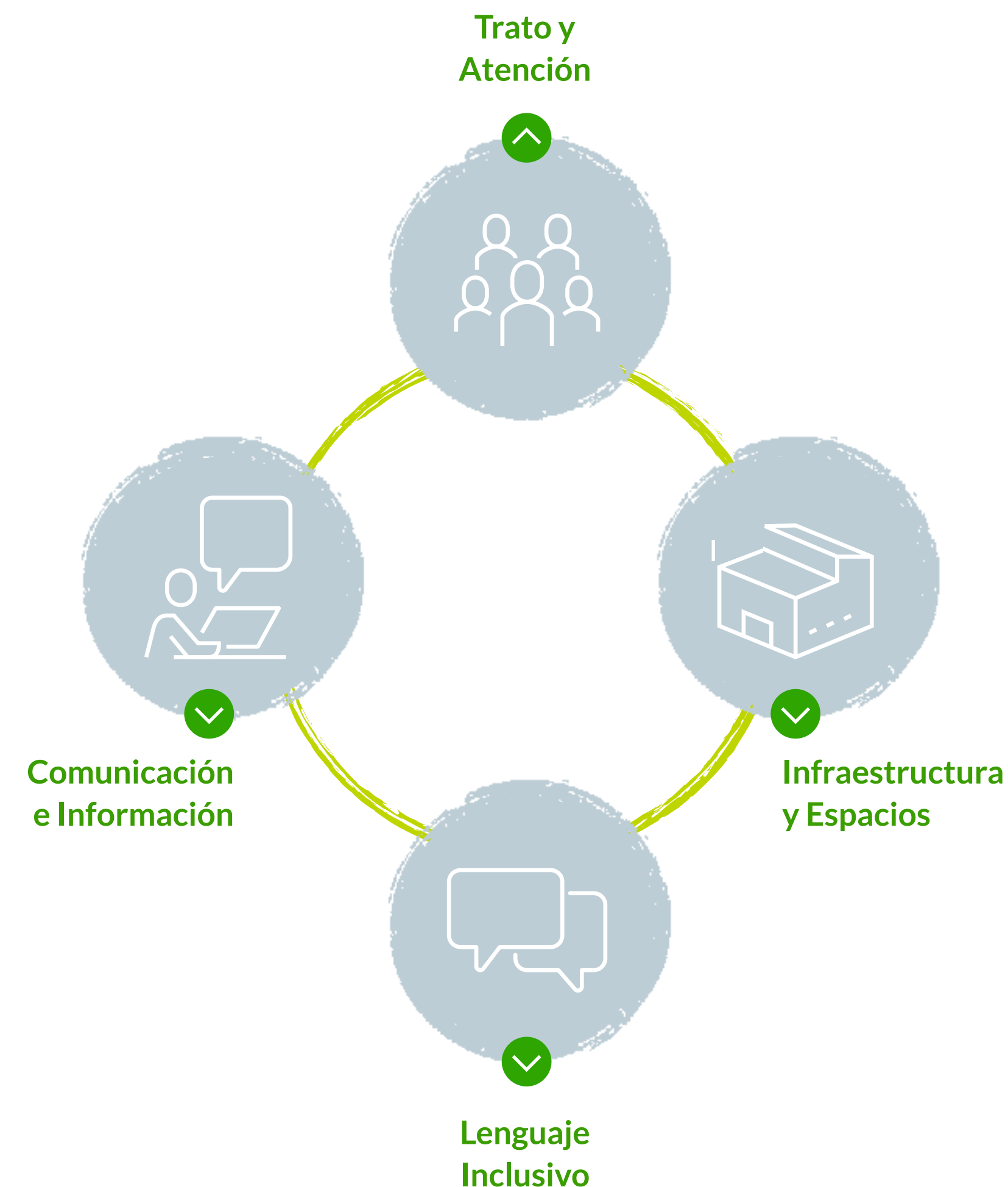
## Guía de buen trato y atención inclusiva

En Chile, desarrollamos la Guía de Buen Trato y Atención Inclusiva, con la finalidad de definir un marco de actuación que permita garantizar un servicio inclusivo y digno, respetando la diversidad de todas las personas. Complementariamente, diseñamos un procedimiento o flujograma frente a potenciales casos de discriminación en tiendas.

En este contexto, capacitamos a 253 colaboradores pertenecientes a la Gerencia de Personas y Sostenibilidad, Gerencia de Prevención y Pérdidas y Gerencia de Operaciones. Cabe destacar, con nuestras empresas proveedoras de servicios de seguridad, realizamos capacitaciones a los guardias de seguridad en los lineamientos de esta guía y las empresas firmaron una declaración de compromiso asociada a los principios establecidos como marco de actuación.

318

COLABORADORES Y PERSONAL EXTERNO CAPACITADO, CHILE



## Mujeres en la bolsa de valores

Desde nuestro compromiso con la equidad de género, como Tottus nos sumamos a una innovadora iniciativa orientada a incentivar la participación de mujeres en la industria bursátil.

Durante 10 días, ejecutivas de Tottus participaron en El Primer Juego de Bolsa exclusivo para mujeres, organizado por WomenCeo Perú y BURSEN BVL, la Escuela de la Bolsa de Valores de Lima (BVL). En este marco, recibieron mentoring, capacitaciones y “jugaron” en la compra de acciones en un simulador propio de la BVL.

Esto les permitió conocer y poner en práctica cómo se realizan inversiones a través del mercado de valores, mediante un simulador de rueda que permite evaluar, medir, planear estrategias e invertir en acciones.

## Campaña “Consejos Únicos”

Bajo el formato de videos cortos, con esta campaña buscamos visibilizar los testimonios de los colaboradores que superaron momentos difíciles, logrando convertir la adversidad en inspiración para otros. “Consejos únicos” comparte vivencias respecto a transición de género, ser mujer líder, persona con discapacidad y

adulto mayor, haciendo una analogía con la incertidumbre vivida por todos durante la pandemia.

## Tolerancia cero al hostigamiento

En Tottus, buscamos prevenir y combatir el hostigamiento sexual laboral en todas nuestras operaciones, promoviendo una cultura de trabajo segura, libre de violencia, empática y en donde se propicie el respeto a la dignidad y la cordialidad en las relaciones interpersonales. En este marco, en Perú desarrollamos las siguientes iniciativas:

- Manual de Prevención frente al hostigamiento sexual.
- Conformación y capacitación del Comité de intervención frente al Hostigamiento Sexual.
- Pauta de contenido mensual de prevención contra el Hostigamiento Sexual.
- Campaña “Tolerancia Cero” contra el Hostigamiento Sexual.
- Toolkit de Empatía que consiste en una guía gráfica digital con pasos simples en caso de ser testigo de hostigamiento sexual laboral.





## LGBT+

Como compañía queremos brindar un ambiente donde las personas de la comunidad LGBT+ sientan la libertad y seguridad de ser ellos mismos y gozar de las mismas oportunidades. Para esto, contamos con acciones específicas para este colectivo.

En Perú, como miembros de Pride Connection, una red de organizaciones que promueve ambientes laborales inclusivos para la comunidad LGBT+ en el país, firmamos una declaración que establece 10 compromisos para trabajar en contra de la discriminación por motivos de orientación sexual, identidad y expresión de género durante el periodo 2021-2022.

## Transición de género y violencia familiar

Con la aprobación de los procedimientos de Transición de Género y de Violencia Familiar, impulsamos un trabajo de sensibilización y formación en nuestros equipos de Chile y Perú en torno a estos protocolos.

En Chile, 163 colaboradores de la Gerencia de Personas y Sostenibilidad y la Gerencia de Operaciones fueron capacitados. Mientras en Perú, sumaron un total de 99 colaboradores que se desempeñan en posiciones de liderazgo, quienes fueron capacitados en temas como espacios seguros y no discriminación, conceptos de diversidad sexual y comunidad LGBT+, aplicación del protocolo de transición de nombre social, entre otros.



# Mejores condiciones laborales

Nos esmeramos en generar ingresos que sean superiores al mínimo fijado por el Estado y avanzar hacia a una mayor equidad salarial entre hombres y mujeres. Contamos con un sistema de remuneraciones definido por escalas salariales y con un componente variable basado en incentivos.

Asimismo, buscamos ofrecer a todos nuestros colaboradores un mayor bienestar y balance entre trabajo y vida personal, potenciando el desarrollo integral de las personas y valorando la diversidad. Junto a esto, nos esforzamos por entregar beneficios que respondan a las necesidades de los colaboradores, aportando a su calidad de vida laboral y de sus familias.

## Protección

- > SEGURO DE VIDA
- > SEGURO COMPLEMENTARIO DE SALUD
- > AYUDAS SOCIALES Y PRESTAMOS DE LA EMPRESA
- > ASESORIAS Y CHARLAS INFORMATIVAS

## Vida Sana

- > CHEQUEOS MEDICOS Y VACUNACIONES
- > CONVENIOS DE SALUD
- > OPERATIVOS DE SALUD
- > ALIMENTACION SALUDABLE Y VIDA SANA: ASESORIAS NUTRICIONALES CAMPAÑAS Y TALLERES

## Conciliación Trabajo – Vida Personal

- > MEDIDAS DE FLEXIBILIDAD LABORAL
- > DIA DE CUMPLEAÑOS LIBRE
- > SALA CUNA, AJUAR DE RECIEN NACIDO Y BENEFICIOS PARA LOS PADRES
- > BECAS ESTUDIANTILES Y BENEFICIOS PARA LA FAMILIA
- > CELEBRACIONES



## Mejores beneficios

Este 2021, potenciamos nuestro modelo de beneficios y desarrollamos iniciativas puntuales para apoyar, contener y acompañar a nuestros colaboradores.

En ambos países, reforzamos la ayuda social, ampliamos los descuentos corporativos, brindamos servicios de asesoría online y promovimos la vacunación contra influenza en todas las operaciones. Para apoyar el teletrabajo con los colaboradores de la oficina de apoyo, lanzamos la campaña “Modo Flex” que entrega cuatro días administrativos libres y permite administrar el tiempo laboral en forma flexible bajo determinados criterios. A su vez, habilitamos oficinas satélites en Perú y coworks en las unidades de negocio de Falabella en Chile, ampliando las opciones de modalidad de trabajo híbrido. En clima laboral, realizamos los “Tiempos de Encuentro” en fechas especiales, con entrega de gift cards, mercadería y kits de regalos para el colaborador y/o su grupo familiar. Mientras, en materia de diversidad, entregamos los mismos beneficios a los colaboradores que contraen matrimonio como a aquellos que suscriben a un Acuerdo de Unión Civil.

En el marco de la pandemia por Covid -19, en Chile apoyamos con 666 cajas de mercaderías y artículos de primera necesidad de nuestras Marcas Propias, a aquellos casos positivos o contacto estrecho, cubriendo los requerimientos específicos del colaborador/a y su grupo familiar durante un mes. También brindamos acompañamiento permanente por parte de especialistas y asistentes sociales. Además, les entregamos días adicionales con goce de sueldo, ampliando el tiempo estipulado por el Ministerio de Salud. En la misma línea, brindamos permisos con goce a los grupos de riesgos (embarazadas, enfermedades crónicas y adultos mayores sobre 65 años).

En Perú, lanzamos la campaña “Estamos Contigo”, poniendo a disposición un equipo de especialistas para acompañar a los colaboradores que sufrieron pérdidas de sus seres queridos durante 2021, a consecuencia de la contingencia sanitaria. También mantuvimos el soporte brindado en la línea telefónica y WhatsApp de apoyo emocional ALÓ CUIDA-T y en dos oportunidades entregamos cajas de mercaderías al 100% de nuestros colaboradores.

## Esfuerzos en materia de rotación

Una característica propia de nuestra Industria es el alto índice de rotación, especialmente entre los menores de 30 años. Desde 2013 iniciamos acciones específicas, focalizándonos en mejorar la selección, los beneficios, las oportunidades de crecimiento y las condiciones laborales. Asimismo, nos enfocamos en formar líderes que promuevan equipos colaborativos y un buen clima laboral. En Chile, al inicio de este proceso el 2013 teníamos un 75,1% de rotación. Desde entonces, hemos logrado disminuir esta tasa, alcanzando en 2021 la tasa histórica más baja, con un 41%.

# 41%

TASA DE ROTACION LABORAL  
EN 2021, CHILE

# 45%

DISMINUCION DE LA TASA DE  
ROTACION LABORAL DESDE LINEA  
BASE 2013, CHILE

## ROTACION LABORAL

CHILE	2019	2020	2021	Por Género	
				Hombres	Mujeres
Ingresos (Nº de colaboradores)	4.179	3.944	5.741	2.873	2.867
Tasa de Rotación laboral	50%	42%	41%	50%	50%

PERÚ	2019	2020	2021	Por Género	
				Hombres	Mujeres
Ingresos (Nº de colaboradores)	6.939	8.377	8.340	5.047	3.293
Tasa de Rotación laboral	60%	58%	61%	37%	24%

## Dotación



CHILE	2019	2020	2021	Por Género		Por edad		
				Hombres	Mujeres	<30	30<<50	50<
<b>POR CATEGORÍA LABORAL</b>								
Gerentes y Subgerentes	143	146	150	109	41	0	115	35
Profesionales y Técnicos	891	1404	1404	688	716	271	976	157
Otros	7.598	7.305	7.154	2.670	4.484	3.002	2.968	1.184
<b>POR TIPO DE CONTRATO</b>								
Plazo indefinido	7.836	7.827	7.107	38%	62%			
Plazo fijo	796	1.028	1.601	46%	54%			
<b>Total</b>	<b>8.926</b>	<b>8.632</b>	<b>8.708</b>					

PERÚ	2019	2020	2021	Por Género		Por edad		
				Hombres	Mujeres	<30	30<<50	50<
<b>POR CATEGORÍA LABORAL</b>								
Gerentes y Subgerentes	237	252	286	157	129	23	240	23
Profesionales y Técnicos	2.142	2.248	2.330	1.255	1.075	797	1.475	58
Otros	8.556	11.419	12.109	6.622	5.487	9.111	2.831	167
<b>POR TIPO DE CONTRATO</b>								
Plazo indefinido	7.887	8.340	8.349	48%	51%			
Plazo fijo	3.048	5.579	6.376	62%	37%			
<b>Total</b>	<b>10.935</b>	<b>13.919</b>	<b>14.725</b>					

## Salud y seguridad



CHILE	Unidad	2019	2020	2021	Por Género	
					Hombres	Mujeres
Nº de víctimas mortales	Nº	0	0	0	0	0
Tasa de accidentes laborales	%	6,80	2,25	4,45	1,61	2,84
Tasa de enfermedades profesionales	%	0,16	0,1	0,11	0,06	0,06
Nº de comités paritarios	Nª	72	72	76		
% de trabajadores cubiertos por un sistema de salud y seguridad laboral	%	100	100	100		

PERÚ	Unidad	2019	2020	2021	Por Género	
					Hombres	Mujeres
Nº de víctimas mortales	Nº	0	0	0	0	0
Tasa de accidentes laborales	%	5,30	2,87	2,69	1,68	1,01
Tasa de enfermedades profesionales	%	0	0	0	0	0
Nº de comités paritarios	Nª	2	2	1		
% de trabajadores cubiertos por un sistema de salud y seguridad laboral	%	100	100	100		

## Relación salarial hombre y mujeres



	CHILE			PERÚ		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Profesionales y Técnicos	0,81	0,85	0,90	0,97	0,95	0,96
Operarios	0,80	0,84	0,98	1	0,98	1,00

## Diversidad e Inclusión



	CHILE			PERÚ		
	% de colaboradores			% de colaboradores		
Diversidad	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Migrantes	10,4	12,6	12,2%	0,4	0,3	0,2%
Personas con discapacidad	1	1,1	1,1%	2	1,4	1,3%

# 03

## Mejor experiencia de compra



# Brindando la mejor experiencia de compra

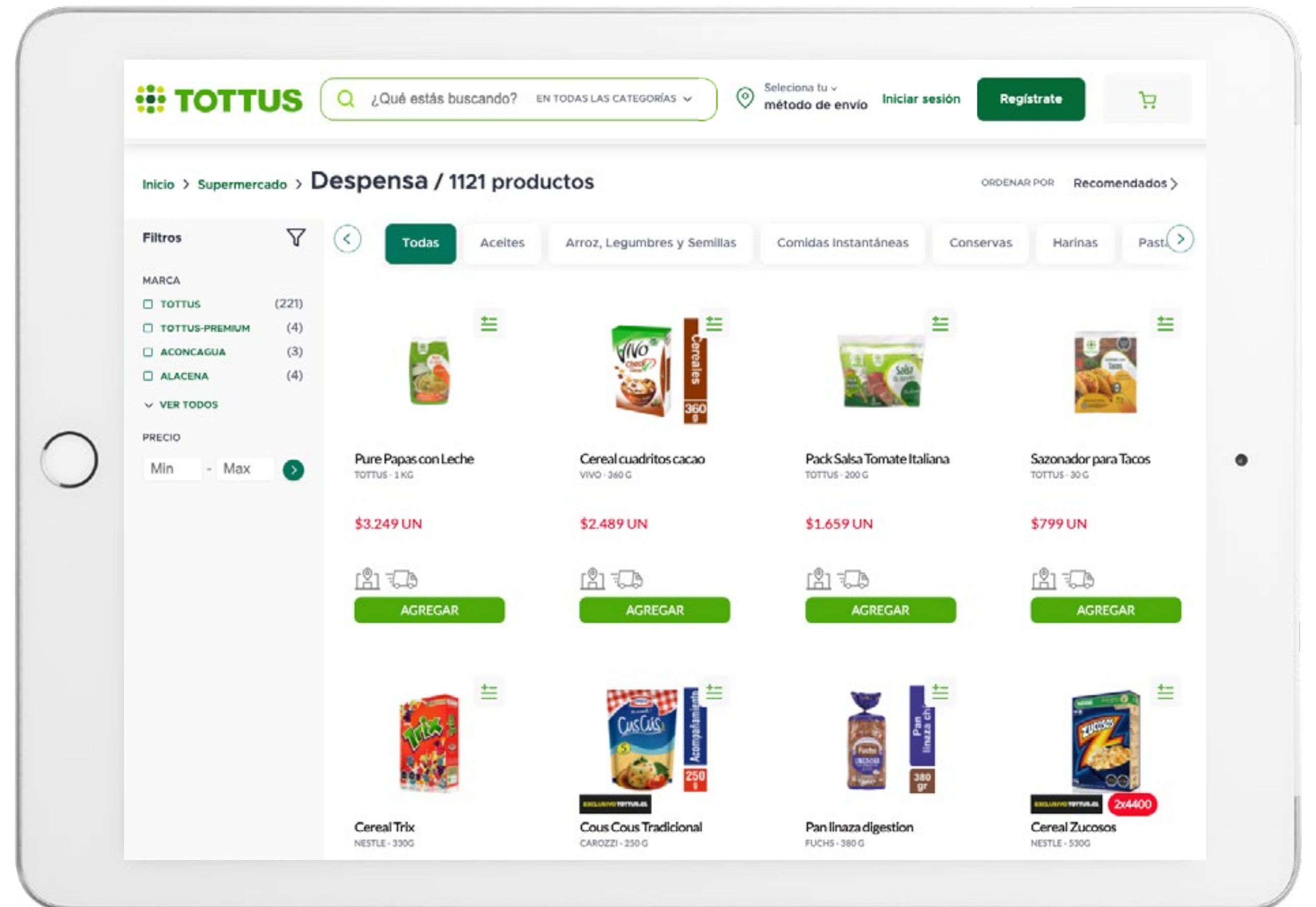
El corazón de nuestro negocio son los clientes. Desde esta visión, nos esmeramos por conocer sus necesidades, sintonizar con sus expectativas y generar las mejoras necesarias para crear la mejor experiencia de compra.



En este contexto, este año continuamos trabajando con consistencia en nuestra propuesta comercial para brindar una experiencia de compra más segura, rápida y omnicanal, acorde a las preferencias actuales de nuestros clientes.

Es así que, a través de ajustes operacionales, el aumento de las capacidades logísticas y operativas de e-commerce y la inversión en nuevas tecnologías, entre otras medidas, nos esmeramos en entregarles las mejores soluciones desde un robusto ecosistema físico y digital.

Complementariamente, avanzamos con solidez en el despliegue de nuestra promesa de ofrecer productos relevantes a precios bajos en forma permanente. En esta línea, potenciamos el desarrollo de nuevas categorías y nuevos productos de Marcas Propias y generamos esfuerzos logísticos buscando asegurar la disponibilidad en el tiempo.



56

TIENDAS IMPLEMENTAN FAZIL  
A NIVEL REGIONAL

172

PUNTOS DE RETIRO CLICK &  
COLLECT A NIVEL REGIONAL

129%

DE CRECIMIENTO EN VENTAS  
E-COMMERCE, CHILE

52%

DE CRECIMIENTO EN VENTAS  
E-COMMERCE, PERÚ

## Una robusta estrategia omnicanal

Durante 2021 realizamos importantes avances en el proceso de transformación y consolidación de nuestra estrategia omnicanal, frente a la creciente demanda de las ventas e-commerce. En este marco, promovimos un conjunto de iniciativas para brindar la mejor experiencia de compra, fortaleciendo nuestra integración con el ecosistema Falabella.

Como hito, destacamos el desarrollo de Fazil. Esta solución digital nace en 2020 como un aplicativo de última milla con despacho express para compras de productos en Tottus, Sodimac y Falabella y durante 2021 evoluciona en una sólida plataforma de Marketplace. Fazil hoy nuclea múltiples sellers y está orientada a satisfacer la conveniencia de los clientes por medio de la rapidez de la entrega, de una importante red logística y del respaldo de un equipo dedicado a gestionar la experiencia de compra. Cabe mencionar, a través de Fazil dimos un fuerte impulso a la categoría “alimentos”, logrando excelentes resultados. A diciembre de 2021, alcanzamos una cobertura de 29 tiendas en Chile y 27 tiendas en Perú.

El crecimiento del negocio online también se vio potenciado con la participación en innovadores canales digitales. En Chile nos integramos a la nueva plataforma centralizada de e-commerce de Falabella, donde sumamos 7.500 productos, obteniendo un tercio de las órdenes de compra de la categoría a través de este canal. También, en este país, nos incorporamos en la plataforma Linio de venta online con productos non food. Mientras, en Perú, mantuvimos nuestra participación en Linio, donde ofrecemos una gran variedad de productos.

Para incrementar nuestra capacidad en e-commerce, inauguramos la primera tienda gris 100% automatizada en Chile y dispusimos una tienda gris exclusivamente para brindar soporte a la operación de Fazil en Perú. En la misma línea, adaptamos las operaciones en nuestros centros de distribución y ampliamos su capacidad, aportando mayores eficiencias.





# 216%

DE CRECIMIENTO EN VENTAS NON  
FOOD EN E-COMMERCE, CHILE

# 95%

DE CRECIMIENTO EN VENTAS FOOD  
EN E-COMMERCE, PERÚ

# 281

SELLERS EN LA PLATAFORMA DE  
MARKETPLACE FAZIL, PERÚ

# 23%

DE VENTAS E-COMMERCE SE  
REALIZAN A TRAVES DE  
FALABELLA.COM, CHILE

Estos avances se complementan con una vasta red de puntos de retiro para compras online realizadas en Tottus, Sodimac y Falabella, hoy Falabella.com. El sistema click & collect tiene un alcance de 132 puntos de retiro en Perú y 40 puntos de retiros en Chile, con entregas promedio mensuales de 37.881 y 55.090 pedidos, respectivamente.

Como desafíos, el 2022 seguiremos trabajando para consolidarnos como seller relevante en Falabella.com. Asimismo, buscaremos potenciar el posicionamiento de la categoría food en el ecosistema digital y generar las capacidades necesarias para abordar exitosamente el crecimiento de las ventas a distancia.

## Transformación digital para una compra más rápida y segura

En Tottus disponemos de novedosas tecnologías para propiciar una experiencia de compra acorde a las nuevas necesidades de los clientes.

Por segundo año consecutivo, implementamos FPay, la billetera virtual de Fala-bella que permite el pago de las compras de forma rápida, fácil y sin contacto mediante el escaneo de un código QR desde el celular. A través de FPay entregamos beneficios en ofertas y una atractiva acumulación de puntos CMR respecto a otros medios de pago. Además, habilitamos cajas preferenciales para su uso en nuestras tiendas, alcanzando en el mes de diciembre una participación del 4,27% en venta.

También contamos con cajas de autoatención y balanzas de autoservicio. En Chile, nuestra red de cajas de autoatención o self check out está disponible en el 100% de los locales. Este periodo, incrementamos la cantidad de cajas e incorporamos funcionalidades en términos de fidelización, usabilidad y seguridad, impulsando así una mejora continua. A su vez, en to-

das nuestras tiendas brindamos acceso a balanzas de autoatención en las secciones de frutas y verduras y panadería. Mediante una plataforma centralizada y en línea de administración de contenido de las balanzas de auto servicio, gestionamos un mayor control y la pronta reposición de productos.

Junto a esto, operamos cuatro túneles de escaneo automático de productos. Gracias a su tecnología basada en la inteligencia artificial, nos permiten entregar una mejor experiencia de autoatención, aportando automatización y productividad.

Cabe mencionar, en la industria nos destacamos por el empleo de una innovadora tecnología 100% automatizada para el retiro en tienda de compras online. Su sistema funciona por medio de la lectura de un código de barra, que traquea el pedido para ser entregado “sin contacto” en el momento. En 2021, alcanzamos una participación del 10% del total de entregas a través de estos robots Cleveron instalados en nuestras tiendas.

# 100%

DE TIENDAS CUENTAN CON CAJAS DE AUTOATENCION Y BALANZAS DE AUTOSERVICIO, CHILE

# 471

CAJAS DE AUTOATENCION , CHILE

# 2.281.060

MILLONES DE CANJES DE PUNTOS CMR A TRAVES DEL PROGRAMA DE LEALTAD CORPORATIVO, A NIVEL REGIONAL



# 3

ROBOTS CLEVERON INSTALADOS PARA RETIRO DE PRODUCTOS EN TIENDAS, CHILE

# 37%

PARTICIPACION PROMEDIO EN TRANSACCIONES EN CAJAS DE AUTOATENCION, CHILE



## Innovación y nuevas tecnologías para mayor eficiencia operacional

Como parte de un proceso de mejora continua, este año consolidamos un conjunto de iniciativas destinadas a aportar eficiencia en las operaciones, a través de la automatización, estandarización y agilidad:

### AUTOMATIZACION ROBOTICA DE PROCESOS

La tecnología RPA (Robotics Process Automation) permite automatizar procesos repetitivos realizados por un usuario en un computador, optimizando recursos y tiempo.

### CELULA DE TRABAJO EN DATA ANALYTICS

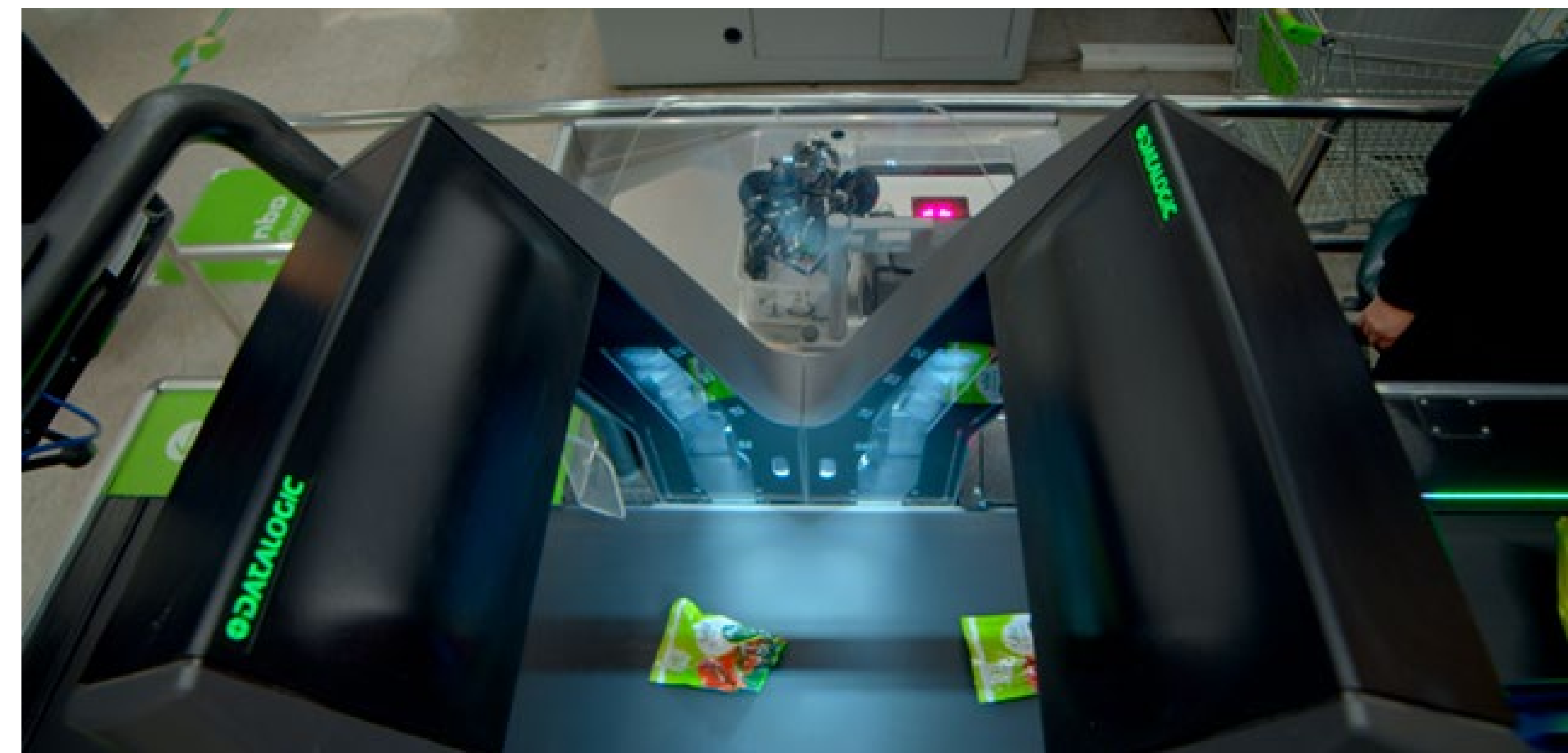
Por medio de un trabajo en sinergia entre Chile y Perú, contamos con indicadores de control de gestión para actividades claves e indicadores que permiten mejorar la predictibilidad en el planeamiento de compras, impactando positivamente en la reducción de mermas.

### TIENDAS AGILES

En Chile, fortalecimos el modelo de transformación de tiendas a un formato ágil, lo que supone una redefinición de procesos y roles, donde los equipos son capaces de manejar con versatilidad los diferentes procesos de la operación. Este año adicionamos cuatro tiendas ágiles, sumando un total de 11 tiendas bajo este formato.

### SISTEMA AUTOMATIZADO DE TESORERIAS

Con el fin de aumentar el nivel de seguridad, mejorar los tiempos y la precisión de los procesos asociados a tesorería, en 2021 culminamos el despliegue de este sistema, con la instalación de máquinas de alta tecnología en toda nuestra cadena de Chile.





01

Empresa Gobernanza  
Integridad

02

Mejor supermercado  
para trabajar

03

Mejor experiencia  
de compra

04

Ser un buen  
vecino

05

Tabla de  
indicadores GRI

< Home > 58

Reporte de  
Sostenibilidad 2021

## Mejoras en la disponibilidad

Para asegurar la disponibilidad de productos a nuestros clientes, este año continuamos con la implementación de nuevos procesos de control y de ejecución, alcanzando muy buenos resultados.

En esta línea, el uso de herramientas digitales para automatizar el proceso de reposición de productos en góndolas, nos ha permitido seguir mejorando el indicador de nivel de servicio en góndola (NSG) en Chile y Perú. Tal es el caso de la utilización de un aplicativo para este fin, que cuenta con tres principales funcionalidades: flujo de mercadería, caminata de quiebre y reposición por venta.

Así también, en materia de remodelaciones de tiendas, implementamos procesos tales como planogramas y ajuste de surtidos, permitiéndonos hacer más eficiente nuestra propuesta de valor de cara a los clientes.

Con la finalidad de mejorar la gestión de mermas de productos en tiendas, en Perú potenciamos el Comité de Mermas, liderado por el área de Excelencia Operacional. Este comité se reúne semanalmente y está integrado por las áreas de Comercial,

Logística, Operaciones y Prevención de Pérdidas. Además, utilizamos el aplicativo “App Operación Mi tienda”, que ha sido de gran valor para identificar y registrar los motivos de las mermas, facilitando una oportuna gestión de mejora.

## Primera exportación binacional de productos

El 2021 concretamos un importante hito en Tottus, con la primera exportación a Chile de productos elaborados en nuestra Planta de Producción de Perú, tales como platos preparados y 11 toneladas de panes. Complementariamente, durante el año exportamos productos de vestuario.

Con la apertura de este nuevo canal de abastecimiento de importaciones, buscamos enriquecer nuestra propuesta comercial, entregando diferenciación con productos únicos y de alta calidad. Por lo cual, en 2022 proyectamos replicar de forma incremental esta exitosa iniciativa, resultado de un riguroso trabajo binacional.



## Consolidación de la operación de fríos

Desde un gran esfuerzo de gestión, en Chile materializamos la unificación de la operación de fríos, correspondiente a las categorías de carnes, frutas y verduras, lácteos y congelados. Con este relevante hito, avanzamos en consolidar eficiencias operacionales y logísticas, logrando ahorros y mejoras en el transporte hacia las tiendas.

### Comités corporativos al servicio de los clientes

Como Tottus, participamos en comités mensuales junto a las diferentes unidades de negocio de Falabella. Estas instancias de integración con el ecosistema corporativo posibilitan compartir mejores prácticas, alcanzar eficiencias y brindar soluciones de clase mundial a nuestros clientes, enriqueciendo la experiencia de compra.

### Nueva área de trade marketing

Con el objetivo de posicionar estratégicamente nuestros productos en los canales de venta físicos y digitales, este año creamos el área de Trade Marketing en Chile y en Perú.

Desde este nuevo ámbito, se llevará a cabo la coordinación de las estrategias de Marketing, Operaciones y Comercial de cara a los clientes, con especial foco en aportar visibilidad a nuestras Marcas Propias y potenciar la comunicación y experiencia omnicanal.

### Ventas institucionales

La creación de la nueva Gerencia de Ventas Institucionales tiene como finalidad satisfacer las necesidades de clientes B2B, poniendo a su alcance soluciones empresa para mejorar la productividad de su negocio.

Este canal de ventas mantiene un crecimiento sostenido desde hace 17 años en Perú. Es por esto que, en el marco de regionalización corporativa y atendiendo a las nuevas oportunidades del mercado, el 2021 avanzamos en su implementación en Chile.

El canal institucional nos permite ofrecer productos del surtido de Tottus en grandes volúmenes bajo el formato de cajas o packs armados y promover el medio de pago Gift Card con los clientes empresa.

Dentro de las sinergias generadas entre Chile y Perú, se encuentran el diseño de un logo de Venta Empresas único para ambos países, los soportes comunicacionales y el actual desarrollo de una herramienta sistémica que permitirá automatizar el proceso de generación de cotizaciones a clientes.



# Una propuesta diferenciadora con nuestras Marcas Propias

En Tottus queremos facilitar el acceso a productos únicos, de alta calidad y a precios convenientes, a través de nuestras Marcas Propias como protagonistas. Desde esta visión disruptiva, nuestros equipos de trabajo se dedican a capturar y desarrollar las tendencias de consumo actuales para brindarlas a nuestros clientes. Es así que, en los últimos años, creamos nuevas líneas de productos y potenciamos las sinergias entre Chile y Perú, para convertirnos en una marca relevante y ganarnos la preferencia de los clientes.

Durante 2021, consolidamos una visión regional liderada por la Gerencia Corporativa de Marcas Propias, aportando nuevas eficiencias, recursos y especialización en la gestión. Asimismo, fortalecimos nuestra propuesta de proveeduría binacional, contando con un 60% de proveedores importados que abastecen a ambos países.

Mientras, desde nuestra estrategia enfocada en el desarrollo de productos, un aspec-

to característico de nuestro valor agregado que nos permite competir con versatilidad en las diferentes categorías, este año dimos un fuerte impulso y masividad en el volumen de lanzamientos de los productos. Además, realizamos el cambio de imagen de toda nuestras Marcas Propias.

Como hito, potenciamos el posicionamiento de la línea de belleza “Murana”, donde duplicamos el número de SKUs y sumamos innovaciones como perfumes para hombres y la nueva propuesta de Naturology para cuidado capilar, con una fórmula sin sal y 96% de ingredientes naturales. También, realizamos campañas especiales y lanzamientos de packs promocionales. Acciones que, en su conjunto, impactaron positivamente con un crecimiento de ventas de 604% en Chile y 353% en Perú, respecto al periodo anterior. Junto a esto, robustecimos el surtido de la línea saludable Tottus “Life”, ofreciendo productos orgánicos, veganos, sin lactosa, sin gluten, sin azúcar y funcionales.



## DUPLICAMOS

PRODUCTOS DEL PORTAFOLIO DE LA LÍNEA DE BELLEZA MURANA A NIVEL REGIONAL

De la mano de estos desarrollos, incursionamos en nuevas tendencias de carácter “eco friendly”, con productos a base de proteínas vegetales y envases amigables con el medio ambiente. En este contexto, destacamos el lanzamiento de la línea de perfumería para bebés, formulada con ingredientes de origen natural, dermatológicamente testada y de cultivo orgánico, que cuenta con sello *Ím Green*. Este sello certifica el uso de plásticos verdes, garantizando fuentes renovables. Complementariamente, lanzamos dos líneas de hisopos (para bebés y para adultos) libres de plásticos y líneas de productos compostables de apoyo para el cuidado del hogar, tales como bolsas, platos y cubiertos.

Para dar un soporte estable a nuestro plan de trabajo, consolidamos nuestro programa de Proveedor Confiable, tanto con proveedores nacionales como binacionales. Este programa cuenta con un enfoque de nuestros proveedores como socios estratégicos, con quienes buscamos construir relaciones de largo plazo y acompañarlos en la aplicación de altos estándares de desempeño.

Entre los resultados obtenidos, resaltamos el progreso sostenido junto a nuestras Marcas Propias, con un crecimiento superior al resto del mercado en ambos países. En este marco, en Perú alcanzamos un share de mercado de 47,5%, lo que representa un 1,9% más respecto al periodo anterior. Mientras, en Chile, obtuvimos un 9,9% de participación de mercado, con un incremento en relación al año 2020. En términos de penetración, logramos una participación de 25,6% en Perú y de 15,4% en Chile, posicionándonos como líderes en la industria supermercados.

# 612

NUEVOS PRODUCTOS MARCAS PROPIAS, CHILE

# 528

NUEVOS PRODUCTOS DE MARCAS PROPIAS, PERÚ

# 33%

PRODUCTOS DEL PORTAFOLIO DE TOTTUS LIFE LANZADOS EN 2021 A NIVEL REGIONAL

# 1.140

PRODUCTOS NUEVOS DE MARCAS PROPIAS A NIVEL REGIONAL



## Compromiso con la calidad y conveniencia

Nuestra preocupación por brindar productos seguros y sin riesgos para la salud, se materializa en la implementación de rigurosos sistemas de control, certificación y seguimiento de productos y alimentos, bajo los mejores estándares de calidad.

Instalamos mecanismos de auditoría en productos de elaboración propia y externos que consideran su trazabilidad desde el origen, brindando el apoyo necesario a nuestros proveedores en la gestión y desarrollo de sus procesos.

## Sistemas de gestión alimentaria junto a nuestros proveedores

Nuestra promesa de productos de Marcas Propias garantizada se sustenta en un trabajo junto a los proveedores para asegurar la mejor calidad desde el origen.

Seleccionamos rigurosamente a nuestros proveedores de Marcas Propias nacionales y extranjeros, y en el rubro de los alimentos, les exigimos, como norma básica para ser parte de Tottus, la implementación de un sistema de gestión de inocuidad alimentaria.

En Chile, este año realizamos auditorías anuales para evaluar la implementación del sistema de gestión basado en IFS (por sus siglas International Food Standard) el cual establecimos como nuevo requisito. Esta norma es reconocida por Global Food Safety Initiative (GFSI).

Con el objetivo de facilitar la adecuación a la norma IFS, en 2021 lanzamos un Programa de Desarrollo a Proveedores, en alianza con la Academia de IFS. Este programa nos permite entregar a todos nuestros proveedores, independientemente de su tamaño, asesorías y acompañamiento técnico para alcanzar, de manera progresiva, el desempeño esperado. Adicionalmente, desarrollamos un manual para comunicar el nuevo alcance de esta norma y las estrategias de evaluación definidas por Tottus. Así también, junto a los proveedores con certificaciones GFSI, realizamos un proceso de homologación de las mismas.

Al cierre de 2021, el 57% de los proveedores nacionales de Marcas Propias cuentan con la implementación efectiva de este sistema. Mientras, los proveedores importados disponen de sus certificaciones



vigentes. Respecto a nuestros “proveedores críticos”, brindamos apoyo en auditorías para el control de plagas.

En tanto, en Perú, del total de nuestros proveedores de Marcas Propias, un 95% cuentan con validación oficial HACCP otorgada por el Ministerio de Salud, lo que representa un incremento del 6,8% respecto del periodo anterior. Junto al 5% de proveedores restantes, que actualmente cuentan con certificaciones HACCP otorgadas por empresas privadas, continuamos avanzando en el compromiso de obtener su validación oficial, conforme a la normativa peruana.

## Estándares y alcances en la gestión de calidad

En Chile contamos con la certificación en el estándar internacional ISO 9001:2015, con alcance para el desarrollo del producto, la producción y la selección y control de los proveedores. De esta manera, buscamos potenciar el pilar estratégico de Marcas Propias desde una sólida gestión de trazabilidad.

Mientras, en Perú, iniciamos el proceso de acreditación en ISO 17025:2017 que avala la competencia de nuestros laboratorios de ensayo y calibración. Este año aprobamos la primera auditoría y en febrero de 2022 proyectamos aplicar a la segunda auditoría, convirtiéndonos así en el primer supermercado en este país con una Planta de Producción de Alimentos propia certificada en esta norma.

## Gestión de calidad en nuestras operaciones

Desde la rigurosidad que nos caracteriza, promovemos iniciativas tanto para el estricto cumplimiento normativo como para una robusta gestión proactiva en el ámbito de Calidad. Durante 2021, en Perú destacamos las siguientes medidas y resultados:

### COMPLEJO LOGISTICO HUACHIPA:

- Cumplimiento normativo con entidades que regulan aspectos sanitarios, conforme 100% en las auditorías SENASA (frutas y verduras) y SANIPES (pesca y productos hidrobiológicos)
- 100% de cumplimiento en auditoría de Certificación Orgánica
- 100% de trazabilidad en nuestras tres plantas de operaciones (frescos, secos y Planta de Producción de Alimentos)
- 100% de cumplimiento de las capacitaciones proyectadas en temas de calidad

- Disminución de reclamos internos (30% menos) asociado a la gestión de capacitaciones y mayor trazabilidad
- Cero multas y cierres por autoridades

### TIENDAS:

- Actualizaciones de Manuales de Buenas Prácticas de Manufactura e Higiene
- Implementación de KPIs de Gestión de Calidad y Mejora Continua
- Monitoreos microbiológicos e Inspecciones higiénico sanitarias

### PICKING CENTER:

- Definición de lineamientos y diseño de Manuales de Buenas Prácticas, incluyendo temas tales como la generación de pedidos, despacho, transporte, packaging, entre otros

# 100%

CONFORME EN AUDITORIAS DE LAS AUTORIDADES SENASA Y SANIPES, PERÚ

# 0

DE MULTAS Y CIERRES EN NUESTRO CENTRO LOGISTICO DE HUACHIPA, PERÚ



01

Empresa Gobernanza  
Integridad

02

Mejor supermercado  
para trabajar

03

Mejor experiencia  
de compra

04

Ser un buen  
vecino

05

Tabla de  
indicadores GRI

< Home > 64

Reporte de  
Sostenibilidad 2021

### Nuevos desarrollos para una experiencia de compra más segura

Facilitar una experiencia de compra más segura durante la contingencia sanitaria ha sido una prioridad para Tottus. En esta línea, impulsamos nuevos desarrollos de productos y adoptamos soluciones para una menor manipulación de los productos y una mayor vida útil de los mismos. En la categoría de alimentos perecibles, brindamos panes en formatos embolsados, frutas y verduras enmalladas y carnes refrigeradas y selladas. Además, desarrollamos panes precocidos congelados y a temperatura ambiente y ofrecemos exquisitos platos preparados “listos para servir”.

Asimismo, en nuestro Centro Logístico de Huachipa, en Perú, contamos con novedosas tecnologías, como la enmalladora automática y las cámaras de maduración. En 2021, incorporamos la tecnología de atmósfera modificada, que permite conservar la frescura y alargar la vida útil de alimentos envasados, sin el uso de preservantes.

### Reingenierías y fórmulas propias de productos

Desde la especialización de nuestra Planta de Producción de Alimentos (PPA), en Perú avanzamos en la aplicación de reingenierías para la elaboración de nuestros productos. Tal es el caso de la sustitución de los aditivos del pan francés, logrando un perfil mejorado de este producto. Mientras, en pastelería, reformulamos todas nuestras cremas mediante la tecnología “Ready to Whip”, permitiéndonos incrementar la capacidad de brindar surtido congelado en esta categoría.

Junto a esto, desarrollamos fórmulas propias para nuestros panetones y bebidas gaseosas de Marcas Propias, como resultado de un riguroso trabajo en nuestros laboratorios de I+D.

### Cultura de inocuidad

Con el objetivo de sensibilizar y concientizar sobre la auto responsabilidad en materia de inocuidad, lanzamos el programa “Cultura de inocuidad”, dirigido a todas nuestras operaciones en Perú.

Entre los recursos comunicacionales, diseñamos el material de “Refuerzos” y “Trivias” y dispusimos en formato virtual el 100% de los contenidos de inducción, asociados a este programa, para colaboradores de Tottus e Hiperbodega Precio Uno. Además, implementamos videos con mensajes por parte de la Gerencia General, Gerencias Centrales y Gerencias Zonales de Operaciones, buscando potenciar el comportamiento esperado en el trabajo cotidiano.



# Salud y seguridad de nuestros clientes

La contingencia sanitaria acaecida desde 2020, trajo aparejado uno de los más grandes desafíos enfrentados por la industria de supermercados. Ante este escenario sin precedentes, en Tottus direccionamos todos nuestros recursos y esfuerzos para cuidar la salud y seguridad de nuestros clientes como un eje prioritario de gestión.

Con el mayor compromiso, en estos dos últimos años implementamos un robusto Plan de Contingencia Covid-19, en coordinación con la autoridad sanitaria y especialistas en salud. A través de un conjunto de iniciativas tales como protocolos preventivos, medidas de autocuidado para clientes, colaboradores y personal externo, aplicación de altos estándares de salud y seguridad en nuestras tiendas, entre otras, logramos una operación segura e ininterrumpida, garantizando el desempeño de nuestro rol esencial de abastecimiento de las comunidades.

Como resultado, en 2021 la Asociación Chilena de Seguridad nos otorgó, nuevamente, el Sello Covid-19, un reconocimiento que destaca nuestra labor preventiva y el cumplimiento con los protocolos exigidos por la autoridad sanitaria. Esta distinción tiene un alcance del 90% de nuestras operaciones en Chile, en tanto el 10% restante se encuentra aún en proceso de evaluación al cierre de este periodo. En la misma línea, en Perú mantuvimos un 100% de conformidad en las pruebas de monitoreos en superficies realizadas en nuestras tiendas, por parte del Ministerio de Salud y las Municipalidades locales.



# Plan de contingencia Covid-19

## Clientes

### EN NUESTRAS TIENDAS:

- Medidas de higiene, sanitización y desinfección de equipos en cajas, puntos de autoatención, Click and Collect, centros de pago, servicio de despacho, carros de clientes y zonas de mayor tráfico.
- Dispensadores de alcohol gel en diferentes áreas de la tienda para uso de clientes y colaboradores.
- Instalación de barreras de acrílico en las cajas de nuestros locales.
- Señalética en el piso de las zonas de alto tráfico para marcar la distanciasocial recomendada de un metro.
- Aforo controlado de los clientes a nuestros locales, de acuerdo al tamaño de la sala y la afluencia de público, control de temperatura y desinfección de manos antes de ingresar a la sala.
- Disminución en exhibiciones de productos a granel y envasado de productos para agilizar la compra de nuestros clientes.
- Sensibilización para fomentar el autocuidado, tanto de colaboradores como de clientes, mediante cartelera y mensajes audiovisuales.
- Cajas de autoservicio y autoservicio en nuestras tiendas.
- Sistema de pago Fpay, la billetera digital de Falabella, que permite el pago sin contacto desde el celular.
- Incremento de la capacidad operativa de nuestros canales digitales y fomento de su uso para compras online y retiro en tienda.

### RECOMENDACIONES PARA NUESTROS CLIENTES:

- Mantener un metro de distancia con las demás personas.
- Preferir el pago con tarjeta en vez de efectivo
- Realizar compras online y con sistema Click and Collect (retiro en tienda).



## Inspirando elecciones saludables

En Tottus, hace ocho años trabajamos en forma sostenida nuestro compromiso con la alimentación sana, buscando ser un aporte a las problemáticas de salud pública. En este ámbito, junto a un sourcing de productos nacionales e importados en categorías saludables, contamos con desarrollos como nuestra línea “Life” de productos saludables de Marcas Propias. “Life” nos permite brindar a nuestros clientes una propuesta distintiva, basada en un amplio surtido de alimentos que contienen ingredientes más sanos y responden a las crecientes expectativas de encontrar productos orgánicos, veganos, vegetarianos, libres de o bajos en gluten, azúcares, alérgenos, grasas y sodio.

Asimismo, buscamos inspirar a las personas para tomar elecciones saludables, desde formatos digitales y fácilmente accesibles como las redes sociales y página web. En este sentido, en Chile, imple-

mentamos el portal [www.crecersano.cl](http://www.crecersano.cl), acercándonos a miles de familias a través de educación en alimentación saludable, consultas directas a una nutricionista, videos de ejercicios, recetarios, entre otros. Como novedad, este año potenciamos esta plataforma mediante webinars en temáticas como cuidados de los alimentos, prevención de intoxicaciones y clases de bailes típicos, donde participan especialistas y nuestros propios colaboradores. Así también, compartimos los contenidos de Crecer Sano en nuestro Instagram y en newsletters para nuestros clientes, buscando agregar valor en el fortalecimiento del sistema inmune y la promoción de estilos de vida saludable. Cabe mencionar, en estos dos años marcados por la contingencia sanitaria, estas iniciativas fueron muy bien valoradas, lo que nos motiva a seguir contribuyendo en la salud integral de las personas.



Complementariamente, en la búsqueda por mejorar el estándar nutricional de los alimentos, en Perú culminamos el proceso de reformulación de productos Marcas Propias para la reducción de sus sellos. Junto a esto, realizamos capacitaciones en el Manual de Verificación de Octógonos con nuestros proveedores y generamos controles adicionales, incluyendo un nuevo aplicativo digital para la verificación de estos sellos en nuestro Centro de Distribución y tiendas. Estos avances se enmarcan en la ley 30.021 de alimentación saludable que regula las advertencias publicitarias y que entró en vigencia en septiembre de 2021.



## La feria TOTTUS: abierta todos los días

La Feria Tottus es nuestra propuesta de valor en torno a la categoría de frutas y verduras, donde invitamos a nuestros clientes a deleitarse con un atractivo surtido de productos de calidad certificada.

En Chile, este año continuamos afianzando el posicionamiento de nuestra oferta en esta categoría durante todo el año. Como innovación, destacamos las importaciones de manzanas y hortalizas peruanas, aportando diferenciación y productos de excelente calidad. Además, reafirmamos la comunicación de esta atractiva propuesta a través de nuestros catálogos, campañas de marketing y web corporativa, donde destacamos las bondades saludables de los productos y las certificaciones de nuestros productores en Buenas Prácticas Agrícolas y Buenas Prácticas Manufactureras, que avalan nuestra calidad 200% garantizada.

## Mundo saludable

En la misma línea, como una forma de potenciar la oferta de productos saludables y amigables con el medio ambiente, en Perú dimos los primeros pasos del proyecto Mundo Saludable.

Junto a distribuidores y emprendedores, incorporamos más de 300 productos nuevos y destinamos a este segmento casi cinco veces más del espacio habitual en nuestras tiendas, aportando una nueva visibilidad a una variada gama de productos de nutrición para el deporte, keto, infusiones, snacks, belleza saludable, vitaminas, entre otros.

# +300

NUEVOS PRODUCTOS DE CATEGORÍA SALUDABLE, PERÚ

# 200%

CALIDAD GARANTIZADA FRUTAS Y VERDURAS, CHILE



# Escucha y satisfacción de nuestros clientes

Queremos que nuestros clientes se sientan valorados y que actuamos pensando en ellos. Desde esta convicción, buscamos escucharlos activamente, sintonizar con sus expectativas y atender sus solicitudes en forma oportuna.

En este marco, promovemos el monitoreo permanente del índice NPS (Net Promoter Score), que nos permite identificar el grado de recomendación hacia la marca de acuerdo con la última experiencia de compra y su percepción del producto, servicio y atención recibida. En 2021, alcanzamos una valoración de 60 % en Chile y 71% en Perú.

Paralelamente, contamos con la plataforma SIEBEL (Siebel Customer Relationship Management), un sistema de registro de las solicitudes de los clientes que centraliza todos los “in puts” procedentes de los diferentes canales de contacto que ponemos a su disposición. Gracias a su novedosa tecnología y el data analytics, facilita una toma de decisiones oportuna y una mejor atención de las prioridades expresadas.

Además, disponemos de múltiples canales para mantener una comunicación abierta, integrados en nuestro Modelo de Servicio de Atención al Cliente. En los últimos años, la preferencia hacia las herramientas tecnológicas ha ido incrementando, por lo que, junto a la creación de canales y monitoreo de redes sociales (facebook, twitter, instagram y youtube), contamos con nuestros equipos de Marketing Digital que lideran las estrategias de comunicación, comercialización y vínculo a través de los medios digitales. También, habilitamos un chatbot o asistente virtual en nuestra página web, para responder las consultas de nuestros clientes las 24 horas del día. Nuestros clientes también pueden acceder a un chat a través de whatsapp y de tottus.com, donde brindamos la posibilidad de conversar con nuestros ejecutivos de contact center para resolver dudas e ingresar inquietudes.



# Modelo de servicio de atención al cliente

## Gestión oportuna de reclamos

Con el fin de responder a los requerimientos de nuestros clientes de forma oportuna, este año implementamos una serie de mejoras en nuestros canales de atención.

Entre ellas, destacamos el aumento de dotación de nuestro Contact Center, el fortalecimiento de nuestro chatbot y el uso de la tecnología de Automatización Robótica de Procesos. A su vez, reestructuramos nuestro equipo de trabajo bajo temáticas de reclamos y materializamos nuevas sinergias con el equipo de Perú, para el abordaje de las causas raíz de los reclamos y de los planes de mejora asociados.

## SATISFACCION DE CLIENTES

ENERGIA	CHILE			PERÚ		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
NPS	58%	63%	60%	69%	69%	71%
Nº de reclamos de clientes por cada millón de transacciones	378	637	1.665	522	1.790	1.810

## Modelo de servicio de atención al cliente

	CHILE	PERÚ
	<b>SITIO WEB</b> www.tottus.cl	<b>SITIO WEB</b> www.tottus.com.pe
	<b>LIBRO DE COMENTARIOS</b> Tiendas	<b>LIBRO DE COMENTARIOS</b> Tiendas
	<b>CALL CENTER</b> 600 390 8900	<b>CALL CENTER</b> 513-3355
	<b>SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR</b> SERNAC	<b>INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL</b> INDECOPI
	<b>REDES SOCIALES</b> Twitter, Facebook, Instagram y YouTube	<b>REDES SOCIALES</b> Twitter, Facebook, Instagram y YouTube
	<b>CHATBOX EMA</b> Asistente Virtual	<b>CHATBOX PATY</b> Asistente Virtual
	<b>WHATSAPP</b> +56 9 5811 3776	<b>WHATSAPP</b> +51 994 999 666

# Aprovisionamiento responsable

En Tottus trabajamos con 6346 proveedores para ofrecer a nuestros clientes un excelente servicio y productos de la mejor calidad, seguros, sin riesgos para la salud y a precios accesibles.

Para cumplir con nuestra promesa de valor, buscamos que nuestros proveedores sean verdaderos socios estratégicos, alineados a nuestro modelo de negocio y visión de sostenibilidad. Desde esta perspectiva, generamos relaciones de largo plazo, basadas en la confianza y una comunicación transparente. A través de nuestro equipo comercial, orientamos y apoyamos a los proveedores en la observancia de las exigencias legales y certificaciones necesarias, como así también realizamos los pagos de sus facturas en los tiempos acordados.

Mediante el contrato marco de Condiciones Generales de Acuerdo Comercial disponible en nuestra página web, abordamos temas como la confidencialidad, denuncias y prácticas no apropiadas, Política de Libre Competencia, plazos de pago

y Política Corporativa de Control de Delitos, entre otros.

Además, impulsamos programas de capacitación y acompañamiento como la certificación en Buenas Prácticas Agrícolas y Manufactureras, que nos permiten brindar los más altos estándares de calidad de nuestras frutas y verduras y aportar al desarrollo de los proveedores.

Con especial énfasis, promovemos mecanismos de seguimiento y control para asegurar la calidad, inocuidad y seguridad de los productos y junto a nuestros proveedores estratégicos exigimos, promovemos y evaluamos las buenas prácticas en temas ambientales, laborales y éticos. En este marco, destacamos la aplicación de las evaluaciones SEDEX y el programa de Proveedor Confiable.





## Relacionamiento con proveedores y colaboradores externos en tiempos de Covid-19

De acuerdo a nuestros protocolos de manejo y prevención ante Covid-19, articulamos una serie de esfuerzos y acciones junto a nuestros proveedores. A su vez, les exigimos a las empresas externas una declaración jurada, indicando el cumplimiento con los estándares de cuidado equivalentes a los aplicados por Tottus.

Por otra parte, con los colaboradores externos implementamos la obligación diaria de completar, de manera online, una declaración de salud a la que llamamos "Pasaporte Covid". En este documento se deja constancia que en los últimos 14 días no ha tenido contacto estrecho con contagiado de Covid, no ha sido confirmado como positivo a Covid-19, ni presenta síntomas concordantes con el contagio de Covid-19. Junto a esto, comunicamos en forma permanente las medidas de autocuidado y generamos instancias de capacitación y acompañamiento junto a expertos, dirigidas especialmente a nuestros guardias de seguridad, quienes se desempeña-

ron en su rol esencial en contacto directo con los clientes. Al cierre de este periodo, se realizaron 467 autoevaluaciones de aspectos Covid-19 basados en el formulario único de fiscalización, para la verificación permanente del cumplimiento de las condiciones sanitarias mínimas exigidas para evitar contagio.

Somos conscientes de las dificultades ocasionadas por la contingencia sanitaria a nuestros proveedores. Por esto, en Chile continuamos brindando la posibilidad de pronto pago a tasas convenientes y mantenemos el foco en cumplir con nuestros pagos en los tiempos acordados.

Mientras en Perú, definimos para todos nuestros proveedores de pequeñas y medianas empresas una condición de pago no mayor a 30 días.

Adicionalmente, fortalecimos la compra directa a proveedores de campo, que en muchos casos representa el soporte necesario para la continuidad de sus negocios.



## Nuestra cadena Non Food

Queremos brindar productos de excelente calidad en las categorías vestuario, electrónica, bazar y hogar y en cada una de estas áreas buscamos tener relevancia y ser los mejores. Por esto, promovemos estrategias para diferenciarnos de la mano de nuestras Marcas Propias e implementamos mecanismos de control y certificaciones para asegurar que nuestros productos no afecten la salud y seguridad de los consumidores.

Contamos con las oficinas de soporte técnico de Falabella en Asla, que nos permite realizar una rigurosa selección de nuestros proveedores de productos Non Food. Con el 100% de proveedores de vestuario y electrónica, realizamos auditorías y visitas a sus fábricas: todos los proveedores son testeados desde su origen en las oficinas de Falabella en China y deben firmar los acuerdos de aprovisionamiento responsable denominados Vendor Agreement y Social Compliance.

Con los demás proveedores extranjeros hemos establecido protocolos de control centrados en la certificación de origen del producto y con algunos hemos implementado el alineamiento al Programa Auditoría de Comercio. Ético para Miembros de Sedex, SMETA.



## PROVEEDORES

	CHILE			PERÚ		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Nº total de proveedores	2.299	2.556	2384	2.599	2.946	3962
Nº de proveedores PYMES	1.416	1.028	995	1.996	496	2634
% de PYMES con pago a 30 días	100%	82%	100%	88%	72%	96%
% de proveedores de Marcas Propias certificados en sistema de seguridad alimentaria	54%	53%	54%	23%	76%	95%
Nº de NUEVOS proveedores han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo a criterios BPA	35	11	19	246	6	12
% de NUEVOS proveedores han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo a criterios BPA	100%	91%	63%	100%	100%	100%

\* En Chile la certificación en sistema de seguridad alimentaria se basa en el estándar IFS, mientras en Perú el estándar HACCP

## SEDEX

Sedex es una plataforma mundial en línea de auditoría, evaluación y capacitación de proveedores con el objetivo de que éstos cumplan con los estándares éticos, ambientales, laborales y sociales que solicita el mandante.

Desde el inicio del Programa Auditoría de Comercio Ético de Miembros de Sedex, SMETA por su sigla en inglés, en Perú contamos con proveedores de Marcas Propias que son auditados por este programa. En 2021, incrementamos un 5% su participación en relación a los periodos anteriores

## Buenas prácticas agrícolas y de manufactura con nuestros proveedores

En Tottus estamos comprometidos con entregar una atractiva propuesta de productos frescos, garantizando la sanidad del producto desde su origen. Para esto, impulsamos programas e iniciativas junto a nuestros proveedores, que nos permiten contribuir no sólo a la comercialización de sus productos, sino también con el alcance de altos estándares de calidad y la generación de más puestos de trabajo.

Es así que, a través del Programa de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), capacitamos y acompañamos a nuestros productores y distribuidores en temas de inocuidad de los productos, protección del medio ambiente y la seguridad de las personas que trabajan en campo en las etapas de siembra, fertilización, fumigación, cosecha y selección.

Desde este marco de gestión, lanzamos el Programa de Desarrollo de Proveedores en Chile, donde acompañamos en la adopción e implementación paulatina de un sistema de gestión enfocado en la calidad, legalidad, inocuidad, mejora continua y eficiencia operacional, según los lineamientos de la norma Global G.A.P. Cabe señalar, este estándar es reconocido en buenas prácticas agrícolas por la Iniciativa Mundial de Seguridad Alimentaria (GFSI). Durante 2021, el uso de herramientas tecnológicas resultó clave para dar continuidad a nuestros programas y asegurar un adecuado control de gestión, dado el contexto de la contingencia sanitaria mundial.

Por su parte, en Perú aplicamos la misma rigurosidad, por lo que les solicitamos a todos los proveedores la autorización sanitaria otorgada por el Servicio Nacional

de Sanidad Agraria (SENASA), una exigencia de esta entidad que da cuenta del cumplimiento en BPA y BPM. Al cierre de diciembre de 2021, el 100% de los proveedores de Marcas Propias cuentan con esta autorización.

Adicionalmente, renovamos la certificación de productos orgánicos de nuestro Centro de Distribución de Frescos de Huachipa, otorgada por SENASA y SANIPES, obteniendo un 100% de cumplimiento.

# 100%

DE CUMPLIMIENTO EN LA AUDITORIA DE RENOVACION DE NUESTRA CERTIFICACION DE PRODUCTOS ORGANICOS, PERÚ

## Pesca responsable

Una iniciativa emblemática que promovemos en Perú es la Pesca Responsable. Enmarcada en el programa del Ministerio de Producción de Perú “De la red a la mesa”, trabajamos junto a asociaciones de apicultores bajo un enfoque de trazabilidad y seguridad alimentaria. Esto nos permite integrar a los diferentes agentes de la cadena de comercialización en una operación con registros de información desde su origen, como la zona de pesca y condiciones de traslado hasta la recepción de los productos en nuestras tiendas.

## Desarrollo de pequeños y medianos proveedores

En Chile, a través del Programa Emprendedores de Falabella, este año apoyamos a las cooperativas de proveedores, con la implementación de un sistema de aseguramiento de calidad. Para esto, realizamos visitas a terreno, análisis de brechas y seguimiento de las mejoras. De esta manera, entregamos las herramientas para crecer y comercializar sus productos en nuestras tiendas. A diciembre de 2021, contamos con tres nuevos proveedores en Tottus que participaron de este programa.

Así también, desde la alianza de colaboración que mantenemos con el Instituto de Desarrollo Agropecuario del Ministerio de Agricultura (INDAP), continuamos trabajando junto a proveedores regionales y planeamos incrementar el alcance de este proyecto de forma progresiva.

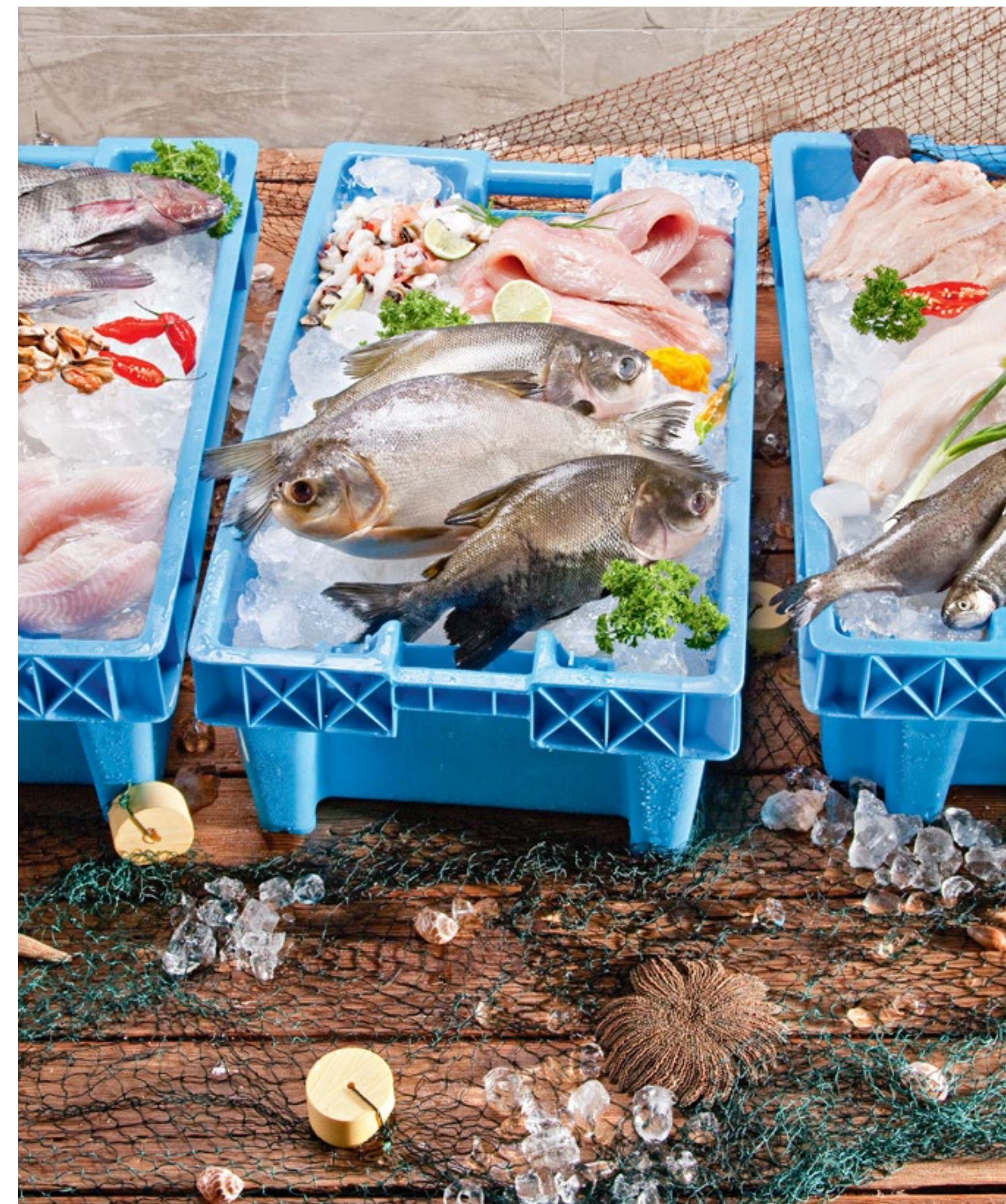
## Desde el productor al cliente

Para acercar a nuestros clientes productos frescos y naturales, en Perú mantenemos alianzas con asociaciones nacionales de pequeños agricultores, incrementando las compras de campo año a año. Además, les brindamos acompañamiento para que crezcan como proveedores de Tottus.

En 2021, realizamos una visita a los productores de papa de la Cooperativa INPAMI, en el valle altoandino del río Mantaro, con quienes proyectamos un contrato de siembra planificado y con precios estables. Para ello, en 2022 avanzaremos en los procesos de homologación de calidad y buenas prácticas que exigimos y un compromiso de entregas programado.

# 47%

DE COMPRAS DIRECTAS  
A PRODUCTORES DE CAMPO, PERÚ





## Creciendo contigo

Bajo un enfoque de socios estratégicos, en Perú lanzamos el proyecto Creciendo Contigo, donde invitamos a agricultores y emprendedores locales a sumarse y desarrollarse como proveedores de Tottus.

En alianza con la Cámara de Comercio de Lambayeque, implementamos una experiencia piloto en Chiclayo a través de una rueda de negocio con más de 70 proveedores y emprendedores locales. En esta instancia, dialogamos de las oportunidades y beneficios de ser parte de Tottus, tales como el pago de precios justos al establecerse una relación directa y sin intermediarios y la visibilidad que podemos ofrecer a sus productos. También brindamos una capacitación en Buenas Prácticas Agrícolas, buscando ser un aporte a su competitividad.

Como desafíos, en 2022 buscaremos replicar esta iniciativa en otras ciudades y avanzar en la creación en tiendas de los “Mundos Regionales”, exclusivos para proveedores de la ciudad, enriqueciendo así nuestra propuesta de valor local de cara a los clientes.

## Medición del desempeño de nuestros proveedores

La medición del desempeño de nuestros proveedores es clave para una mayor trazabilidad, promover mejoras en temas prioritarios y premiar el buen desempeño. En este ámbito, en 2021 consolidamos el Programa de Proveedor Confiable que implementamos a nivel binacional, gracias a un trabajo de homologación y sinergia entre ambos países.

Este programa cuenta con métricas asociadas y mapeo de proveedores que establece en qué categorías o rangos se ubica su desempeño en base a calidad, fill rate, rechazos, entre otros.

Este año, sostuvimos mesas de trabajo con proveedores críticos para mejorar sus indicadores de desempeño, obteniendo muy buenos resultados, especialmente en la reducción de reclamos.

# Buenas prácticas de marketing

Como compañía, promovemos una comunicación responsable, ética y veraz hacia nuestros clientes, con estricto apego a las normativas y exigencias legales. En esta línea, buscamos el cumplimiento de nuestras promesas comunicacionales sobre valores, calidad y promoción de productos, usando siempre mensajes claros, precisos y transparentes.

Asimismo, nos preocupamos del resguardo de la privacidad y la seguridad de los datos de los clientes y participamos en instancias que velan por las buenas prácticas en marketing responsable, tales como la Asociación de Marketing Directo y Digital de Chile y la Sociedad Peruana de Marketing.

En materia de etiquetado, nos esmeramos en entregar información clara que permita tomar una decisión responsable sobre el producto, en base a sus beneficios y posibles impactos en la salud y el medioambiente. Por lo anterior, trabajamos junto a nuestras Marcas Propias para dar cumplimiento a las exigencias de las

normativas que aplican en Chile y Perú y también para promover la comunicación de buenas prácticas.

En Chile, acorde a la ley 20.606 de Etiquetado de Alimentos, detallamos los componentes nutricionales y aplicamos con rigurosidad los sellos exigidos. Mientras, en Perú, este año concretamos el 100% de cumplimiento del segundo tramo de la nueva ley 30.021 sobre alimentación saludable para niños y adolescentes, que regula las advertencias publicitarias. Además, evaluamos más de 600 proyectos de Marcas Propias y Marcas Exclusivas, logrando un 100% de cumplimiento de la revisión de artes y proyectos de rotulado en los tiempos acordados. Cabe mencionar, somos pioneros en la industria supermercados en colocar los tiempos de vida útil de los productos en nuestra página web.

## 13

PRODUCTOS DE MARCAS PROPIAS CUENTAN CON EL SELLO #ELIJORECICLAR, CHILE

## 100%

DE CUMPLIMIENTO DEL SEGUNDO TRAMO DE LA LEY 30021 QUE REGULAS LAS ADVERTENCIAS PUBLICITARIAS, PERÚ

## 100%

DE CUMPLIMIENTO DE LA REVISION DE PROYECTOS DE ROTULADO DE MARCAS PROPIAS Y MARCAS EXCLUSIVAS, PERÚ



Por otra parte, por segundo año, en Chile participamos en el Acuerdo de Producción Limpia Eco Etiquetado, liderado por SOFOFA y la Agencia de Cambio Climático, en alianza con el Ministerio del Medio Ambiente y SERNAC. En el marco de esta importante iniciativa, mantuvimos la certificación del sello #ElijoReciclar, que avala que 13 SKU de nuestras Marcas Propias, poseen al menos un 80% de índice de reciclabilidad en sus envases. En tanto, en Perú, iniciamos un proceso de sustitución de las etiquetas de productos de vestuario, por otras de material reciclado.



Finalmente, en el contexto de la contingencia sanitaria, continuamos entregando información clara y oportuna relacionada con medidas de sanitización en los locales, recomendaciones de autocuidado, horarios de las tiendas y aforos permitidos, entre otras, a través de nuestras plataformas de contacto con los clientes.

	CHILE			PERÚ		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021

Nº de casos de incumplimiento de las normativas relativos a comunicaciones de marketing, que den lugar a multas o sanciones:



01

Empresa Gobernanza Integridad

02

Mejor supermercado para trabajar

03

Mejor experiencia de compra

04

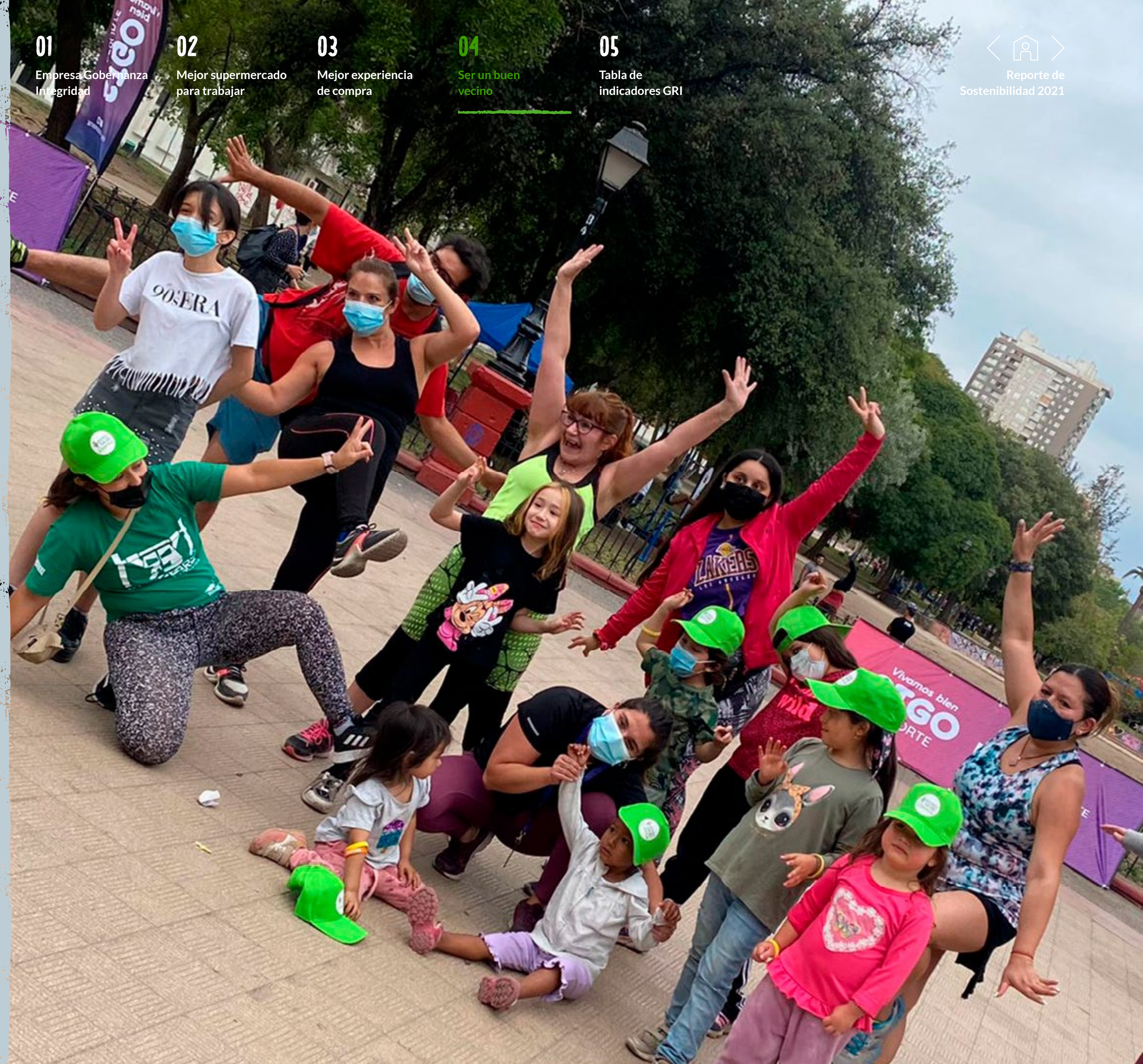
Ser un buen vecino

05

Tabla de indicadores GRI

# 04

## Ser un buen vecino



# Protagonistas en la Acción por el Clima

En Tottus estamos comprometidos con el desarrollo sostenible, por lo que adoptamos estrategias, acciones y controles para implementar una gestión respetuosa con el medio ambiente y en estricto cumplimiento de las normativas en los países donde operamos, contribuyendo a disminuir los riesgos asociados al cambio climático.

Desde esta mirada, buscamos aplicar los principios de la economía circular en la generación, reducción, reutilización y reciclaje de residuos, a través de innovadoras prácticas de valorización en nuestra industria.

Así también, implementamos medidas de eficiencia energética en nuestras operaciones, incorporando nuevas tecnologías. Junto a esto, aplicamos las recomendaciones de los principales estándares internacionales para la construcción y operación sustentable de nuestras tiendas, centros de producción y centros de distribución, buscando mitigar el impacto de los gases de efecto invernadero (GEI), por lo cual medimos nuestra huella de carbono.

A nivel regional, contamos con un marco de actuación que define lineamientos y responsables de la gestión ambiental, dando cumplimiento a los aspectos normativos exigidos por las autoridades. En este contexto, en 2021, en Chile aprobamos el nuevo Programa de Cumplimiento Ambiental, que busca establecer los mecanismos de cumplimiento en la materia, apalancándose en nuestra estrategia de sostenibilidad y en la legislación vigente. Este nuevo instrumento contiene elementos normativos tales como la nueva Política Ambiental y de Cambio Climático y elementos de comunicación, ejecución y control. En tanto en Perú, a través de una reestructuración interna, robustecimos el soporte a la gestión de cumplimiento regulatorio en materia medioambiental, lo que nos permitirá un mayor control desde un punto de vista transversal a todas las unidades.

Cabe destacar, este año iniciamos un proceso de debida diligencia en riesgos de cambio climático, con la finalidad de im-

plementar las recomendaciones del Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) en nuestras operaciones de Chile y Perú.

## POLITICA AMBIENTAL Y DE CAMBIO CLIMATICO

### PRINCIPIOS:

- 1. Cumplimiento de la legislación y compromisos ambientales
- 2. Protección del medio ambiente
- 3. Ecoeficiencia operacional
- 4. Transparencia del desempeño ambiental



# Gestión responsable de residuos

Como compañía, reconocemos la necesidad de adoptar patrones de consumo y producción que nos permitan ser más eficientes y reducir el deterioro ambiental. Por lo mismo, nos esmeramos en incorporar los criterios de la economía circular e impulsar medidas pioneras en nuestra gestión de residuos, para crear un impacto positivo en el sector supermercados.

En el marco de la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (REP), este año dimos continuidad a nuestra gestión de disminución de residuos y fomento del reciclaje. En esta línea, mantuvimos nuestra participación en instancias de trabajo colaborativo intersectorial, para aportar en la solución de la problemática de residuos a nivel país. En el caso de Chile, integramos dos iniciativas emblemáticas: el Acuerdo de Producción Limpia (APL) Cero Residuos a Eliminación y el Acuerdo de Producción Limpia (APL) Eco Etiquetado.

El APL Cero Residuos a Eliminación es un compromiso voluntario de carácter públi-

co privado con el propósito de generar una mayor valorización de los residuos y reducir al mínimo su disposición final en rellenos sanitarios. Durante 2021, continuamos implementando los planes de gestión de residuos en la tienda La Cisterna y en el Centro de Producción de Puente Alto, logrando un 100% de cumplimiento en las auditorías intermedias realizadas. Junto a esto, cumplimos al 100 % los objetivos y metas del APL Cero Residuos, obteniendo los certificados otorgados por la Agencia de Cambio Climático, que acredita dicha gestión. Complementariamente, implementamos dos proyectos de economía circular donde se transforman los residuos orgánicos en alimentos para animales.

A su vez, en la búsqueda de envases más sustentables para nuestras Marcas Propias, desde 2020 integramos el APL Eco Etiquetado, liderado por Sociedad de Fomento Fabril, SOFOFA y la Agencia de Cambio Climático, que también cuenta con la participación del Ministerio del Medio Ambiente y Servicio Nacional del Consumi-



dor, SERNAC. En 2021, mantuvimos el Sello #ElijoReciclar de los trece SKU presentados de nuestras Marcas Propias (aceite, azúcar, vinos y cereales), certificando que cuentan con al menos un 85% de índice de reciclabilidad en sus envases. Además, el próximo año nos sumaremos al Segundo APL Eco Etiquetado, el cual tiene como objetivos potenciar este Sello y ser un puente en el proceso de elaboración de un esquema de regulación sobre esta temática.

96%

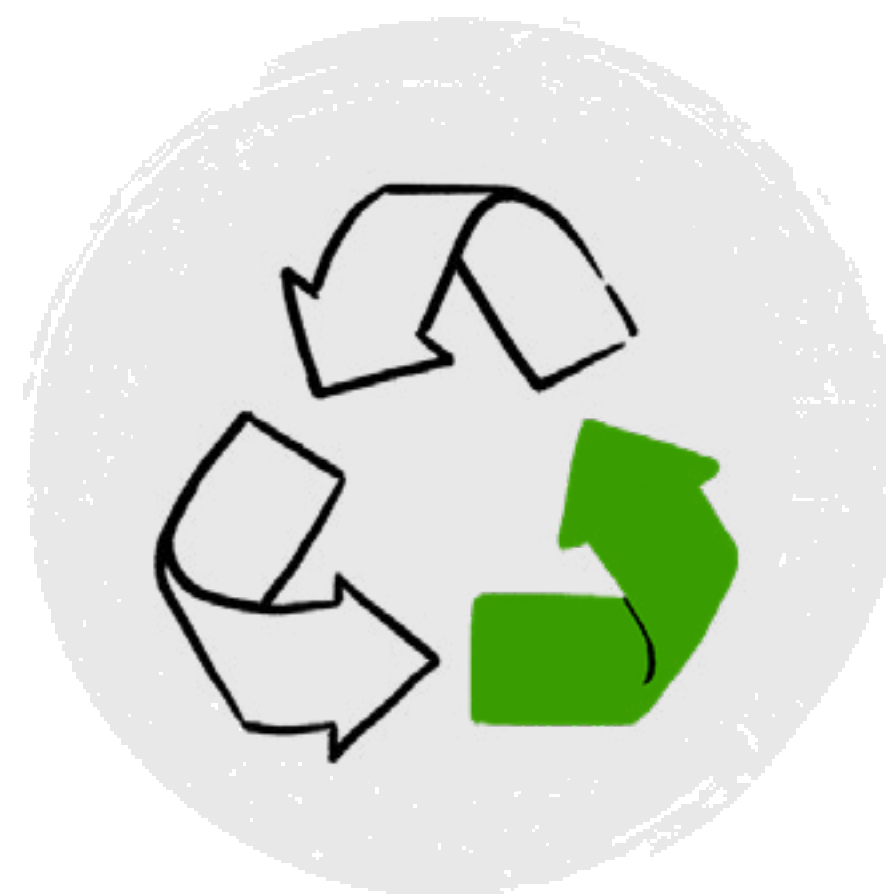
AUMENTO DE VALORIZACION PROMEDIO EN TIENDAS QUE INTEGRAN APL CERO RESIDUOS DESDE LINEA BASE 2019, CHILE

67,8%

DE VALORIZACION PROMEDIO EN TIENDAS QUE INTEGRAN APL CERO RESIDUOS DESDE LINEA BASE 2019, CHILE

# 100%

CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS Y METAS EN APL CERO RESIDUOS A ELIMINACION, CHILE



También, mantuvimos nuestra participación en el Primer Sistema de Gestión de Envases y Embalajes del país en alianza con un grupo de empresas y en mesas de trabajo relacionadas con la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor, REP.

Mientras en Perú, esta normativa se encuentra focalizada en las exigencias para residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE). A estos efectos, integramos el colectivo "Recolec" para gestionar la recolección, transporte y reaprovechamiento de estos residuos en Lima y en provincias. Además, realizamos campañas de sensibilización en nuestras redes sociales y en tiendas disponemos de contenedores para este tipo de residuos.

En este país, en 2021 continuamos impulsando el Programa Compromiso Verde, que nuclea un conjunto de esfuerzos en torno a la gestión de residuos y la reducción del plástico de un solo uso, destacándose los proyectos de valorización de residuos orgánicos, el manejo de mermas en nuestra Planta de Producción de Alimentos de Huachipa y la gestión de RAEE.

Junto con ello, implementamos dos nuevas iniciativas de reaprovechamiento de residuos orgánicos. Una de ellas, destinada a la fabricación de compost y la otra iniciativa, a la donación de mermas orgánicas al zoológico más importante de Perú. Asimismo, impulsamos un nuevo proyec-

to de comercialización de los residuos inorgánicos de nuestro Centro Logístico de Huachipa. Por otra parte, continuamos reforzando la comunicación en redes sociales para incentivar la educación y ciudadanía ambiental en nuestros clientes y colaboradores, así como la adopción de hábitos de consumo sostenible en torno al compostaje y la segregación de residuos en los hogares.

Entre nuestros desafíos para el próximo año, aspiramos a integrarnos en el Acuerdo de Producción Limpia que lidera el Ministerio del Ambiente en Perú.



## Residuos peligrosos

En Chile promovemos un proyecto pionero en la industria en el Manejo de Residuos Peligrosos. En este ámbito, en el 100% de nuestras tiendas contamos con bodegas exclusivas para este tipo de residuos y aplicamos procedimientos y auditorías de seguimiento. Asimismo, hemos avanzado consistentemente en la obtención de las autorizaciones sanitarias pertinentes, siendo la última fase de este exitoso proyecto que esperamos finalizar en 2022.

Por su parte, en Perú disponemos de separadores especiales en tiendas para este tipo de residuos y trabajamos junto a un proveedor especializado.

# 100%

TIENDAS CUENTAN CON BODEGAS  
EXCLUSIVAS PARA RESIDUOS  
PELIGROSOS, CHILE

## Residuos no peligrosos

En ambos países, gestionamos el retiro de los residuos de mayor volumen y reciclaje, para su reutilización y/o reciclaje por empresas autorizadas.

Por medio del Plan de Reciclaje de Papel y Cartón, en Chile mantenemos una alianza con la Sociedad Recuperadora de Papel (SOREPA). En la misma línea, en Perú estos residuos son segregados y comercializados y también disponemos de contenedores en la operación de tiendas y en oficina de apoyo para fomentar el reciclaje de papeles y cartones. En 2021 segregamos más de 4,500 toneladas de residuos aprovechables (cartón, papel y plástico principalmente) para que sean reciclados, lo que representa un 6% de crecimiento respecto al 2020.

Respecto al reciclaje de aceites, los aceites vegetales utilizados en nuestras cocinas son retirados para su tratamiento por la

empresa autorizada Bioils. Esta empresa recicla el aceite residual y lo transforma en biocombustible para medios de transporte. En 2021, en Perú mantuvimos el proveedor EMAX, a quien sumamos durante la contingencia sanitaria para facilitar el retiro de aceites en la zona de provincia.

En materia de residuos plásticos, en la V Región y Región Metropolitana de Chile son retirados y llevados a una planta recicladora por la empresa autorizada Stamp. Mientras, en Perú, realizamos la segregación de films y materiales de empaque para su aprovechamiento y comercialización.

RESIDUOS	CHILE	PERÚ
Peligrosos (Ton)	39	838
No Peligrosos (Ton)	22.375	4.855
METODO DE ELIMINACION (Ton):		
Reciclaje	8.597	4.734
Compostaje	1.658	14
Recuperación energética	-	-
Vertedero	12.120	838
Otros	-	107

## Valorización de residuos orgánicos

Nuestro compromiso con una economía circular se materializa en innovadoras prácticas, donde destacan las iniciativas de valorización de residuos orgánicos provenientes principalmente de nuestras mermas.

En el contexto del APL Cero Residuos a Eliminación en Chile, dichos residuos son llevados a una planta industrial para fabricar compost.

También, implementamos una iniciativa de segregación de los residuos provenientes del orgánico seco o merma farinácea (masas crudas, pan crudo, harina en polvo, arroz, tallarines, entre otros) con el fin de ser utilizados como materia prima para producir alimento para rumiantes. A diciembre de 2021, valorizamos 30 toneladas en tres tiendas.

El mismo año, iniciamos un piloto en la Región del Maule para producir alimentos principalmente para peces. En este proyecto, pionero a nivel mundial, se utilizan los residuos orgánicos para alimentar larvas de mosca soldado negro, las cuales cuentan con un organismo altamente eficiente para convertir residuos en alimento.

Asimismo, en Perú, en nuestra Planta de Producción de Alimentos en Huachipa, continuamos con el proyecto de segregación y reaprovechamiento de residuos orgánicos para la elaboración de piensos para consumo animal. En 2021, valorizamos 340 toneladas, lo que representa un incremento de 68% respecto al periodo anterior.

Junto a esto, impulsamos dos nuevas iniciativas en Lima. Por una parte, nuestras tiendas Comandante Espinar y 28 de Julio, ubicadas en el municipio de Miraflores, entregan mensualmente más de 2 toneladas de mermas de frutas y verduras a la comuna miraflores, con la finalidad de ser transformadas en compost para uso de los vecinos y las áreas verdes del distrito. En total, donamos 14 toneladas de residuos orgánicos en el año. Por otra parte, a través de nuestra tienda La Marina, destinamos casi tres toneladas de merma orgánica para la alimentación de los animales del emblemático zoológico "Parque de las Leyendas".

14 TON

DE RESIDUOS ORGANICOS  
VALORIZADOS PARA COMPOST  
EN BENEFICIO DE LA COMUNA  
MIRAFLORES, PERÚ

30 TON

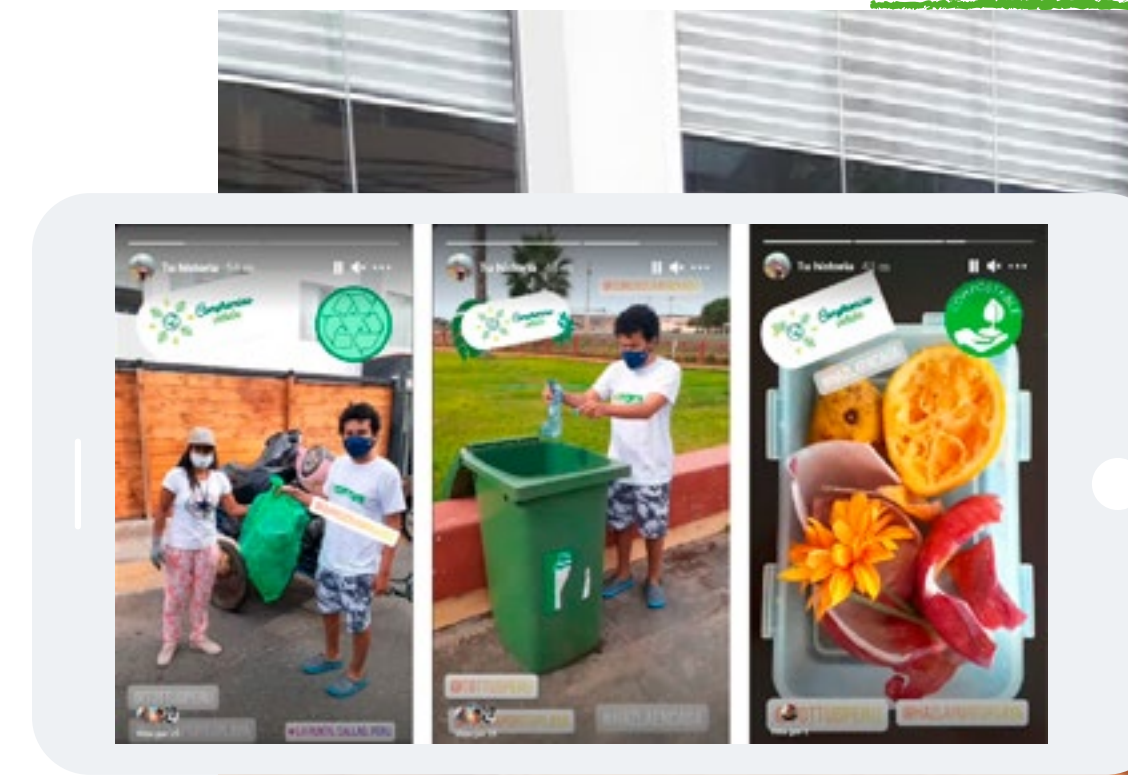
DE RESIDUOS FARINACEOS  
VALORIZADOS - LINEA BASE  
2021, CHILE

1.225 TON

DE RESIDUOS VALORIZADOS EN  
TIENDAS QUE INTEGRAN EL APL  
CERO RESIDUOS PERIODO 2019 AL  
2021, CHILE

340 TON

DE RESIDUOS ORGANICOS  
VALORIZADOS EN PLANTA DE  
PRODUCCION DE ALIMENTOS  
HUACHIPA, PERÚ



## Educación y reciclaje

En Perú, mantenemos un convenio con la Universidad Cayetano Heredia, institución que junto a la IRD de Francia lideran un proyecto de bioconversión de residuos orgánicos en insumos para alimentos de aves. En 2021, les entregamos donación de más de cuatro toneladas de mermas de alimentos orgánicos a este fin, los cuales son recogidos de nuestra tienda Megaplaza.

Así, evitamos que estos residuos se destinen a vertederos, contribuyendo a la generación de una estrategia responsable con el medio ambiente.

## Recuperación de residuos inorgánicos

En Chile, este año impulsamos una iniciativa de recuperación de colgadores plásticos en cinco tiendas de la Región Metropolitana (La Florida, La Cisterna, Plaza Oeste, Alameda y El Bosque).

Estos colgadores son segregados y entregados a un gestor externo, siendo transformados en materia prima para fabricar nuevos productos que luego se venden en nuestras tiendas. En 2022, proyectamos desplegar esta práctica en todas nuestras tiendas a nivel nacional que cuenten con zona de vestuario.

Mientras, en Perú, iniciamos un proceso de sustitución de las etiquetas de productos de vestuario, por otras de material reciclado.

## Reciclabilidad y packaging

Con el objetivo de generar una gestión sostenible del packaging de nuestras Marcas Propias, implementamos el proyecto de Índice de Reciclabilidad, a nivel binacional.

En una primera fase, construimos la línea base de reciclabilidad 2020 y 2021 de los envases y embalajes de más de 2000 productos de Marcas Propias, que corresponden a productos de gran consumo comestible, no comestible y de fiambrería, lácteos y congelados. Como segunda fase, iniciamos la elaboración de un plan de sustitución de materialidad, apalancando nuevos desarrollos y tecnologías para avanzar hacia envases más sustentables.

A su vez, en Chile diseñamos una Guía de Estandarización de la Información de Materialidad, por la cual nuestros envases Tottus incorporan información de los materiales de los que están elaborados.



## Cumplimiento normativo

Nuestra actividad se desarrolla en total concordancia con las legislaciones ambientales vigentes. Este año, en Chile, continuamos con la gestión de los asuntos normativos ambientales que son exigidos por el giro de nuestro negocio:

- Residuos peligrosos y no peligrosos
- Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (REP)
- Registro de Emisiones y Transferencia de Contaminantes (RETC)
- Emisiones de fuentes fijas (Grupo eléctrico y hornos de panadería)
- Riles de descarga en alcantarillados
- Norma de Emisiones de Ruido (D.S. 38/2012)

A diciembre de 2021, logramos el 100% de cumplimiento de las declaraciones realizadas en el sistema de Registro de Emisiones y Transferencias de Contaminantes (RETC), una plataforma creada por el Ministerio

del Medio Ambiente para facilitar el acceso de los ciudadanos a la información de residuos, emisiones y transferencias de contaminantes de las organizaciones.

En la misma línea, en Perú cumplimos con nuestra obligación de declarar toda la información correspondiente a nuestra gestión de residuos sólidos en la plataforma SIGERSOL. Al cierre de este periodo, contamos con el 100% de cumplimiento de las declaraciones requeridas por la Autoridad.

100%

CUMPLIMIENTO DE  
DECLARACIONES EN EL  
MARCO DE LA LEY REP,  
CHILE

100%

CUMPLIMIENTO DE  
DECLARACIONES  
EN LA PLATAFORMA  
SIGERSOL, PERÚ

100%

CUMPLIMIENTO DE  
DECLARACIONES  
EN LA PLATAFORMA  
RETC, CHILE

# Eficiencia energética

Como parte de nuestro compromiso con el cambio climático, en Tottus privilegamos las formas eficientes y ecológicas en el uso de la energía.

Abordamos nuestra gestión energética desde dos focos fundamentales: por una parte, incorporamos el uso de sistemas de iluminación LED en todas nuestras construcciones, remodelaciones y ampliaciones, que nos brinda mayor eficiencia de iluminación, menor consumo de energía y mínimo calentamiento. Por otra parte, aplicamos las recomendaciones de los estándares internacionales Leed e innovaciones factibles de aplicar en nuevas tiendas o en sus remodelaciones, y cuando es posible, avanzamos en la obtención de sus certificaciones.

En este sentido, en Chile, este año avanzamos en el reemplazo de sistemas de iluminación existentes por luminaria Led y realizamos colocación de muebles con puertas de frío en las categorías de lácteos y congelados en nuestras tiendas remodeladas.

Este estándar aplica también para las nuevas aperturas. Además, iniciamos un piloto en las tiendas Plaza Oeste y Quilín, con la finalidad de estudiar el comportamiento del consumo energético en tiendas, en temas como refrigeración, iluminación, climatización, entre otros. En base a los resultados, podremos implementar medidas de mejoras focalizadas y oportunas, impactando en el rendimiento energético. En la misma línea, en Perú contamos con un Sistema de Control Centralizado de los equipos de refrigeración en 26 tiendas. Este software emite alertas para una gestión correctiva inmediata, aportando una mayor eficiencia energética.

Complementariamente, junto a la empresa Acciona, en Chile, este año certificamos que la energía que contratamos y consumimos en 20 tiendas es producida por centrales de energía renovable no convencional. Nuestra vocación es ir gradualmente incrementando esta práctica en toda nuestra cadena.

En relación a nuestros principales consumos de energía, éstos se concentran en electricidad, gas licuado (GLP) y gas natural (GN) usado en nuestras tiendas, Centros de Producción y Centros de Distribución. Como compañía estamos permanentemente buscando la forma de hacer más eficientes nuestros consumos de energía, contribuyendo también a un mayor confort en nuestros locales.



	CHILE			PERÚ		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Consumo de energía de Fuentes no renovables (KW/H)	87.396.337	75.981.641	56.507.989	131.619.636	138.330.615	107.830.734
Consumo de energía de fuentes renovables (KW(H))	45.224.000	31.804.367	47.142.615	0	0	0
Total consumo de energía (KW/H)	132.620.337	114.924.651	88.312.356	131.619.636	138.330.615	107.830.734

# Apostando por tiendas más sustentables

Para Tottus, la certificación internacional Leed representa el estándar de referencia para la construcción de tiendas. Desde 2015 contamos con nuestra primera tienda certificada Leed Gold por el U.S. Green Building Council en el distrito limeño de Miraflores, Perú. En 2018, logramos la certificación Leed Platinum para la tienda Vitacura Comas, en la Región Metropolitana de Santiago de Chile. Mientras, en 2019, alcanzamos un nuevo hito con la certificación Leed NC Retail V4 de nuestra tienda Comandante Espinar, también ubicada en Miraflores, destacando por su diseño y proceso constructivo basado en estándares amigables con el medio ambiente.

Asimismo, buscamos integrar energías más limpias que resguarden el medio ambiente e impacten en la eficiencia operacional. Desde esta visión, en ambos países continuamos avanzando en la incorporación de los sistemas de refrigeración R507 que son inocuos para la capa de ozono. Esto se tradujo en el reemplazo de los sistemas de refrigeración existentes por esta nueva tecnología en todas las remodelaciones

realizadas en 2021 en tiendas y definimos que representan el estándar para futuras remodelaciones. Además, nuestras nuevas tiendas ya incorporan sistemas de refrigeración R507, y, cuando es posible, avanzamos en integrar el sistema de refrigeración por medio de gases CO<sub>2</sub>, que tiene la virtud de ser inocuo para la capa de ozono y el calentamiento global. Ejemplo de esto es la nueva tienda San Vicente, en Chile, que cuenta con tecnología de gases CO<sub>2</sub>.

En materia de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), destacamos la medición de nuestra huella de carbono en ambos países. En Chile, por tercer año medimos nuestras emisiones en los alcances 1, 2 y 3, incorporando durante 2021 nuevos temas atinentes al sector supermercado. Mientras, en Perú avanzamos en la primera medición de nuestra Huella de Carbono junto al Ministerio del Medio Ambiente. De esta manera, estamos cimentando la cuantificación de nuestra línea base para desarrollar planes de mitigación asociados y aspiramos a unirnos a la iniciativa Science Based Target.

Emisiones (TCO <sub>2</sub> eq)	2021	
	CHILE	PERÚ
Directas Scope 1	50.730	30.987
Indirectas Scope 2 método ubicación	44.299	20.021
Indirectas Scope 2 método Mercado	26.804	20.021
Indirectas Scope 3	861.355	1.044.341

#### Medición de huella de carbono

Todos los cálculos de huella de carbono se realizaron de acuerdo con el WRI/WBSCD GHG Protocol





### Movilidad sostenible

En nuestra tienda La Marina, en Perú, iniciamos una novedosa práctica de delivery a través del uso de bicicletas eléctricas, scooters eléctricos o triciclos, para entregar los pedidos de las compras realizadas

en Tottus.com. Así, buscamos contribuir con una alternativa de transporte más amigable con el medio ambiente, reduciendo nuestras emisiones GEI.



Sello de  
cuantificación de  
huella 2020



Otorgado por el  
Ministerio de Medio  
Ambiente, Chile



Sello de reducción  
de huella de  
carbono



Otorgado por el  
Programa Huella  
Chile



Sello verde de la  
Municipalidad del  
Cusco



Para la tienda Tottus  
Cusco, por sus prácticas  
medioambientales y uso  
eficiente de recursos, Perú

# Involucramiento con las comunidades

Desde nuestro pilar estratégico Ser un Buen Vecino, como compañía promovemos relaciones responsables con las comunidades donde estamos presentes. Para ello, contamos con un modelo de relacionamiento comunitario que nos permite conocer, anticipar y responder a los problemas, necesidades y expectativas planteadas a través de nuestros canales permanentes de escucha y diálogo.

En este marco, impulsamos programas e iniciativas con las comunidades donde operamos. En Chile nos enfocamos en la educación en alimentación saludable y el acompañamiento del desarrollo comercial de emprendedores y pymes. Mientras en Perú, promovemos la educación de calidad y la lucha contra el hambre.

Somos conscientes de los impactos que se generan en las etapas de construcción y operación de nuestras tiendas. Es por esto que, en cada proyecto de una nueva tienda, aplicamos protocolos de actuación con el fin de mitigar los potenciales impactos en

nuestros vecinos (ruidos, polvo, congestión vial, entre otros). Además, contamos con personas responsables de liderar este rol y que dependen de la Gerencia de Proyectos Inmobiliarios de cada país. De igual manera, en la etapa de operación, disponemos de canales abiertos para acoger consultas y solicitudes, las cuales son atendidas en forma directa por nuestras Gerencias de Tienda, la Subgerencia de Experiencia de Clientes y siempre con apoyo de la Gerencia de Personas y Sostenibilidad en Chile y la Gerencia de Marketing en Perú.

Este año, en Chile iniciamos la implementación de los planes de trabajo asociados a la nueva estrategia de vinculación con la comunidad. En el caso de Perú, reafirmamos nuestro compromiso con la educación en tiempos de pandemia con Fe y Alegría, robustecimos la alianza con el Banco de Alimentos Perú y renovamos la plataforma “Compartiendo Sabiduría” que nos permite contribuir en el bienestar integral de las mujeres, entregando herramientas de autosuperación.



# 100%

OPERACIONES CON  
INICIATIVAS CON LA  
COMUNIDAD A NIVEL  
REGIONAL



## “Donde hay un Tottus, hay un mejor barrio”

En Chile, impulsamos un exhaustivo proceso de actualización de nuestra estrategia de relacionamiento comunitario.

En una primera etapa, trabajamos en resignificar el propósito de Tottus con sentido de comunidad y definimos tres focos de acción:

- **Comunidad Saludable:** promover los hábitos de alimentación y vida saludable de nuestra comunidad, a través de contenidos y actividades que contribuyan con la educación saludable
- **Comunidad Emprendedora:** impulsar y acompañar el desarrollo comercial de los emprendedores y pymes que representan la identidad del territorio y los valores de Tottus
- **Comunidad Sustentable:** contribuir con el cuidado del medio ambiente a través de iniciativas que buscan mitigar el impacto de nuestra operación, además de fortalecer y promover iniciativas locales

Junto a esto, establecimos los principios y marco de actuación con nuestros vecinos a través de una política de relacionamiento y desarrollamos un modelo de relacionamiento con objetivos, programas e iniciativas asociadas a los tres focos o comunidades priorizadas. Adicionalmente, mantuvimos instancias de escucha y diálogo con vecinos, autoridades y organizaciones sociales, realizamos estudios del territorio en todo el país y capacitamos a los equipos de nuestras tiendas para instalar las competencias de su rol en la vinculación con la comunidad.

Desde un gran compromiso de gestión interáreas, este año comenzamos a implementar los planes de trabajo en estos focos o comunidades de acción Tottus, obteniendo satisfactorios resultados.

## Focos de acción con las comunidades



- Programa Crecer Sano con Tottus con un alcance de más de 9.0000 personas beneficiadas
- Actividades deportivas en comunas cercanas a nuestras tiendas
- Acercamiento a nuevas corporaciones educacionales a lo largo del país



- Capacitaciones a emprendedores en conjunto con Mallplaza
- Ingreso de emprendedores locales como proveedores de Tottus, desde un trabajo conjunto con Mallplaza. Vitrina de sus productos en nuestras góndolas
- Charlas a emprendedores en alianza con CORFO, Hortitrade2021 y segundo ciclo de Charlas Horticulture.
- Mercados Campesinos en nuestras tiendas con emprendedores agrícolas en conjunto con el Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP)
- Ferias locales de emprendedores en nuestras tiendas



- Diálogo con departamentos de medio ambiente de las municipalidades, escucha de expectativas y sondeo de oportunidades conjuntas de trabajo

## Educación en alimentación saludable

Con el propósito de inspirar a las personas a integrar mejores hábitos de alimentación, el año 2014 lanzamos en Chile el Programa ¡Crecer Sano con Tottus!

Desde los primeros pasos con una experiencia piloto en una escuela cercana a nuestra tienda de Melipilla, en la Región Metropolitana, nuestro programa fue ganando robustez y creciendo en forma sostenible. En 2019, logramos una cobertura de 21 colegios municipales en cuatro regiones del país, impactando a más de 30 mil beneficiarios, incluyendo niñas y niños desde prekindergarten a 4° básico, profesores, apoderados y comunidad educativa. En 2020, en sintonía con las actuales tendencias educativas y los desafíos que trajo la contingencia sanitaria, lanzamos el sitio web “Crecer Sano con Tottus”, digitalizando nuestro programa. Además, creamos sinergia con la red de escuelas de la iniciativa Haciendo Escuela de Falabella. Con estas acciones, incrementamos nuestro alcance a más de 80.000 personas.

En este nuevo escenario, durante 2021 continuamos acompañando a 40 colegios, con quienes compartimos los contenidos de Crecer Sano, que incluyen educación en alimentación saludable con temáticas mensuales, consultas directas a una nutricionista, videos de ejercicios tales como clases de hip hop y yoga, visitas virtuales al supermercado, recetarios, entre otros. Dada la contingencia sanitaria, realizamos un contacto semanal dirigido a directora/es, a través de mailing y vía telefónica para dar seguimiento a las escuelas. Complementariamente, promovemos una estrategia de comunicación en redes sociales, para llegar a todos públicos sin límites geográficos, consiguiendo una excelente respuesta por nuestros seguidores.

Junto a esto, robustecimos este portal digital, incorporando novedades tales como videos educativos, webinars protagonizados por especialistas y por nuestros propios colaboradores y lanzamientos de concursos para los niños de las escuelas que acompañamos, entregando atractivos premios.

Entre los resultados obtenidos, esta plataforma nos ha permitido acercarnos a más de 90 mil personas con temáticas relevantes para la comunidad escolar y la sociedad en general, siendo muy valorado en los tiempos de pandemia. Como hito, nuestro programa fue reconocido por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, FAO, como una de las iniciativas destacadas del sector privado en Latinoamérica y el Caribe que contribuye a mejorar los hábitos de alimentación en los hogares.

# +90.000

PERSONAS BENEFICIADAS CON  
NUESTRO PROGRAMA DE EDUCACION  
EN ALIMENTACION SALUDABLE, CHILE



## Alianza con Banco de Alimentos

En Tottus buscamos contribuir positivamente en nuestras comunidades a través de la donación de alimentos, la generación del menor desperdicio y la lucha contra el hambre.

Desde esta vocación, mantenemos una alianza de colaboración con el Banco de Alimentos de Perú, por la cual donamos frutas, verduras y productos de gran consumo de nuestro Centro Logístico de Huachipa y de 26 tiendas a nivel nacional. Desde un gran esfuerzo de gestión, este año sumamos 10 locales a esta noble causa, y entregamos 394.8 toneladas de alimentos, lo que representa más de un millón y medio de raciones de alimentos donadas.

Durante 2021 también realizamos contribuciones extraordinarias a esta institución. En este contexto, donamos 1200 six packs de leche Tottus, para apoyar a los damnificados de un fuerte sismo acaecido en el norte peruano.

A su vez, por cuarto año consecutivo, participamos de la iniciativa “Producto Solidario”. En esta ocasión, impulsamos dos campañas durante el año de productos solidarios de Marcas Propias, en las fechas emblemáticas de “El Día Mundial de la Leche” y “El Día Mundial de la Alimentación”. Además, realizamos una tercera campaña con nuestro aliado, la marca Mondelez, a través de su portafolio de galletas Field. En total, beneficiamos a 4.800 personas con alimento durante un mes.

Y para potenciar aún más nuestro aporte al Banco de Alimentos, por segundo año celebramos El Día Mundial de la Alimentación con la campaña “Receta Solidaria”. Junto a nuestro embajador, el reconocido chef Ignacio Barrios, invitamos a nuestros clientes a preparar recetas saludables con los productos solidarios de Marcas Tottus y colaborar en la causa de esta institución, que ya es parte del corazón de nuestra compañía.



# 1.742.547

RACIONES DE ALIMENTOS DONADAS POR NUESTRO CENTRO LOGISTICO Y 26 TIENDAS, PERÚ

# 394,8

TONELADAS DE ALIMENTOS DONADOS, PERÚ

# 75.000

RACIONES DE ALIMENTOS DONADAS CON LA CAMPAÑA RECETA SOLIDARIA, PERÚ



## Nuevo programa de donación de alimentos

En 2021, en Chile concretamos un importante hito con el lanzamiento de nuestro Programa de Donaciones, con el cual buscamos entregar una solución sostenible y de alto impacto social.

Durante su primer año de ejecución, integramos los esfuerzos de 38 tiendas a este modelo de operación, permitiéndonos beneficiar a 142 organizaciones sociales y 7.890 personas. Al cierre de este periodo, entregamos 70.020 unidades de productos de 26 categorías distintas Food y Non Food.

El Comité de Donaciones, liderado por el Gerente General e integrado por el Gerente de Control de Gestión y Administración, Gerente de Personas y Sostenibilidad, Gerente de Operaciones y Gerente de Cumplimiento, es el responsable de dar seguimiento al Programa de Donaciones de Alimentos. También, lidera las iniciativas de apoyo social enmarcadas en nuestro Programa Crecer Sano con Tottus y revisa el avance de temáticas de índole regulatoria en materia de donaciones.



# 38

TIENDAS IMPLEMENTAN PROGRAMA DE DONACIONES, CHILE

# 142

ORGANIZACIONES SOCIALES BENEFICIADAS, CHILE

# 7.890

PERSONAS BENEFICIADAS, CHILE



## Compartiendo sabiduría

En Tottus creemos en el valor fundamental de la madre y mujer como eje central de la sociedad. En esta línea, nace el programa Compartiendo Sabiduría, para alimentar el alma de las mujeres peruanas, buscando enriquecer sus vidas y bienestar integral.

El programa se basa en una plataforma online visible a través de youtube, facebook e instagram, donde compartimos videos cortos en temáticas tales como autoestima, liderazgo, emprendimiento, emociones, salud y crianza, de la mano de expertas psicólogas, coaches, periodistas, entre otras.

Desde la nueva estrategia que direcciona este programa, este 2021 lanzamos un comercial en televisión con alcance nacional, con el fin de socializar qué es Compartiendo Sabiduría y cuál es la razón de la plataforma. Con esta acción, por primera vez amplificamos el mensaje de la plataforma desde un frente masivo.

Además, creamos los canales propios en redes sociales de esta plataforma, para

obtener una mejor medición en el desempeño de los contenidos.

Otra innovación que aplicamos este año es la mayor variedad de expositoras nacionales e internacionales, en temas atinentes al contexto actual. En este marco, destacamos la participación de la reconocida artista peruana Susana Baca, quien expuso sobre la temática “La ansiedad”, de gran relevancia en tiempos de pandemia. Por su parte, nuestras expertas internacionales también aportaron sus inspiradoras experiencias de vida y brindaron herramientas para superar los obstáculos con resiliencia.

Como balance, nos sentimos gratificados con una repercusión e impacto muy positivos. Esto se tradujo en más de 5.927.835 interacciones en Facebook y 7.792.366 visualizaciones completas en el canal de Youtube, lo cual es más significativo al considerar la creación reciente de los canales propios de Compartiendo Sabiduría.

# 13.720.201

MILLONES DE VISUALIZACIONES  
TOTALES EN YOUTUBE Y FACEBOOK  
DE LA PLATAFORMA “COMPARTIENDO  
SABIDURIA”, PERÚ



## Somos Precio Uno

En Hiperbodega y Superbodega Precio Uno tenemos la firme convicción de que podemos generar un impacto positivo en la calidad de vida de las comunidades donde estamos presentes. Esto se refleja desde las etapas iniciales de nuestros proyectos y se refuerza durante la operación de nuestras tiendas.

Gracias a un importante esfuerzo logístico, nuestras tiendas están presentes en zonas geográficas remotas de Perú, incluso donde otros retails modernos aún no han llegado, como la selva peruana, permitiéndonos acercarnos a miles de personas nuestra propuesta de valor basada en productos de calidad a precios bajos. Asimismo, en cada apertura de nuestras tiendas, generamos alianzas con las municipalidades locales para nuestros procesos de selección y capacitamos a las personas, mayoritariamente jóvenes de las comunidades aledañas, en los puestos a cubrir, aportando a la calidad del empleo y las competencias de los trabajadores. Tal es el caso de las tres superbodegas que inauguramos este 2021, donde tuvimos una exitosa convocatoria.

En cuanto a nuestros clientes y comunidades, siempre nos hemos caracterizado por mantener relaciones de cercanía y de buenos vecinos. Es por esto que, durante la pandemia, nos esmeramos en buscar alternativas para seguir cultivando esta relación y acompañarlos en tiempos difíciles. Desde esa mirada, en 2020 nace la plataforma virtual “Juntos con UNO”, donde compartimos atractivos contenidos tales como recetas saludables, clases de manualidades y clases deportivas, siendo muy valorados.

Durante 2021, potenciamos esta plataforma en torno a los temas de mayor interés expresados por nuestros clientes y seguidores. Así creamos “Aprendiendo con recetas” y “Aprendiendo Juntos”, donde destacan los videos de deliciosas recetas de fácil preparación con productos Precio Uno y tips sencillos para el cuidado del hogar, familia y entrenamiento.

Como desafío, seguiremos escuchando y desarrollando nuevas propuestas para estar cerca de nuestros clientes y comunidades, desde el lema que nos inspira día a día de ¡Crecer mejorando!





## Fe y Alegría

Nuestro vínculo con Fe y Alegría en Perú, se inicia al participar de una tradicional Rifa Anual en 2003, en apoyo a la educación del país. La relación luego se fortalece con el Programa Haciendo Escuela en 2005 y Donar para Educar en 2011, programas que se mantienen hasta la actualidad.

El 2021, reafirmamos nuestra contribución a la educación en tiempos de pandemia, a través del apoyo que brindamos a los colegios de esta organización.

Por lo mismo, mantuvimos nuestra donación anual realizada a través del Programa Haciendo Escuela. Además, continuamos difundiendo esta rifa en nuestros canales de comunicación y realizando la venta de sus boletos en nuestras cajas registradoras a nivel nacional.

Junto a esto, seguimos operando como un puente solidario entre nuestros clientes y Fe y Alegría, mediante la donación de vueltos. Como Tottus, entregamos la totalidad de la recaudación sin obtener beneficio tributario.

## Testimonios Fe y Alegría

En un emotivo video, los beneficiarios de la organización Fe y Alegría (niños, profesores, madres y padres) compartieron sus testimonios de agradecimiento por el soporte que les brindamos para apoyar su educación. Estos mensajes nos inspiran aún más para seguir contribuyendo a esta causa por una mejor educación en Perú.

## Productos solidarios

Por tercer año consecutivo, en Perú impulsamos nuestra campaña solidaria “Panetón con corazón”. Mediante esta iniciativa, por cada panetón adquirido por los clientes, como Tottus destinamos una donación económica a favor de la educación de los colegios Fe y Alegría. En 2021, la recaudación entregada representó un total de USD 6315.

Bajo el mismo formato, en 2021 lanzamos el producto solidario “Cuadernos de Alegría”, recaudando USD 5719 en beneficio de esta institución.

**USD 41.280**

DONADOS A TRAVES DEL PROGRAMA  
HACIENDO ESCUELA, PERÚ

**USD 4.335**

RECAUDADOS A TRAVES DE LA  
DONACION DE VUELTOS, PERÚ

**USD 6.315**

RECAUDADOS A TRAVES DE LA CAMPAÑA  
PANETONES SOLIDARIOS, PERÚ

**USD 5.719**

RECAUDADOS A TRAVES DE LA CAMPAÑA  
CUADERNOS DE ALEGRIA, PERÚ



### Corresponsabilidad y prevención de la violencia contra la mujer

Por segundo año, en Perú nos sumamos a la campaña de prevención de la violencia contra la mujer del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. En esta oportunidad, promovimos su difusión a través de las redes sociales de nuestra plataforma “Compartiendo Sabiduría” dedicada a las mujeres peruanas.

Adicionalmente, en el Día del Padre, este Ministerio impulsó una campaña de Corresponsabilidad dirigida a hombres y mujeres, sobre las tareas y labores del cuidado del hogar, de la cual también nos hicimos parte y acompañamos en su difusión.

### Iniciativa “Respira Piura”

En Perú, este año realizamos una donación extraordinaria de USD 15000 dólares al Arzobispado de Piura, con el fin de contribuir a la implementación de un isotanque de oxígeno para la región, en el marco de la iniciativa Respira Piura.

### Campaña Navideña Cumbiancicos

Luego de haber atravesado un nuevo año desafiante debido a la pandemia, en Chile, por segundo año realizamos una celebración especial durante la época navideña llamada "Cumbiancicos". Junto al reconocido artista Tomy Rey y su orquesta, recorrimos las calles de San Bernardo, donde se ubican nuestras tiendas San Bernardo Plaza y San Bernardo Estación, compartiendo un espectáculo musical alegre y festivo. Esta actividad fue muy valorada por la comunidad, afianzando los lazos que nos unen desde la cercanía, empatía y colaboración, como buenos vecinos.



## Voluntariado corporativo

A través del voluntariado corporativo buscamos contribuir a crear un cambio real y sostenible con nuestras comunidades vecinas y, al mismo tiempo, brindar a nuestros colaboradores espacios de participación en nuestros Programas de Relaciónamiento Comunitario.

En Chile, contamos con un Modelo de Gestión de Voluntariado Corporativo que brinda a nuestros colaboradores un conjunto de actividades entre las que pueden optar, según su perfil y motivación, y que tiene como centro el programa ¡Crecer Sano! Durante 2021, los colaboradores participaron como protagonistas de videos cortos para la plataforma web de nuestro programa emblemático Crecer Sano, donde compartieron mensajes, conocimientos sobre seguridad alimentaria y enseñaron bailes típicos para fechas patrias. Además, conforme a los protocolos y medidas sanitarias correspondientes, también participaron en actividades deportivas, educativas y de emprendedores en distintas comunas de la Región Metropolitana y en regiones. Este año, sumamos 82 horas hombre de voluntariado.

En Perú, desde nuestro compromiso con el medio ambiente, nos integramos a la campaña HAZla en tu casa, con la finalidad de contribuir a la gestión eficiente de residuos domiciliarios. En total, participaron 21 colaboradores, con 84 horas hombre de dedicación.

### VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Negocio	2019	2020	2021
Chile	826	82	82
Perú	402	46	84



# 05

# Tabla de indicadores GRI



# Tabla GRI

STANDARDS GENERALES	CÓDIGO	INDICADOR	PÁGINA
Perfil de la organización	102-1	Nombre de la organización	103
	102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	15
	102-3	Ubicación de la sede	11
	102-4	Ubicación de las operaciones	11
	102-5	Propiedad y forma jurídica	11
	102-6	Mercados servidos	11
	102-7	Tamaño de la organización	10
	102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	51
	102-9	Cadena de suministro	72
	102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	12
	102-11	Principio o enfoque de precaución	21
	102-12	Iniciativas externas	29
	102-13	Afiliación a asociaciones	28
Estrategia	102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	5
Ética e integridad	102-16	Valores, principios, y normas de conducta	4
Gobernanza	102-18	Estructura de gobernanza	17
	102-32	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración	24
Participación de los grupos de interés	102-40	Lista de grupos de interés	26
	102-41	Acuerdos de negociación colectiva	43
	102-42	Identificación y selección de grupos de interés	26
	102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	26
	102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	27
Prácticas para la elaboración de informes	102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	Ver memoria financiera
	102-46	Definición de los contenidos de los informes	28
	102-47	Lista de los temas materiales	27
	102-48	Reexpresión de la información	28
	102-49	Cambios en la elaboración de informes	28
	102-50	Periodo objeto del informe	28
	102-51	Fecha del último informe	28
	102-52	Ciclo de elaboración de informes	28
	102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	103
	102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI	28
	102-55	Índice de contenidos GRI	101
Prácticas de adquisición	103-1,103-2, 103-3	Enfoque de gestión	27, 71-77
	204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	73
	Anticorrupción	103-1,103-2, 103-3	Enfoque de gestión
205-1		Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	20
205-2		Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	20
205-3		Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	20

# Tabla GRI

STANDARDS GENERALES	CÓDIGO	INDICADOR	PÁGINA
Energía	103-1,103-2, 103-3	Enfoque de gestión	27,87-89
	302-1	Consumo energético dentro de la organización	
	302-3	Intensidad energética	87
Efluentes y residuos	103-1,103-2, 103-3	Enfoque de gestión	27,81-86
	306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	83
Evaluación ambiental de proveedores	103-1,103-2, 103-3	Enfoque de gestión	27,71-76
	308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	73
Empleo	103-1,103-2, 103-3	Enfoque de gestión	27,31,34-36
	401-1	Nuevas contrataciones	50
	401-2	Beneficios para empleados	49,50
Salud y seguridad en el trabajo	103-1,103-2, 103-3	Enfoque de gestión	27,32,33,40-42
	403-1	Comité de salud y seguridad	51
	403-2	Tasa de accidentes laborales	51
Capacitación y educación	103-1,103-2, 103-3	Enfoque de gestión	27,37-39
	404-1	Media de horas de formación al año por empleado	39
	404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	38,39
	404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	39
Diversidad	103-1,103-2, 103-3	Enfoque de gestión	27,45-48
	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	17,51
	405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	51
No discriminación	103-1,103-2, 103-3	Enfoque de gestión	27,45-48
	406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	22
Comunidades locales	103-1,103-2, 103-3	Enfoque de gestión	27,90-99
	413-1	Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local	100%
Evaluación social de proveedores	103-1,103-2, 103-3	Enfoque de gestión	27,71-76
	414-1	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios sociales	73
Salud y seguridad de los clientes	103-1,103-2, 103-3	Enfoque de gestión	27,63-66
	416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	61-64,65
Marketing y etiquetado	103-1,103-2, 103-3	Enfoque de gestión	27,77,78
	417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	77,78
	417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	78

## CONTACTO

# Hipermercados Tottus S.A.



### TOTTUS CHILE

Nataniel Cox 620, Santiago de Chile.  
Teléfono: (562) 28270200  
[www.tottus.cl](http://www.tottus.cl)

### Desarrollo y coordinación de contenidos

Gerencia de Personas y Sostenibilidad

### TOTTUS PERÚ

Av. Angamos Este 1805, Piso 10,  
Lima 34, Perú.  
Teléfono: (511) 513 9400  
[www.tottus.com.pe](http://www.tottus.com.pe)

### Asesorías Metodológica y Redacción

Inspira Corp - Sostenibilidad Corporativa  
[www.inspiracorp.cl](http://www.inspiracorp.cl)

### Diseño

[libredeideas.cl](http://libredeideas.cl)

### Fotografías

Archivo Tottus



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