



TOTTUS

REPORTE
SOSTEN
NIBILIDAD
ORTE RE
TENIBILI
EPORTE
IDAD SOS
REPORTE



REPORTE
DE SOSTENIBILIDAD
2013



COMPARTIMOS CON USTEDES NUESTRO REPORTE DE SOSTENIBILIDAD PARA DAR A CONOCER LOS ASPECTOS MÁS RELEVANTES DE NUESTRA GESTIÓN EN LOS ÁMBITOS ECONÓMICO, SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

MENSAJE DEL GERENTE CORPORATIVO

POR CUARTO AÑO CONSECUTIVO COMPARTIMOS CON USTEDES NUESTRO REPORTE DE SOSTENIBILIDAD PARA DAR A CONOCER LOS ASPECTOS MÁS RELEVANTES DE NUESTRA GESTIÓN EN LOS ÁMBITOS ECONÓMICO, SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL.

Tottus es una compañía joven y en franco desarrollo. En 2013, esta condición nos colocó en un escenario cuyo principal desafío hemos sorteado con resultados promisorios: el de crecer creando valor económico para la compañía, pero al mismo tiempo y con igual relevancia, valor compartido con nuestros colaboradores y la sociedad. Esto no responde sino a una visión de Tottus donde apostamos por la sostenibilidad como estrategia de crecimiento.

En este reporte damos a conocer nuestros resultados en sostenibilidad de Tottus Chile y Tottus Perú. Y decidimos hacerlo apropiándonos de uno de los estándares de *reporting* más exigentes a nivel mundial. Así, mientras el año pasado trabajamos bajo el estándar de Global Reporting Initiative G3.1, este año 2013 quisimos darle mayor énfasis a nuestra materialidad utilizando la guía G4. Ha sido un esfuerzo importante, pero estamos convencidos del valor que representa, tanto para los propios equipos de trabajo como para nuestros clientes y la sociedad en su conjunto, poder leer nuestro Reporte de Sostenibilidad año 2013.

Aquí, queremos destacar cómo nuestra visión de negocio, coronada con la apertura de nuevas tiendas en buena parte del territorio nacional de ambos países, y con una oferta de venta de productos de excelente calidad que sobrepasa el billón de dólares, nos consolida en el mercado. Pero también queremos destacar que este crecimiento se ha logrado precisamente porque tenemos colaboradores más contentos, con condiciones laborales que nos han situado, según el Great Place To Work, dentro de los mejores lugares para trabajar y con incrementos salariales sobre el mercado. Además, hemos depositado en nuestras personas la confianza para que se desarrollen con aproximadamente 250 mil horas de capacitación en cada país a través de programas de capacitación y desarrollo de capital humano líderes en el sector. Una muestra fehaciente de estos avances es la excelente comunicación que tenemos con nuestros sindicatos. Por otro lado, sería injusto desconocer la contribución de nuestros proveedores, socios estratégicos en nuestro negocio. Especialmente proveedores pequeños con quienes hemos desarrollado una relación ganar-ganar apoyándolos en la mejora

de sus prácticas de producción y asegurando para nuestros clientes los mejores productos. Finalmente, destacar que todo esto lo hacemos conscientes de nuestro compromiso con el medio ambiente donde hemos invertido en mejoras que apuntan a la eco-eficiencia de nuestras tiendas.

Optar por la sostenibilidad es una decisión ética, y reportar, por tanto, una consecuencia lógica. Porque ambas acciones tienen que ver con la consideración prioritaria que hemos establecido hacia nuestros stakeholders. Y al leer todo lo que aquí se reseña, nos sentimos orgullosos de lo que hemos conseguido. Léalo, se lo recomiendo.

Cristóbal Irrarrázabal Philippi
Gerente Corporativo Tottus



ALCANCE DEL REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2013

“SABEMOS QUE EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DEBE IR ACOMPAÑADO DE UNA VISIÓN SOSTENIBLE QUE FORTALEZCA NUESTRO CRECIMIENTO Y COMPETITIVIDAD DE LARGO PLAZO. ES ASÍ, COMO ESTABLECEMOS RELACIONES DE CONFIANZA Y COMPROMISO RESPONSABLE CON NUESTROS CLIENTES, COLABORADORES, PROVEEDORES Y COMUNIDADES DONDE ESTAMOS PRESENTES”.

PEDRO COLOMBO
GERENTE GENERAL, TOTTUS CHILE.



NUESTRA COMPAÑÍA INCLUYE A TOTTUS CHILE Y PERÚ,

señalaremos expresamente cuando hablemos de cada país por separado.



MIDE TRES ÁMBITOS DE LA SOSTENIBILIDAD:

económico, social y medioambiental.



ESTE REPORTE TIENE INFORMACIÓN ENTRE 1° DE ENERO Y EL 31 DE DICIEMBRE 2013

con objeto de mostrar la evolución de nuestros indicadores de gestión.



DESARROLLO Y COORDINACIÓN DE ESTE REPORTE:

Gerencia de Recursos Humanos.
Asesoría & Asuntos Corporativos Ltda.



REPORTAR CON METODOLOGÍA G4 DEL GRI

(Global Reporting Initiative) alineada con normas internacionales como Norma ISO 26.000 y el Pacto Global de las Naciones Unidas.

Nuestro Reporte de Sostenibilidad 2013 conserva el mismo alcance y cobertura de sus ediciones anteriores, es decir, nos referimos a la totalidad de las operaciones de la compañía en Chile y Perú.

Sin embargo, es de primordial consideración el hecho que Chile y Perú operan bajo distintos contextos normativos y regulatorios, lo cual hace que la comparación de sus lineamientos en relación a sostenibilidad sea poco viable y a la vez uno de los desafíos a plantearse para la compañía.

En esta edición hacemos una primera referencia a la relevancia de incluir la cadena de suministro y sus impactos como parte de la materialidad del proceso de Reporte de Sostenibilidad corporativo, sin embargo, no incluimos explícitamente los potenciales impactos de nuestros proveedores. Un análisis en mayor profundidad de este elemento será un desafío para ejercicios futuros de reportabilidad.

Durante el proceso de elaboración de nuestro reporte, asumimos el desafío de hacerlo de acuerdo de acuerdo a la nueva guía de lineamientos G4 del Global Reporting Initiative. Las tres ediciones anteriores del Reporte de Sostenibilidad de Tottus fueron elaboradas de acuerdo a la versión G3.1. Para abordar de manera correcta estos nuevos lineamientos realizamos una serie de cambios en el proceso de reporte. A saber: desarrollamos el proceso de análisis de materialidad con la finalidad de identificar los intereses y expectativas de nuestras partes interesadas para incluirlas en el proceso de elaboración. En este sentido consideramos los impactos positivos y negativos de nuestras operaciones en materia social, medioambiental y económica. Además, integramos otros aspectos y temas de relevancia para la industria del *retail* nacional e internacional con el fin de satisfacer los intereses y expectativas asociados al desempeño en Desarrollo Sostenible de Tottus. De esta forma buscamos asegurar una visión precisa, clara y equilibrada del desempeño anual.



Para determinar los aspectos y temas materiales del presente Reporte de Sostenibilidad también consultamos a representantes de nuestros principales grupos de interés a través de una serie de entrevistas y reuniones grupales.

Paralelamente, realizamos un análisis de tendencias en materia de Desarrollo Sostenible y la práctica de elaboración de Reportes de Sostenibilidad, permitiéndonos identificar las brechas entre nuestra gestión y las tendencias en estas materias para incluirlas entre los contenidos del reporte como oportunidades de mejora.

TODA LA INFORMACIÓN DE ESTE REPORTE RELACIONADA A VALORES MONETARIOS ESTÁ EXPRESADA EN MILLONES DE PESOS CHILENOS. PARA HACER LA CONVERSIÓN DE DÓLARES A PESOS CHILENOS, SE UTILIZÓ LA TASA SEÑALADA POR EL SII DE CHILE COMO PROMEDIO PARA 2013 QUE FUE DE 495,31 PESOS CHILENOS.

CONSULTAS SOBRE EL CONTENIDO DE ESTE REPORTE



Chile
Ivonne Palma

Coordinadora de Comunicaciones Internas
y Responsabilidad Social

✉ iepalma@tottus.cl

🏠 Nataniel Cox 620, Santiago, Chile.



Perú
Joan Eyzaguirre

Gerente de Recursos Humanos

✉ jezaguirre@tottus.com.pe

🏠 Av. Angamos Este 1805, Piso 10, Lima 34, Perú.



PERFIL DE LA COMPAÑÍA

Hipermercados Tottus

Somos Hipermercados Tottus, una de las principales cadenas de comercio al detalle o *retail* que operan en los mercados de Perú y Chile desde 2002 y 2004 respectivamente. En ambos países mantenemos una posición de liderazgo - entre el tercer y cuarto lugar - en cuanto a la participación de mercado.

Nuestra compañía - Hipermercados Tottus - corresponde a la unidad de negocios del Grupo SACI Falabella dedicada a la operación de supermercados. Si bien contamos con estructuras organizacionales independientes para cada uno de los países donde operamos, nuestra casa matriz está ubicada en Santiago de Chile.

Somos una compañía en constante proceso de expansión cuyo eje de negocio es lograr la mejor experiencia de compra, es decir, enfocarnos en una oferta de productos acorde al perfil de los clientes y en las mejores condiciones comerciales (precio, ofertas y condiciones de pago).

Asimismo, la calidad del servicio que entregamos y las condiciones espaciales que ofrecemos en las salas de venta son parte fundamental de la experiencia de compra, lo cual - a su vez - es la base para el desarrollo de una relación de fidelidad y compromiso con nuestros clientes. Por lo tanto, nos esforzamos por disponer las mejores salas de venta, seguras, accesibles, cómodas, higiénicas, con consumos energéticos eficientes y con una serie de servicios adicionales para mejorar la calidad de vida de nuestros clientes.

Sumamos a ello que realizamos un fuerte trabajo interno, con foco en el desarrollo de carrera y en los beneficios para nuestros colaboradores, sentando así las bases para nuestro crecimiento futuro. En este escenario, hemos asumido diferentes compromisos fundamentados en nuestros pilares estratégicos de crecimiento, rentabilidad y sostenibilidad.



TOTTUS CHILE 2013

En permanente desarrollo

El período reportado (2013) estuvo cargado de logros y constituyó la consolidación de la compañía en el mercado chileno alcanzando un total de 48 salas de venta tras la apertura de cinco nuevas tiendas: Vitacura (1.900 m²) y Mall Plaza Egaña (3.880 m²) en Santiago, Ovalle (3.855 m²) en la Región de Coquimbo, Quilpué (1.866 m²) en la Región de Valparaíso y Trébol (5.664 m²) en la Región del Bío Bío. Las nuevas salas de Vitacura y Quilpué cuentan con una formato de tiendas *express* con el fin de brindar a los clientes una experiencia de compra más accesible, fácil, cercana y segura.

Además de la apertura de nuevas salas de venta, durante 2013 hubo importantes cambios a nivel de la estructura organizacional en Tottus Chile. En primer lugar, creamos la Gerencia de Procesos y Nuevas Aperturas, además del cargo de Supervisor Zonal de Aseguramiento de Calidad. Nombramos a un nuevo Subgerente de Auditoría, con reporte directo al Gerente General, e incorporamos el cargo de Gerente de Electro. Adicionalmente, realizamos una reestructuración en

la Gerencia de Operaciones: incluimos un Gerente de Mejora Continua y Procesos Lean.

Durante el 2013, como parte de la redefinición de procesos operativos y la optimización del proceso logístico, reubicamos la operación de venta a distancia en un lugar más estratégico. Fue así como el centro de producción y distribución permitió consolidar las operaciones en Santiago. Con esto aumentamos el surtido disponible de productos y la capacidad operativa, así como también nuestros indicadores de entrega a tiempo. Además, en línea con lo anterior y como parte del proceso de centralización de procesos productivos, el área de pastelería y platos preparados pasó en 2013 de 19 a 31 salas, permitiéndonos incrementar el surtido y la disponibilidad en las respectivas tiendas.

En relación con las ventas a distancia, implementamos un módulo de promociones para internet que permite ofrecer en el canal *online* una batería de ofertas más amplias de forma simultánea.



FERIA TOTTUS

En 2013 iniciamos un concepto donde los consumidores pueden comprar frutas y verduras de excelente calidad, todos los días y a precios competitivos. Todos los productores se han certificado en Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), iniciativa que le ha dado un importante crecimiento a la categoría de frutas y verduras en nuestros supermercados.



CON LA APERTURA DEL CENTRO COMERCIAL PLAZA EGAÑA NOS SUMAMOS AL PRIMER MALL SUSTENTABLE DEL PAÍS, FOMENTANDO EL AHORRO ENERGÉTICO, RECICLAJE Y TRANSPORTE LIMPIO.



NON FOOD

En el año 2013, tuvimos un importante crecimiento en la categoría de Non Food. Sobre un 40% y con un destacado desarrollo en las líneas Electro, Hogar, Vestuario y Bazar. También, logramos diferenciarnos de la competencia en vestuario infantil, posicionando la marca Cherokee en el mercado. En la línea Hogar tuvimos un fuerte desarrollo de la marca propia Casajoven de menaje y en la línea Bazar alcanzamos un gran crecimiento en librería y juguetería.

En el área de Electro desarrollamos un nuevo plan estratégico de 360°. Esta innovación contempló una nueva imagen de tienda, más moderna y tecnológica, y con precios al alcance del consumidor. Incorporamos un nuevo equipo de ventas con Vendedores Integrales en constante capacitación. Además, se potenció la estrategia de marketing, con mayor cantidad de apariciones en prensa escrita, televisión y redes sociales, y se fortaleció nuestro sitio web de Electro.

HITOS HISTÓRICOS TOTTUS CHILE Y PERÚ



EN PERÚ, la Marca Tottus es incorporada al Grupo S.A.C.I Falabella inaugurando nuestra primera tienda en Lima, en el Centro Comercial Mega Plaza, en el distrito de Independencia.



EN CHILE, abrimos nuestras puertas al público con cinco nuevas tiendas: Nataniel, La Calera, Pedro Fontova, Antofagasta Mall y Plaza Oeste.



EN PERÚ, inauguramos La Marina y Atocongo.



EN PERÚ, entran en operaciones cuatro nuevas tiendas: Chorrillos, Trujillo 1, Chiclayo y Quilca.



EN CHILE inauguramos cinco nuevas salas de ventas: Puente Alto Eyzaguirre, La Florida, Kennedy, Antofagasta Centro y Colina.



EN PERÚ, abrimos las tiendas de Sáenz Peña, Canta Callao, Lima Centro, El Agustino, Puente Piedra, Trujillo 2, Bellavista, Ica y Pachacutec. En Chile inauguramos las tiendas de Alameda y El Bosque.



EN CHILE, abrimos seis nuevas tiendas: Machalí, Santa Julia y Lolleo, Huechuraba y dos en Calama.



EN PERÚ inauguramos las tiendas de Próceres, Jockey Plaza y Chiclayo Belaúnde.



EN PERÚ, abrimos Campoy, Chinchá, Chimbote, Santa Anita, Los Olivos, Chiclayo Belaúnde y Lora.

AÑO 2002

AÑO 2006

AÑO 2007

AÑO 2008

AÑO 2011

AÑO 2012

AÑO 2003

AÑO 2004

AÑO 2005

AÑO 2009

AÑO 2010

AÑO 2013



EN PERÚ, abrimos la segunda tienda en la zona comercial de San Isidro, Las Begonias.



EN CHILE, el Grupo SACI Falabella adquiere el 88% de la cadena San Francisco que poseía un 3,5% de la participación de mercado con locales en El Monte, Buín, Peñaflor, Rengo, Melipilla, San Antonio, dos tiendas en San Bernardo y dos en Talagante.



EN CHILE, inauguramos el primer Supermercado bajo la marca Tottus. Establecimiento de 5.200 metros cuadrados, ubicado en Puente Alto, Santiago.



EN CHILE, abrimos tres nuevas tiendas en San Fernando, Paseo Puente y Quillota.



EN PERÚ, inauguramos siete nuevas tiendas: Zorritos, La Fontana, Angamos, Tusilagos, Piura, Arequipa Cayma y Arequipa Porongoche.



EN CHILE, abrimos cinco tiendas en Padre Hurtado, San Felipe, Talca, Peñalolén y Catedral.

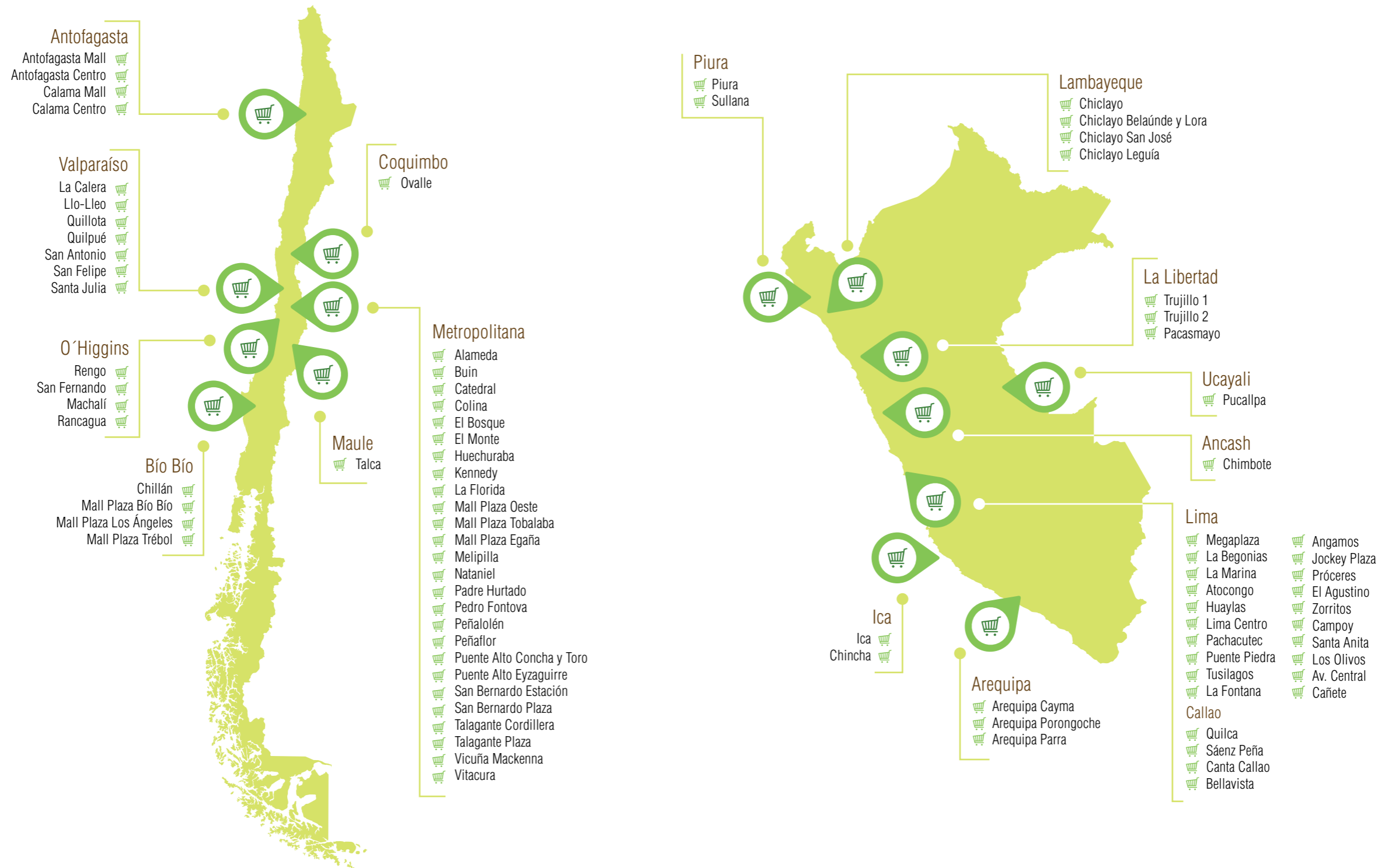


EN CHILE, alcanzamos un total de 48 salas de ventas con la entrada en funcionamiento de: Vitacura, Mall Plaza Egaña, Ovalle, Quilpué y Mall Plaza Trébol.



EN PERÚ, abrimos las tiendas de Cañete, Avenida Central, Chiclayo Leguía, Chiclayo San José, Pacasmayo, Sullana, Pucallpa y Arequipa Parra. Con estas aperturas, alcanzamos un total de 33 tiendas.

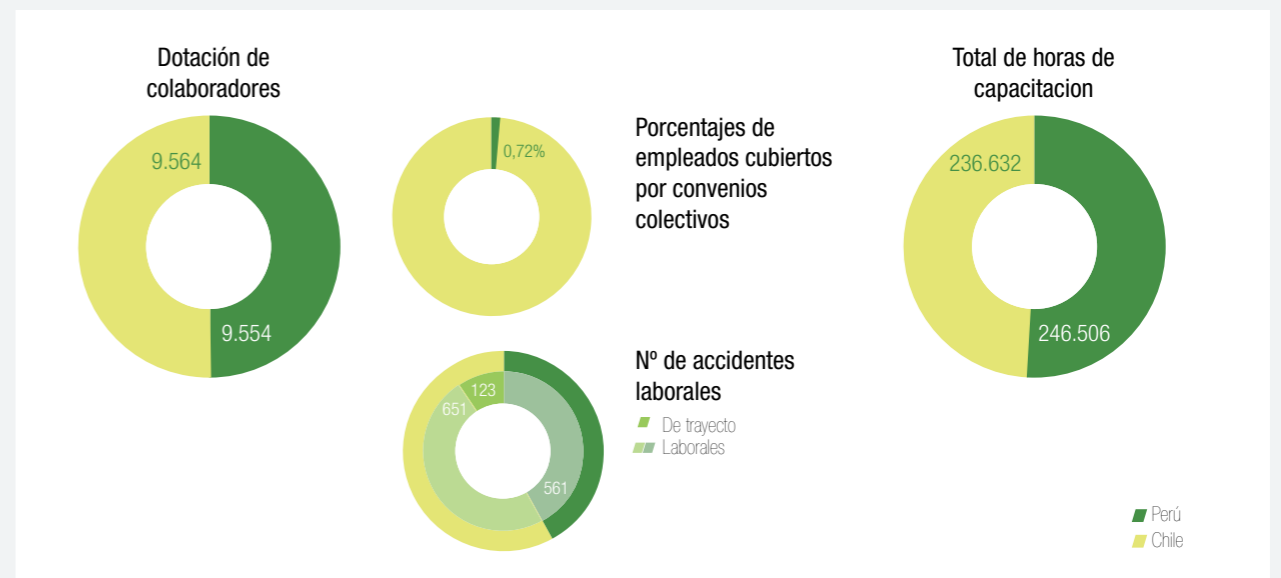
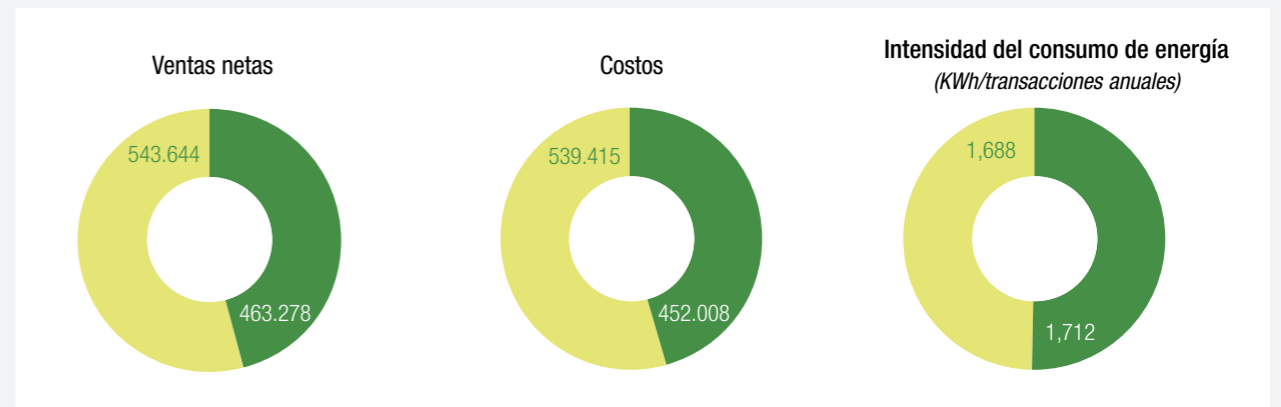
PRESENCIA TOTTUS EN CHILE Y PERÚ



DIMENSIONES DE LA ORGANIZACIÓN

Somos una compañía de más de 20 mil colaboradores con 88 tiendas en funcionamiento entre Chile y Perú. En la tabla a continuación presentamos algunos datos que permiten dimensionar nuestra compañía.

DATOS OPERACIONALES	PERÚ	CHILE
Numero de tiendas	40	48
Ventas Netas	463.278 MM\$	543.644 MM\$
Costos	452.008 MM\$	539.415 MM\$
Dotación de Colaboradores	9.554	9.564
Porcentajes de empleados cubiertos por convenios colectivos	0,72% (69 colaboradores)	55,14% (5.274 colaboradores)
Total de horas de capacitación	246.506	236.632
Nº de accidentes laborales en 2013	561	651 accidentes laborales y 123 accidentes de trayecto ¹
Intensidad del consumo de Energía (KWh/Transacciones anuales)	1,712	1,688



¹ La legislación chilena contempla la diferenciación entre los accidentes laborales propiamente tal y los de trayecto. Es así, que los días perdidos por accidentes de trayecto, no son considerado para la evaluación del pago de cotizaciones.

Nuestros Proveedores

Un actor fundamental para el adecuado funcionamiento de nuestra compañía son sus proveedores, por lo mismo, más que verlos como un eslabón más en nuestra cadena de valor, son verdaderos socios con los que nos interesa desarrollar relaciones de confianza y de largo plazo. Este es un desafío constante, donde tenemos importantes metas, sobre todo en lo referente a gestionar la sostenibilidad de nuestra cadena de suministro.



Chile

En 2013 contamos con un *pool* de 90 proveedores de frutas y verduras, que varían según la estacionalidad propia de este tipo de producto. Estos proveedores, en su mayoría, se ubican entre la IV y la Región Metropolitana, pero tenemos proveedores desde Arica -sobre todo durante el invierno- hasta la región de Los Lagos. Además, contamos con proveedores de frutas y verduras internacionales. Por ejemplo, los mangos vienen de Perú, las piñas de Costa Rica, los plátanos se compran a un distribuidor ecuatoriano en Chile, y en el caso de frutas de contra estación, como cítricos y manzanas, se trabaja con un importador chileno.

En el caso de Marcas Propias, actualmente estamos trabajando con 119 proveedores, de los cuales 89 son de la Región Metropolitana, 14 de otras regiones y 16 son extranjeros.

Adicionalmente, la totalidad de nuestros proveedores de vestuario han suscrito un acuerdo de aprovisionamiento que incluye aspectos sociales que se ajustan a la política de cumplimiento social de Falabella.



Perú

Asimismo, en Perú contamos con un *pool* de 166 proveedores de frutas y verduras ubicados principalmente en Lima. Además, contamos con proveedores locales en la mayoría de ciudades donde operamos. Tenemos proveedores extranjeros, quienes nos abastecen principalmente de manzanas, fresas, peras y nectarines. Las uvas, provienen de Chile y EE.UU.

En Marcas Propias trabajamos con 104 proveedores, de los cuáles, 81 son de Lima, 3 de provincia y 20 extranjeros, principalmente de Asia, Europa y Sudamérica.

Esperamos que durante 2014, nuestros proveedores de Marcas Propias participen de un Programa de Responsabilidad Social a través de SEDEX Members Ethical Trade Audi, SMETA. Con esto, buscamos asegurar que el proceso de compra de bienes y servicios sea suministrado de manera ética, protegiendo los derechos de los colaboradores y su entorno.



MISIÓN & VISIÓN & VALORES



NUESTRA MISIÓN

Mejorar la calidad de vida de las familias donde estamos presentes.



NUESTRA VISIÓN

Ser el supermercado preferido, para comprar y trabajar, en los lugares donde competimos.



NUESTROS VALORES

Integridad

Actuar con respeto, honestidad y compromiso. Ser íntegro es mostrar coherencia entre mis palabras y mis acciones, actuar de manera correcta y sincera y respetar y valorar la opinión e ideas de las demás personas.

Innovación

Actuar con creatividad e iniciativa, buscando superar las expectativas de nuestros clientes internos y externos. Ser innovador es buscar oportunidades para sorprender a mis clientes, encontrar soluciones creativas más allá de lo convencional, enfrentar los cambios como oportunidades de mejora y aprendizaje y comentar mis ideas con iniciativa y liderazgo.

Excelencia

Actuar con pasión y perseverancia para ser los mejores en lo que hacemos. Ser excelente es trabajar con convicción y creer en nuestros productos, actuar con actitud de servicio en todo momento, buscar mejoras permanentes, trabajando todos como un gran equipo y conservar siempre una actitud positiva

DERECHOS HUMANOS

En Tottus rechazamos y prohibimos el trabajo forzado y no consentido, así como tampoco permitimos el trabajo infantil. De esta forma evitamos cualquier riesgo o mala práctica dentro de nuestras instalaciones, así como también con las organizaciones que prestan servicios a Tottus. Cumplimos así con la normativa nacional e internacional relativa al trabajo forzado e infantil.

Resguardamos el principio de igualdad de oportunidades y la calificación en virtud de méritos personales y profesionales. Rechazamos cualquier tipo de discriminación: sexual, racial, étnica, religiosa, social, política, de género o estado civil y gracias al apego irrestricto a nuestros valores, durante el período que abarca este informe, no recibimos incidentes relacionados con discriminación ni en Chile ni en Perú.

Nos preocupamos por la inclusión de diversos sectores etarios en nuestra compañía, por lo que se ha implementado un plan de contratación para

adultos mayores, dándoles trabajos que pueden realizar con facilidad, siempre resguardando su salud y seguridad.

Tanto en Tottus Chile como en Perú, todos nuestros proveedores de vestuario se comprometen a cumplir un Acuerdo de Venta, “vendor agreement”, que incluye requisitos sociales basados en la política social de Falabella. El acuerdo incluye cláusulas para evitar casos de trabajo infantil, trabajos forzados, discriminación o que se restrinja la libertad de asociación de los colaboradores.



CULTURA TOTTUS

Chile

ASPIRACIÓN DE SERVICIO TOTTUS: “ENTREGAR LA MEJOR EXPERIENCIA DE COMPRA A NUESTROS CLIENTES, CADA UNO CONTRIBUYENDO DESDE SU ESPACIO RESPECTIVO DE ACCIÓN Y RESPONSABILIDAD.”

Durante 2013 impulsamos el proyecto Cultura de Servicio Tottus, en el cual trabajaron en conjunto el Gerente General, Gerentes de la Oficina Central, Gerentes Zonales y de Tiendas para definir los lineamientos de la experiencia de servicio que queremos entregar a nuestros clientes y nuestra Aspiración de Servicio: “entregar la mejor experiencia de compra a nuestros clientes, cada uno contribuyendo desde su espacio respectivo de acción y responsabilidad”; y, además, una Filosofía de Servicio compuesta de ocho atributos que entregan los lineamientos para movernos en el complejo, acelerado y competitivo negocio en el que estamos.

El proyecto de Cultura de Servicio Tottus busca transformar a la compañía en una marca extraordinaria de servicio impactando en dos grandes dimensiones: nuestra cultura y operación de servicio.

Este proceso fue hecho en forma colaborativa y en casa, lo que da autenticidad, consecuencia y veracidad a cada una de las declaraciones que incorporamos y estamos transmitiendo a nuestros equipos de trabajo.

OCHO ATRIBUTOS

Cuidamos a nuestras personas

Creemos que cuidar a cada colaborador que trabaja en Tottus es el camino para lograr una experiencia memorable en nuestros clientes.

Nos centramos en el Cliente

Creemos que el éxito en los resultados viene cuando ponemos en el centro de todo lo que hacemos la experiencia de servicio de nuestros clientes.

Jugamos en equipo

Creemos que un servicio de excelencia se logra jugando en equipo, cada uno entendiendo la importancia de su rol y cumpliéndolo en su totalidad.

Perseguimos la excelencia

Creemos que la excelencia no es una acción aislada, sino que una convicción y actitud constante por hacer las cosas mejor.

Somos rigurosos y disciplinados

Creemos que en la base de nuestro éxito se encuentra la rigurosidad, la disciplina y la atención a los innumerables detalles del servicio.

Celebramos logros y aprendemos de errores

Creemos en reconocer y celebrar nuestros logros con humildad, en aprender de nuestros errores, y en nunca perder el deseo por mejorar.

Nos apropiamos con urgencia

Creemos en adueñarnos de los problemas y situaciones con un sentido de urgencia que nos lleve a actuar inmediatamente, concentrándonos en lograr soluciones.

Dominamos nuestra área de responsabilidad

Creemos en prepararnos, informarnos y capacitarnos para realizar nuestras tareas con excelencia, y que el aprendizaje es una decisión y responsabilidad personal.

RECONOCIMIENTOS

Chile

ESTAMOS ORGULLOSOS PORQUE ESTUDIOS GFK ADIMARK PREMIÓ A TOTTUS POR SER UNA DE LAS MARCAS MÁS VALORADAS POR LOS CHILENOS.



Certificación de competencias laborales

Durante el año 2013, 47 colaboradores de nuestra compañía fueron certificados en diferentes competencias laborales como cajero, jefe de sección, operador de platos preparados y reponedor de abarrotes. La promoción de esta iniciativa - liderada por la Asociación de Supermercados de Chile A.G, ChileValora y el SENCE— tienen la finalidad de evaluar el perfil ocupacional de colaboradores del comercio minorista en relación a su trayectoria laboral, conocimientos y habilidades en el cargo que desempeñan.



Premio Plenus

En Tottus participamos en la premiación Plenus 2013 que distinguió a las empresas que integran el programa de empleo para adultos mayores propiciado por la Asociación Gremial Supermercados de Chile A.G, gremio que reúne a 12 cadenas en el país. Este premio es organizado anualmente por la Asociación de AFP de Chile y el diario El Mercurio donde reconocen a empresas que demuestran una preocupación especial por los adultos mayores mediante iniciativas sostenidas en el tiempo.



Distinción Modelo de Prevención de Delitos

La consultora Prelafit Compliance nos entregó el Certificado de Cumplimiento por el Modelo de Prevención de Delitos implementado en Tottus.

Valoración de marca GFK Adimark

La firma de estudios de audiencia GFK Adimark nos premió por ser una de las marcas más valoradas por los chilenos.



Retail Hall of Fame

Durante 2013 recibimos el premio “Hall of Fame” a la mejor publicidad de *retail* por la campaña de posicionamiento que lanzamos en 2012. Consecuentemente, en 2013 impulsamos un plan de comunicación (medios masivos tradicionales, digitales y comunicación en tienda) para presentar las características únicas que tiene la carne vacuna de Tottus gracias a sus marcas exclusivas de origen nacional, argentino y uruguayo.

Premio al Empleo Joven 2013

En el mes de noviembre recibimos el Premio al Empleo Joven 2013, donde la compañía fue destacada por entregar más oportunidades laborales en la Región del Bío Bío. Este premio surge a raíz de nuestra participación en la Expo Empleos 2013 organizada por el Instituto AIEP, La Cámara de Comercio y la Municipalidad de Los Ángeles.

RECONOCIMIENTOS

Perú



Great Place to Work

Por once años consecutivos nos ubicamos entre las mejores empresas para trabajar según el estudio anual de ambiente y cultura organizacional de Great Place to Work en Perú. En la evaluación 2013 lideramos el sector de supermercados con un 84% de satisfacción y el décimo quinto lugar del ranking general. Este resultado es reflejo del trabajo que realizamos para ofrecer a nuestros colaboradores un ambiente laboral óptimo para su desarrollo personal y profesional.



Fundades - Premio Recicla Más 2013

Fuimos reconocidos con el noveno lugar en la premiación anual del programa Recicla Más 2013 que organiza el Grupo Fundades por nuestro aporte a la creación de conciencia y sensibilización respecto de la importancia del reciclaje de papel en nuestras tiendas. Impulsamos estas buenas prácticas en nuestras tiendas como parte del compromiso que mantenemos con el cuidado del medio ambiente, involucrando a clientes, proveedores, colaboradores y a sus familias.

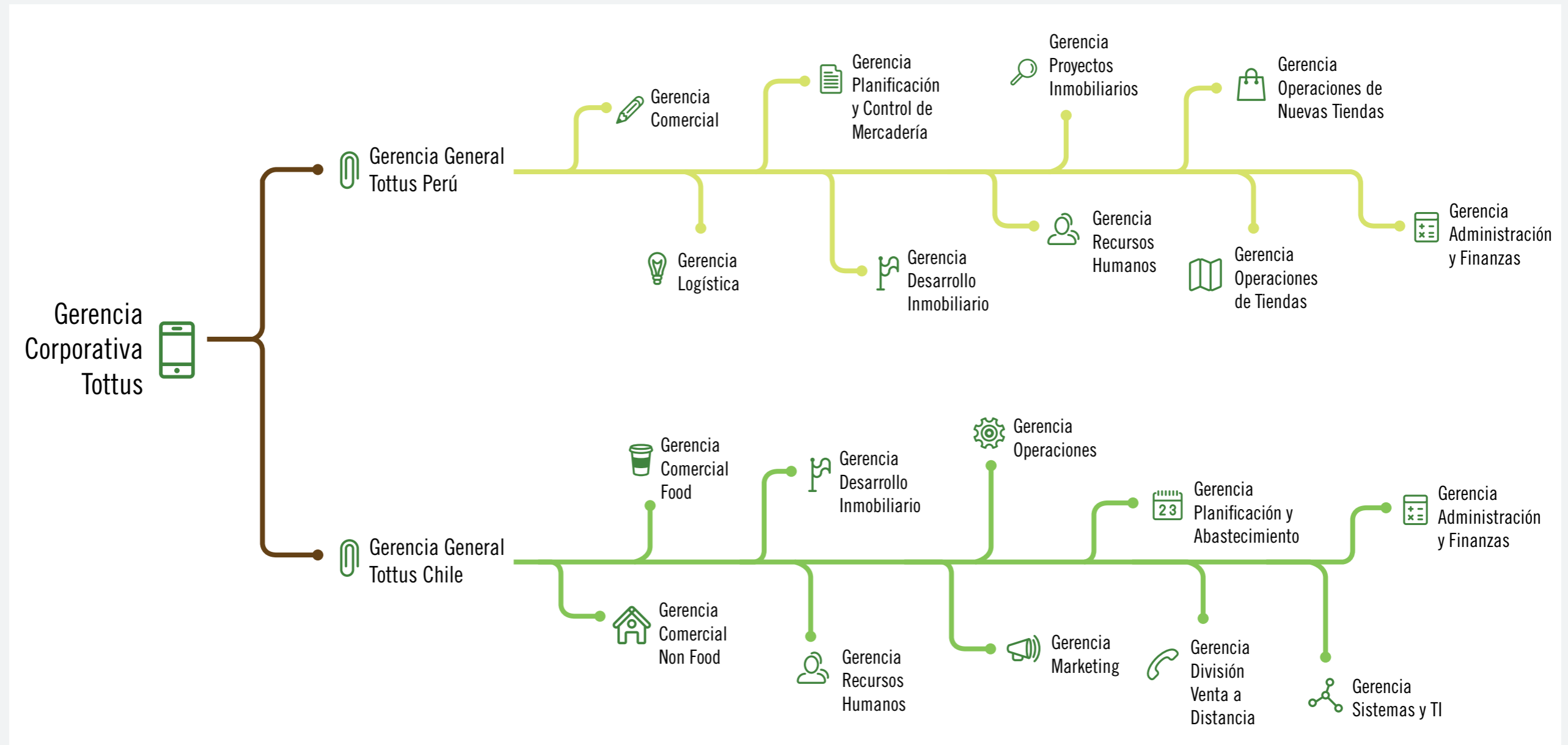


Effie Awards 2013

Fuimos galardonados con dos Premios Effie de Plata en las categorías: Imagen Corporativa y Alimentos. Este galardón reconoce el aporte de estrategia y creatividad de la publicidad al logro de objetivos y obtención de resultados. Es decir, focaliza la atención en la publicidad realmente efectiva. Además de los galardones obtenidos, quedamos finalistas en cuatro categorías en las cuales competimos con marcas de gran trayectoria de diversas industrias de servicios y de productos de consumo masivo.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Mantenemos operaciones comerciales de comercio detallista en Chile y Perú bajo una estructura organizacional con un Gerente Corporativo, Sr. Cristóbal Irrarázabal Philippi, y un Gerente General para cada uno de los países, Pedro Colombo Maciel (Chile) y Juan Fernando Correa Malachowski (Perú), quienes reportan directamente al Gerente Corporativo.



DESEMPEÑO ECONÓMICO

Valor Agregado Generado y Distribuido

En Tottus Chile generamos un valor económico de \$543.600 millones durante 2013 por medio de todas las ventas realizadas en el período y de las cuales distribuimos el 99%, reteniéndose sólo 0,77% de valor total generado.

El aumento de un 27% que registramos entre el valor económico generado en 2012 respecto del 2013 es un claro ejemplo de la consolidación de la compañía y de los resultados que ha tenido nuestra estrategia de expansión a lo largo del país.

El 88% del valor generado correspondió a nuestros gastos operacionales, el 10,3% lo distribuimos por medio de sueldos y beneficios entre todos nuestros colaboradores de la compañía. El saldo restante fue asignado a pagos de proveedores de capital (0,5%), pagos al Estado a través de impuestos (0,2%) e inversiones a la comunidad (0,02%).



TOTTUS CHILE	MM\$			
	2011	2012	2013	DISTRIBUCIÓN
Valor económico generado	398.918	467.595	543.644	100%
Ingresos Operacionales	398.918	467.595	543.644	100%
Valor económico distribuido	398.214	465.656	539.415	99%
Gastos Operacionales	358.222	417.025	479.107	88
Sueldos a colaboradores y Beneficios	39.207	47.938	56.100	10,3
Pago a proveedores de capital	464	965	2.955	0,5
Pagos al Estado	242	-359	1.156	0,2
Inversión en la Comunidad	79	86	97	0,02
Valor económico retenido	704	1.939	4.229	0,77



En Tottus Perú, generamos un valor económico durante 2013 que alcanzó un total de \$463.278 millones. Este monto se alcanzó con un valor económico distribuido del 97,60% y reteniendo el 2,40% de valor total generado.

El valor agregado durante 2013 fue distribuido entre gastos operacionales (87,5%), sueldos y beneficios de colaboradores (7,6%), pagos a proveedores de capital (1,2%), pago de impuestos al Estado (1,3%) e inversiones en la comunidad (0,03%).

Todos los conceptos en los cuales distribuimos el valor agregado durante 2013 registraron un crecimiento respecto de los montos registrados en 2012 producto -principalmente- a la apertura de las nuevas salas de venta.

TOTTUS PERÚ	MM\$ ²			
	2011	2012	2013	DISTRIBUCIÓN
Valor económico generado	323.531	402.559	463.278	100%
Ingresos Operacionales	323.531	402.559	463.278	100%
Valor económico distribuido	317.420	393.028	452.008	97,60%
Gastos Operacionales	286.562	354.384	405.157	87,50%
Sueldos a colaboradores y Beneficios	23.546	29.073	35.117	7,60%
Pago a proveedores de capital	3.949	4.524	5.350	1,20%
Pagos al Estado	3.293	4.948	6.246	1,30%
Inversión en la Comunidad	68,35	88,16	136,21	0,03%
Valor económico retenido	6.130	9.531	11.269	2,40%

² Para hacer la conversión de dólares a pesos chilenos, se utilizó un promedio anual de la tasa señalada por el SII de Chile para 2013, que fue de \$495,31.

ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

En línea con las tendencias internacionales que marcan la pauta en términos de gestión de la sostenibilidad corporativa, hemos asumido un gran desafío en materia de reportabilidad al aplicar la nueva guía de lineamientos G4 de la Global Reporting Initiative (GRI) para la Elaboración de Reportes de Sostenibilidad. Así, marcamos una pauta a nivel mundial que nos permite establecer las brechas que separan nuestra gestión actual de lo esperado para organizaciones de nuestro tipo.

Como parte del ejercicio de reportabilidad para el Reporte de Sostenibilidad 2013 de Tottus implementamos un proceso para definir los temas materiales a informar de acuerdo a los lineamientos propuestos por G4, esto nos facilitará el proceso de establecer una línea base sobre la cual definir un plan de trabajo orientado a alcanzar el Desarrollo Sostenible de la compañía en línea con los intereses y expectativas de todos nuestros grupos de interés.

En este sentido, analizamos nuestro “Contexto de Sostenibilidad” considerando la industria y el mercado

donde nos desenvolvemos y, complementariamente, implementamos un proceso de consulta con grupos de interés con los que nos relacionamos con el fin de conocer, cuáles son sus intereses y expectativas para con nosotros y con la relación que llevamos adelante a través de nuestras operaciones.

Este proceso nos permitió identificar una serie de temas de relevancia que definen nuestro alcance en cuanto a reportar el desempeño social, medioambiental y económico de las operaciones de Tottus en Chile y Perú. Por lo tanto, los temas materiales identificados incluyen varias buenas prácticas destacadas por nuestros grupos de interés y una serie de aspectos vinculados con los riesgos e impactos de nuestras operaciones, positivos o negativos, sobre los cuales debemos enfocar nuestros esfuerzos para minimizar las brechas de una gestión de excelencia en materia de Desarrollo Sostenible.

Adicionalmente, con el sentido de agregar valor y validez al proceso de definición de materialidad que implementamos, realizamos una serie de entrevistas

a representantes de nuestros principales grupos de interés con el objetivo de identificar sus propios intereses y expectativas respecto de nuestra gestión en materia de Desarrollo Sostenible. Entre los grupos que consultamos identificamos a los colaboradores y ejecutivos de la compañía, representantes de las agrupaciones sindicales, líderes gremiales del sector comercial y de supermercados, académicos, proveedores y representantes de organizaciones de consumidores, entre otros grupos relevantes para nuestro desempeño.

En total, realizamos 10 entrevistas en profundidad a representantes de los grupos de interés prioritarios, entrevistamos a 16 ejecutivos de las diferentes áreas de gestión de Tottus y visitamos diferentes salas de venta.

Adicionalmente realizamos un análisis de tendencias en materia de reportabilidad dentro del sector *retail* que incluyó los casos de 8 empresas líderes y 6 publicaciones técnicas con la intención de considerar referencias en gestión de la sostenibilidad al

interior de la industria del *retail* y con el fin de definir las brechas que nos separan de las posiciones de liderazgo en este ámbito. Asimismo, desarrollamos un análisis de las publicaciones de prensa registradas *online* durante 2013 y de los reclamos que aparecen en los principales portales chilenos para estos fines.

Finalmente, también fueron considerados los indicadores de desempeño que establece como marco de sostenibilidad el nivel corporativo de Hipermercados Tottus (SACI Falabella), el que también está basado en los lineamientos de GRI G4 y que coincide

casi en su totalidad con los temas que ya habían sido identificados en el proceso de consulta con los grupos de interés.

Como resultado de todo este proceso de análisis de materialidad concluimos un listado de 39 indicadores GRI G4 y una serie de temas adicionales relevantes para nuestros grupos de interés y que no necesariamente corresponden a indicadores de gestión de GRI o de otros estándares de reportabilidad.

TEMAS MATERIALES: COLABORADORES	INDICADORES A REPORTAR	JUSTIFICACIÓN
Cultura y Sistema ético	S04, S05	Para el correcto funcionamiento de una organización es necesaria una estructura cultural y ética que facilite el desarrollo de las personas y del negocio sobre una base de principios y valores que establezca el tipo de relaciones que se busca como organización y el sustento de ella.
Promoción interna, reconocimiento e inclusión.	LA9, LA10, LA11, LA12, HR3	Existe el interés entre los colaboradores de alcanzar mayores oportunidades de desarrollo de carrera en la propia compañía y, asimismo, capacitación y entrenamiento para lograr un mejor desempeño. De la misma forma, hay interés por facilitar la integración de diferentes grupos o minorías con el objetivo de impulsar una cultura de participación en igualdad de condiciones.
Beneficios y remuneraciones	EC1, EC5, LA13	Los intereses de los colaboradores por las remuneraciones y sus planes de beneficios son inherentes a la relación contractual que mantienen con la compañía, la cual – a su vez – lo considera como un factor relevante para la captación y retención de talentos.
Salud y bienestar	LA2, LA5, LA6,	La necesidad de desempeñarse laboralmente en un ambiente sano y seguro es una prioridad constante para todos nuestros colaboradores. Por lo tanto, los temas asociados al desempeño, capacitación e iniciativas en este ámbito son de gran relevancia para las personas que forman la compañía.
Clima laboral	LA1, LA3, LA16	Contar con canales de comunicación formales, creíbles y permanentes surge como una necesidad por parte de nuestros colaboradores y contratistas ya que es un pilar fundamental para avanzar en la integración de ambos grupos y para dar a conocer los planes y estrategias a las que apunta nuestra compañía. Asimismo, una buena comunicación facilita las buenas relaciones y la convivencia en beneficio de un clima laboral adecuado para desempeñarse.
Calidad de producto y de servicio	PR3	El bienestar y la calidad de vida de las familias de todos los clientes es una de nuestras prioridad, considerando que este grupo es nuestro principal foco. Por ello, la calidad de los productos que comercializamos y de nuestro servicio son un ámbitos de permanente atención y dedicación por parte de nuestra compañía.
Salud y seguridad	PR1, PR2, FP5, FP8	Debido a la relación de venta directa con nuestros clientes, tenemos la responsabilidad de velar porque no se vea afectada la salud de los consumidores y de que los productos que entreguen cumplan con todas las normas, certificaciones y controles respectivos.

TEMAS MATERIALES: COLABORADORES	INDICADORES A REPORTAR	JUSTIFICACIÓN
Fidelización	PR5	El cultivo de una relación con los clientes es la base fundamental del éxito de nuestra compañía considerando que son ellos el objetivo de toda la gestión que realizamos en Tottus. Por lo tanto, el impulso de la fidelización de nuestros clientes es un factor clave de la relación para ambas partes y, en este sentido, es relevante estar informados de cuáles son los lineamientos para que se lleve a cabo y cuáles son los intereses que tiene cada parte respecto de la otra.
Relaciones comerciales	EC9	Dado el modelo de comercio minorista que desarrollamos, la relación con todos nuestros proveedores es estratégica.
Desarrollo: capacitación, financiamiento		Las oportunidades de desarrollo que se abren en una relación comercial con proveedores siempre son interesantes desde la perspectiva del desarrollo de sinergias o alianzas que faciliten el crecimiento de los involucrados. Asimismo, el apoyo al desarrollo de proveedores por medio de financiamiento y capacitación es una fórmula atractiva donde los beneficios también son compartidos y donde es posible homologarlo y exigir ciertos estándares de desempeño o cumplimiento.
Control de cadena de suministro.	EN32, LA14, HR10	La importancia del control en la cadena de suministros radica en nuestra responsabilidad en asegurar estándares de cumplimiento ambiental y social tanto en nuestras operaciones, como en las de nuestros proveedores. Con respecto a los productos que se venden con nuestra marca, se debe colocar más énfasis aún en el control ya que la carga reputacional será mayor. Es en esta línea de acción que desarrollamos proyectos como la certificación de buenas prácticas agrícolas.
Ahorro energético	EN3, EN4, EN5, EN6	La información respecto de las políticas e iniciativas en materia de gestión y eficiencia energética de la compañía es relevante para una serie de grupos de interés con sensibilidades técnicas y de otros tipos. Además, nos permite a demostrar la gestión que realizamos en un ámbito actualmente cuestionado en todas las industrias.
Residuos	EN1, EN23	La importancia de tener una buena gestión de residuos se evidencia en dos dimensiones, por una parte refleja una mejor eficiencia en el sistema productivo y a la vez disminuye el impacto medio ambiental.
Refrigerantes	EN20	Los refrigerantes tradicionales afectan la capa de ozono y generan un impacto en el cambio climático. Al mejorar la gestión de refrigerantes, como por ejemplo implementando cambios tecnológicos como un sistema de gases menos contaminantes, se está aplicando una mejora al sistema y se minimiza el impacto medio ambiental.
Alimentación saludable	S01, S02, FP4	Considerando el rol que juega una cadena de supermercados en el modelo de sociedad actual, es de suma relevancia generar iniciativas que permitan traducir su operación cotidiana en impacto socioeconómico positivos para las comunidades donde se inserta. Uno de los aspectos en los que nos hemos propuesto ser una aporte a la comunidad, es a través de un programa de alimentación saludable.
Transparencia y comunicaciones		En la sociedad de la información y el conocimiento en la que se sitúa el mundo actual resulta indispensable como empresa disponer la información nuestros distintos grupos de interés de manera transparente y por vías comunicacionales fluidas.
Acciones sociales	S01, S02	Con el nuevo rol de la empresa en la sociedad los esfuerzos orientados a la mejora de las acciones sociales potenciarán los vínculos de fidelidad entre las empresas y sus clientes. Todas estas acciones fortalecerán los conocimientos que los clientes tengan acerca de las empresas abriendo canales con sus grupos de interés en donde puedan atender sus expectativas con el objetivo de fortalecer el clima empresa-cliente.

GRUPOS DE INTERÉS

La identificación de nuestros grupos de interés desde un enfoque de Desarrollo Sostenible, es decir, considerando los beneficios, riesgos e impactos de nuestras operaciones en términos sociales, medioambientales y económicos, es una de las brechas que hemos identificado de manera preliminar y que hemos considerado como una de las metas para la gestión del año 2014.

En este sentido, nuestro desafío será implementar un proceso consultivo para la identificación de todos nuestros grupos de interés desde el enfoque del Desarrollo Sostenible y no sólo teniendo en cuenta el factor comercial o transaccional como único elemento a considerar para definir las relaciones que mantenemos con todos ellos. De esta forma buscamos contar con una metodología clara sobre el proceso de identificación de nuestros grupos de interés, sus respectivos intereses y expectativas en relación con nuestro desempeño, para así identificar y establecer cuáles son los métodos o medios de relacionamiento que utilizamos con cada uno de

ellos para hacer gestión en los próximos procesos de Reporte de Sostenibilidad.

Los avances que logremos en este ámbito, nos permitirán definir e implementar una política de relaciones y sus consecuentes estrategias y planes de acción de acuerdo a los objetivos que definamos en conjunto con todas las partes interesadas que consultemos durante el proceso.

En la actualidad, y para el presente Reporte de Sostenibilidad 2013, nuestros grupos de interés se identifican por medio de las relaciones directas que mantiene cada uno de ellos con nuestra compañía, ya sean comerciales, contractuales o institucionales.



	MÉTODO DE IDENTIFICACIÓN	INTERESES Y EXPECTATIVAS	FORMAS DE PARTICIPACIÓN
Accionistas	Titulares de acciones, propietarios, comités del directorio y de la junta de accionistas, accionistas controladores y minoritarios.	Desempeño financiero y análisis de riesgos. Estados Financieros y cumplimiento legal y de normas aplicables.	Directorio, reunión con gerencia general, comité trimestral de revisión de estados financieros, balance financiero anual, junta de accionistas, sitio web, Informes gerenciales, informes directorio, etc.
Clientes	Sobre la base de la relación transaccional que mantenemos con ellos.	Estrechamente vinculados con parámetros comerciales: precio, calidad, satisfacción y servicios de post venta.	Puntos de venta, Asistencia telefónica, servicios de post venta y de atención al cliente, sitio web corporativo, catálogos promocionales, Sitio web comercial (maspormenos.com.pe)*, Facebook, Twitter.
Colaboradores	Relación contractual asociada a la generación de empleo.	Condiciones laborales, clima laboral, planes de beneficios, capacitación.	Relaciones sindicales, programas de capacitación, evaluaciones de desempeño, comités paritarios, Comités de Clima*, Buzón de Sugerencias*, Coordinador de ética de tiendas*, Línea Ética Gratuita 0800*, y en el caso de Chile 123, Correo electrónico y Web de Ética, sitio web corporativo, intranet, boletín interno, murales en tiendas y unidades, Departamento de Recursos Humanos de cada tienda.
Comunidad	Vecinos de las diferentes salas de venta, organizaciones vecinales, bomberos y jardines infantiles o escuelas en al área de cada tienda.	Calidad de los productos, impactos viales de las salas de venta, ruidos molestos, integración con el entorno, áreas de servicios, áreas verdes, seguridad, etc.	Puntos de venta, atención al cliente, reunión con organismos locales, sitio web corporativo, Culture Audit 2012*.
Proveedores	Relación comercial, procesos de licitación y contratos.	Buenas condiciones comerciales y de pago. Calidad de productos y servicios post venta a clientes.	Reuniones periódicas con gerentes de línea, líneas directas de atención a proveedores (teléfono - emails), sitio web corporativo, acuerdo comercial, información vía email.
Autoridades y Reguladores	Autoridades reguladores e instituciones asociadas a las operaciones y los productos y servicios ofrecidos por la compañía.	Cumplimiento legal y de las condiciones comerciales establecidas.	Servicio Nacional del Consumidor, SERNAC en Chile, Instituto Nacional de Defensa del Consumidor y de la Propiedad Intelectual, INDECOPI en Perú, reuniones periódicas, canales de denuncias, sitio web corporativo, Informes específicos a organismos públicos.
ONG	Organizaciones asociadas a los programas y alianzas que mantiene la compañía en ámbitos asociados a sus operaciones y clientes. Organizaciones de defensa de consumidores. Asimismo, organizaciones gremiales relacionadas a la industria del comercio minorista.	Cumplimiento normativo para que se respeten los derechos de los consumidores y se eviten malas prácticas a la libre competencia como la colusión, ya sea para fijar precios, cuotas de stock, etc.	Sitio web corporativo, reuniones, actividades gremiales.

(*) corresponde a Canales de información y Canales de participación exclusivos de Tottus Perú.

ASOCIACIONES Y MEMBRESÍAS

Como compañía nos interesa ser parte activa de las sociedades donde nos desempeñamos y por ello buscamos alianzas y espacios para aportar al debate de los temas atinentes a nuestro negocio. Por ello formamos parte de las siguientes asociaciones o gremios en Chile y Perú:



Chile

- Asociación Gremial Supermercados de Chile A.G. (ASACH).
- Comisión Especializada de Seguridad, Antidelincuencia y Defensa del Comercio Formal, de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC).



Perú

- Sociedad de Comercio Exterior del Perú (Comex).
- Cámara de Comercio de Lima.
- Consejo Directivo de GS1 Perú.
- Asociación Nacional de Anunciantes de Perú (ANDA).
- Sociedad Peruana de Marketing.
- Comité de Comerciantes de Artefactos Electrodomésticos de Perú.



METAS Y COMPROMISOS

Estos son los desafíos de sostenibilidad de las diversas áreas de Tottus Chile. Como ya mencionamos, Tottus Perú está en otra etapa de desarrollo y tiene como desafío presentarlas en el próximo Reporte de Sostenibilidad.

	LÍNEA BASE 2013	DESAFÍO 2014
Proveedores	89% de proveedores de líneas propias con HACCP certificado o implementado.	Establecer que todos los proveedores de productos MMPP tengan implementado HACCP. Aquellos proveedores que no cumplan con este requisito, deberán demostrar que están trabajando en un plan de implementación de dicha norma. Para chequear ese procedimiento, solicitaremos a los proveedores los reportes de auditoría interna.
	Identificar oportunidades para desarrollar nuevas líneas de productos.	Desarrollar una línea de productos "Free from", que incluya productos libres de sodio, azúcar, gluten, etc., en pos de ofrecer una mayor variedad de productos para nuestros clientes.
	En 2013 hay 65 empresas certificadas en el programa de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA).	Lograr que el 50% de los proveedores de frutas y verduras, que están en la categoría de productores agrícolas estén certificados en Buenas Prácticas Agrícolas. Certificar por medio de una empresa externa al 100% de los proveedores que fueron validados según el protocolo de Buenas Prácticas Agrícolas de Tottus.
Laboral	58 personas con discapacidad trabajando en Tottus.	Desarrollar un programa de inclusión laboral para personas con discapacidad.
	Mejorar la evaluación de Great Place to Work obtenida en el período 2012/2013	Definir líneas de acción respecto de las oportunidades de mejora identificadas en GPTW 2012/2103.
Residuos	Gestión de residuos internos de Tottus.	Comenzar a implementar puntos limpios en los nuevos supermercados.
	No hay sistema de valorización de latas de conserva.	Implementar en el Centro de Producción un compactador de latas de conserva para reciclar este tipo de residuos.
Energía y Cambio Climático	En algunas tiendas se ha incorporado iluminación LED.	Implementar iluminación LED en el 100% de las nuevas tiendas para bajar del consumo eléctrico.
Reporting	Proceso de Reporting en 2010, 2011, 2012 y 2013 realizado.	Identificar las brechas existentes en la compañía en materia de gestión de los ámbitos del Desarrollo Sostenible y respecto de la industria <i>retail</i> .
Grupos de interés	Identificación no sistemática de los grupos de interés a nivel de toda la compañía.	Definir una metodología para la identificación de los grupos de interés de la compañía.
	Relaciones comunitarias dependen de la voluntad de cada tienda.	Establecer una estrategia de relaciones comunitarias que permita el desarrollo con nuestros grupos de interés, con el fin de organizar las iniciativas actuales que existen al interior de la compañía.

DIRECTORIO

Nuestra compañía en Chile cuenta con un directorio integrado por nueve miembros, encabezado por Juan Carlos Cortés Solari. En Tottus Perú contamos con un directorio de tres miembros, liderado por Sandro Solari Donaggio. Los miembros del directorio son designados para el ejercicio de sus funciones por la junta de accionistas del Grupo SACI Falabella.

Los miembros del directorio, por estatuto de la sociedad, no pueden ejercer cargos ejecutivos en la compañía, de modo de mantener total independencia en la toma de decisiones. En consecuencia, el Presidente del Directorio de Hipermercados Tottus S.A. no ocupa un cargo ejecutivo en la compañía.



Directorio Tottus Chile

	Juan Carlos Cortés Solari	Presidente	Ingeniero Comercial
	María Cecilia Karlezi Solari	Director	Empresaria
	Giorgianna Cuneo Queirolo	Director	Publicista
	Carlo Solari Donaggio	Director	Ingeniero Civil
	Santiago Sinclair Oyaneder	Director	General de Ejercito
	Francisco Leyton Francione	Director	Empresario
	Víctor Pucci Labatut	Director	Ingeniero Civil
	Alberto Morgan Lavín	Director	Abogado
	Felipe del Río Goudie	Director	Ingeniero Civil



Directorio Tottus Perú

	Sandro Solari Donaggio	Presidente	Ingeniero Civil Industrial Químico
	Carlo Solari Donaggio	Director	Ingeniero Civil
	Juan Xavier Roca Mendenhall	Director	Economista



“Por medio del Reporte de Sostenibilidad, queremos compartir un enfoque integral de nuestro desempeño económico, social, ambiental y de gobierno corporativo. De esta manera, buscamos que las comunidades en las que operamos se identifiquen con nuestras perspectivas y propósitos, lo cual nos compromete aun más con su desarrollo, potenciando nuestros comportamientos éticos y responsables en toda la cadena de valor”.



JUAN FERNANDO CORREA
GERENTE GENERAL, TOTTUS PERÚ



Chile

En nuestra estructura directiva hay una serie de cargos ejecutivos que tienen responsabilidad sobre la toma de decisiones en cuestiones económicas ambientales y sociales relevantes para el Desarrollo Sostenible del negocio.

En el ámbito económico, quienes tienen responsabilidad son: Gerencia General, Gerencia Comercial Non Food, Gerencia Comercial Food, Gerencia de Administración y Finanzas, Gerencia de División Venta a Distancia, Gerencia de Planificación y Abastecimiento.

En el caso del ámbito medioambiental, la Gerencia de Operaciones y la Gerencia de Desarrollo Inmobiliario; finalmente, en el ámbito social, la Gerencia de Recursos Humanos y la Gerencia de Desarrollo Inmobiliario.



Perú

En Perú repetimos el modelo estructural con una directiva que tiene una serie de cargos ejecutivos responsables en la toma de decisiones en cuestiones económicas, ambientales y sociales relevantes para el Desarrollo Sostenible del negocio.

En el ámbito económico, la Gerencia de Administración y Finanzas es la que tiene las principales responsabilidades, incluyendo las áreas de Control de Gestión, Nuevos Proyectos y Cuentas por Pagar.

En el ámbito medioambiental la Gerencia de Logística, con su área de Control de Calidad es la principal responsable de velar por esos temas. Los temas sociales son responsabilidad de la Gerencia de Recursos Humanos, con sus diferentes áreas: Comunicación Interna y Responsabilidad Social, y Bienestar Social.



SISTEMA ÉTICO

CHILE Y EL MUNDO NECESITAN COMPAÑÍAS RESPONSABLES. ES DECIR, QUE SE HAGAN CARGO DE SUS DECISIONES ESTRATÉGICAS Y DE OPERACIÓN. ESTAS DECISIONES SON SIEMPRE ÉTICAS. POR ESTO, PARA NOSOTROS ESTA RESPONSABILIDAD VA MÁS ALLÁ DE LA ADOPCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS AISLADAS. SER RESPONSABLES REQUIERE DE UNA ESTRATEGIA ALOJADA EN LA GOBERNANZA CORPORATIVA CUYA VISIÓN ÉTICA ASEGURE DECISIONES ÉTICAS EN POS DE UN COMPORTAMIENTO TRANSPARENTE, COMPROMETIDO CON LA SOCIEDAD Y QUE EVITE LA CORRUPCIÓN.

Tanto en Chile, como en Perú, implementamos un Sistema Ético que promueve el comportamiento de nuestros colaboradores a través de la capacitación, la resolución de preguntas e investigación de denuncias. Para ello tenemos una estructura conformada por: un Coordinador General de Ética a cargo de la organización general y gestión del Sistema Ético. Además, tenemos distintos medios para recibir las denuncias éticas.

Dentro del Modelo Ético de Tottus los coordinadores son responsables de responder a inquietudes sobre dilemas éticos y canalizar las consultas relacionadas con prácticas y valores contrarios a la compañía. El Comité de Ética vela por el correcto funcionamiento del Sistema Ético y resuelve los casos más complejos, los que debe reportar a la Gerencia General y al Directorio.



Declaración de ética

Perú

Este año 2013 dimos un paso esencial en materializar nuestra declaración ética y el sistema ético. Para ello contamos con:

- **Línea telefónica gratuita:** 0800-5466.
- **Email:** eticaentottus@kpmg.com.ar
- **Página web:** <https://eticaentottus.kpmg.com.ar>
- **Envío a través de correo postal:** enviando un sobre cerrado a Pamela Sayas (KPMG) | Av. Javier Prado Oeste 203, San Isidro.

Chile

Este año 2013 dimos un paso esencial en materializar nuestra declaración y sistema ético. Para ello contamos con:

- **Línea telefónica gratuita:** 1230-020-9915.
- **Email:** denunciastottus@kpmg.com
- **Página web:** <http://www.denunciastottus.kpmg.cl>



Declaración de Ética


nuestra compañía pone en práctica sus valores y principios éticos. Trabajar en una organización ética que goza de un buen nombre es un orgullo para todos nosotros, pero también ha representado una gran responsabilidad y un desafío para cada uno de sus integrantes. Para fortalecer y asegurar este valioso capital, hemos elaborado una Declaración de Ética en Chile, y Código de ética en Perú que establece los derechos y obligaciones éticas de nuestros colaboradores y que sirve de guía para saber cómo actuar frente a un conflicto ético. Tenemos la convicción que más que una declaración de intenciones, aquí proponemos encarnar una base de cómo actuar éticamente en cada momento.

NUESTRA FORMA DE ACTUAR


CONOCE EL SISTEMA ÉTICO EN TOTTUS

CANALES DE DENUNCIAS


Puedes reportar cualquier acto no ético o conducta irregular de forma confidencial o anónima.



Línea Ética Gratuita
1230 - 020 -9915




Correo Electrónico
denunciastottus@kpmg.com



Página Web
www.denunciastottus.kpmg.cl


COORDINADOR DE ÉTICA POR ZONA




Responderá tus inquietudes sobre faltas al valor de la integridad o conductas irregulares, y casos no éticos ocurridos en tu tienda. El Coordinador de Ética por Zona corresponde a la Asistente Social asignada a tu tienda.

COMITÉ DE ÉTICA


Tiene como objetivo colaborar con el correcto funcionamiento del Sistema Ético y conocer a través del Coordinador General los casos más complejos, los cuales deben resolver y reportar al Directorio.




Gerente General



Gerente de Administración y Finanzas




Gerente de Recursos Humanos




Subgerente de Auditoría Interna

COORDINADOR GENERAL DE ÉTICA




Está a cargo de la organización general y gestión del Sistema Ético Tottus para revisar los casos reportados en cada unidad. El Coordinador General de Ética corresponde al Jefe de Bienestar y Calidad de Vida.



Declaración Ética
NUESTRA FORMA DE ACTUAR

TOTTUS



PARA LA VIDA DE HOY

Modelo de prevención de delitos

En Chile, hemos implementado un Sistema de Prevención de Delitos que incluye cohecho, lavado de activos y financiamiento del terrorismo. Conforme a las disposiciones establecidas en la Ley 20.393 busca implementar efectivamente una forma de organización corporativa que evite la comisión de estos y otros delitos por parte de algunos de sus integrantes.

Este sistema establece claramente los delitos que son objetos de la ley y cómo Tottus hace gestión de riesgos a través de medidas de prevención, como el Sistema Ético y la investigación de denuncias y sus sanciones. También considera cláusulas de contratos de trabajo y el Reglamento Interno para nuestros colaboradores y una cláusula para proveedores.

A su vez, incluye la estrategia de capacitación, la auditoría para adquisición, fusión, transformación, división y disolución de compañías, la auditoría de este Modelo de Prevención de Delitos y la Política de Conservación de Registros.

En Tottus Chile estamos constantemente trabajando con nuestros colaboradores para implementar este sistema e internalizarlo en nuestras operaciones diarias. Por lo tanto, la capacitación en temas de prevención del delito es una tarea permanente y relevante para nuestra compañía. Es así como en el año 2013, 1.585 colaboradores fueron capacitados en prevención de delitos, lo que sumado a los 4.328 del año 2012, equivale al 62% de nuestra dotación.

Gracias a este modelo pudimos detectar a tiempo un caso de colusión entre un “Inventory Manager” con un proveedor, cuyo fraude consistía en la emisión de órdenes de compra incrementadas a favor de ese proveedor. Si bien no se produjo pérdida económica real, para Tottus es inaceptable una conducta corrupta entre sus colaboradores y, por esta razón, las acciones tomadas fueron: desvincular al *manager* involucrado, acordar acciones sobre inventarios remanentes asociados a esta mala práctica, y realizar una auditoría a la seguridad del sistema informático de reposición automática.

EL LUNES 18 DE MARZO DE 2013 LA CONSULTORA PRELAFIT COMPLIANCE HIZO ENTREGA DEL CERTIFICADO DE CUMPLIMIENTO A TOTTUS CHILE POR EL MODELO DE PREVENCIÓN DE DELITOS IMPLEMENTADO EN LA COMPAÑÍA.

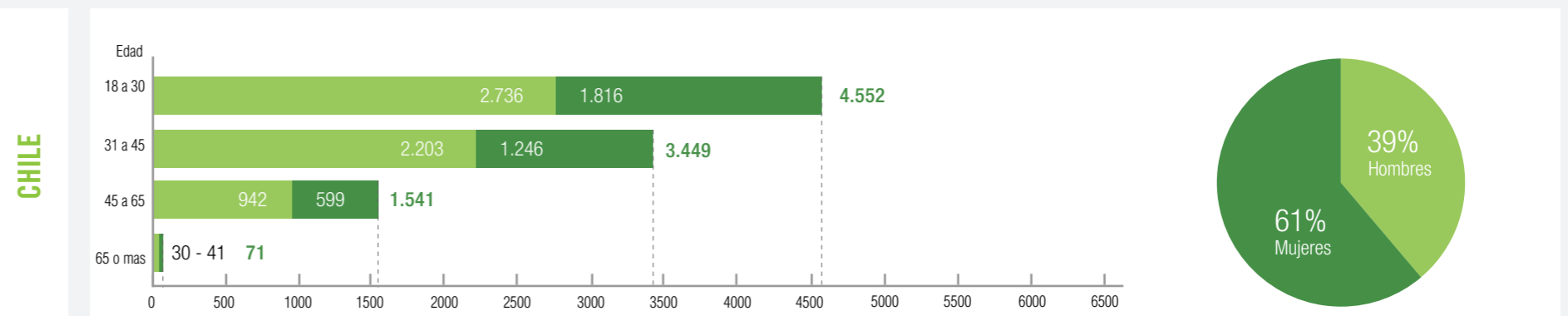
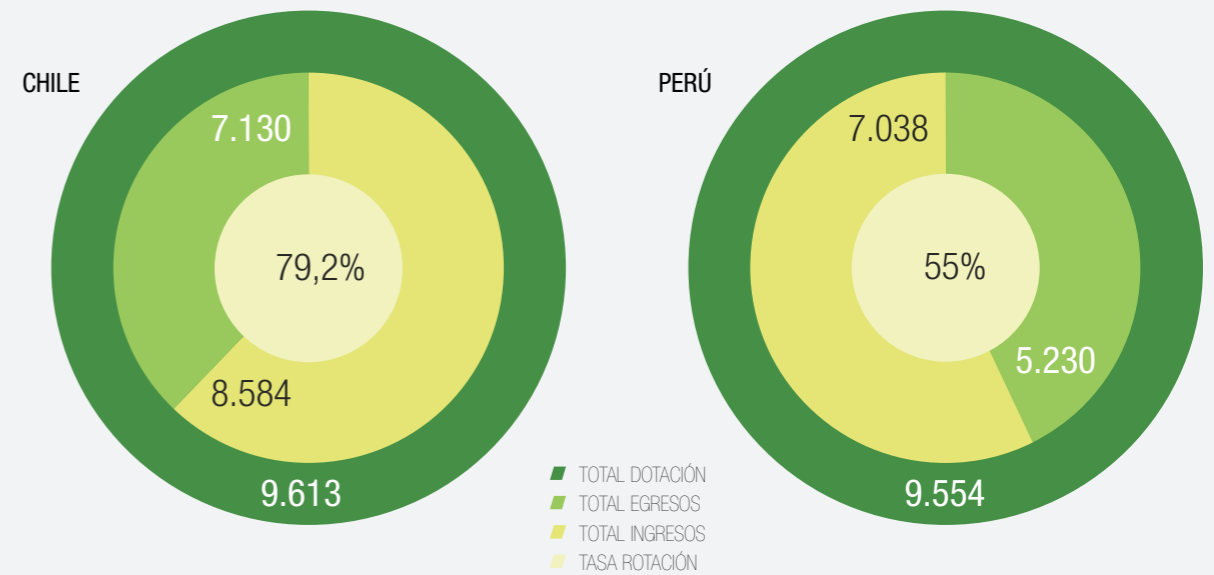
En Perú, en el periodo 2013 no tuvimos casos confirmados de corrupción; así como tampoco demandas judiciales entabladas al respecto.



Nuestros colaboradores son la esencia de nuestra compañía. Somos la suma de sus esfuerzos.

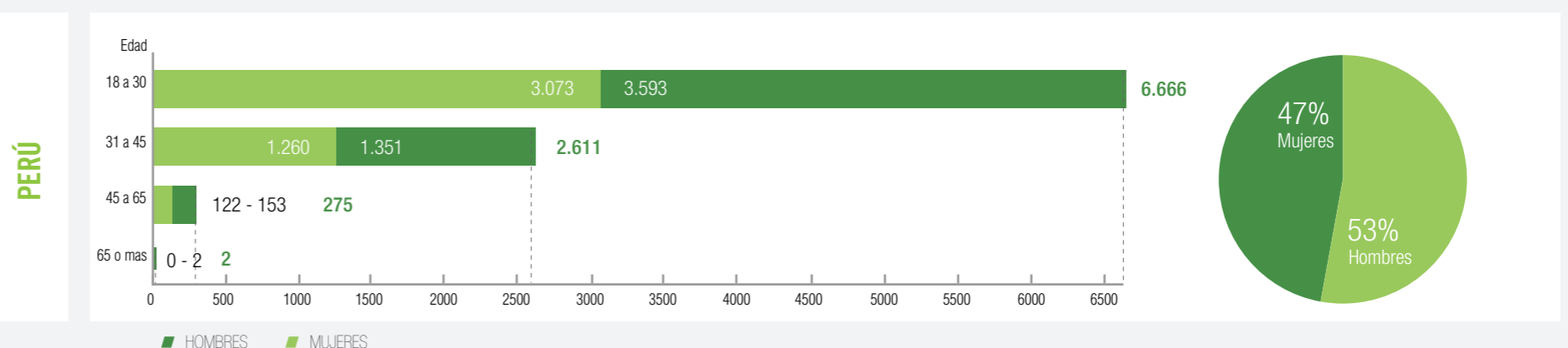
Somos también el espacio donde trabajan y, como tal, el lugar donde se desarrollan y entregan lo mejor de sí día a día. Este último año hemos crecido y somos cada vez mejor compañía gracias a nuestros colaboradores y su compromiso. Esto no es casual, sino que responde a una decisión estratégica de establecer la gestión de los recursos humanos como uno de los ejes centrales de nuestra visión de sostenibilidad. El equipo de recursos humanos trabaja para mejorar continuamente las condiciones laborales para nuestros colaboradores. Nuestra convicción radica en que la sostenibilidad de una compañía pasa necesariamente por tener colaboradores satisfechos.

independiente de su sexo, edad u otra condición. La dotación diferenciada por sexo y edad es la siguiente:



Perfil de la Dotación

Somos un equipo compuesto por la experiencia de colaboradores antiguos y por el aporte de quienes se van sumando a la compañía. Para ello tenemos un proceso de selección transparente que asegura el alineamiento de nuestro equipo con la visión de la compañía e iguales oportunidades a los candidatos,



Como se observa en la gráfica anterior, la gran mayoría de nuestros colaboradores tienen menos de 45 años, y tenemos un 61% de mujeres. La rotación promedio de Tottus en Chile es de un 79,2%, la que está dentro del promedio para el *retail* en este país.

Mientras que la rotación promedio en Perú fue de 55%. Nuestros colaboradores más jóvenes son los que más rotan.

Los niveles de rotación en ambos países nos imponen el desafío de buscar sus causas y alternativas de solución.





Chile

En Tottus Chile estamos desarrollando diversas iniciativas para asegurar un buen clima laboral, de manera de acceder y mantener el talento de nuestros colaboradores. Tenemos un completo programa de desarrollo profesional que contempla la promoción interna, el desarrollo de liderazgo, la certificación de competencias laborales y la capacitación constante. Realizamos evaluaciones de desempeño en 360°, 180°, 90° y 45° a nuestros colaboradores, y medimos y gestionamos el clima laboral.

Además de ello, estamos preocupados de mejorar las remuneraciones y asegurar beneficios para nuestros colaboradores. Contamos con reconocimientos por trayectoria y desempeño, e iniciativas de apoyo a la maternidad.



Perú

En Perú hemos diseñado y ejecutado diversos programas a fin de mapear el talento, desarrollarlo y retenerlo, entre ellos la evaluación de desempeño en 360° a directivos y ejecutivos, el diseño e implementación de programas de liderazgo, y programas de formación y desarrollo para áreas críticas.

Con el objetivo de reducir los niveles de rotación y mejorar el clima laboral hemos implementado programas de formación y desarrollo como el Programa de Líderes Tottus y el Programa de Desarrollo de Cajas. Además, hemos establecido Mapas de Talento a nivel directivo y ejecutivo, e implementado una estrategia de retención de talentos para cada nivel, que contempla ascensos, liderazgo de proyectos, movimientos horizontales, auspicios de estudios de post grado, entre otros.



NUESTRO OBJETIVO ES PODER CONTAR Y MANTENER EL TALENTO NECESARIO DENTRO DE LA COMPAÑÍA A FIN DE AFRONTAR NUESTRA ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO Y SOSTENIBILIDAD. ESTO PASA POR GENERAR UN BUEN AMBIENTE DE TRABAJO, TENER OPORTUNIDADES DE DESARROLLO, CAPACITACIONES, MINIMIZAR LOS RIESGOS DE ACCIDENTES LABORALES, ADEMÁS DE ENTREGAR LOS ADECUADOS RECONOCIMIENTOS A NUESTROS COLABORADORES.

Inclusión Adulto Mayor y Personas con Discapacidad

En Chile hemos considerado la contratación de colaboradores senior (adultos mayores sobre 60 años) en un programa conjunto con la Asociación Gremial de Supermercados de Chile (ASACH). En 2013, contamos con 130 colaboradores mayores de 60 años. Asimismo, hemos incorporado a 58 personas con discapacidad en diversos cargos. Para el 2014 pretendemos duplicar los cargos para senior y personas con discapacidad en conjunto con FONADIS (Fondo Nacional para la Discapacidad) y Oficinas de Colocación Municipal. En Perú, contamos con 10 adultos mayores en nuestra dotación.



REMUNERACIONES

Un punto a destacar en nuestro compromiso con nuestros colaboradores, son las alzas remuneracionales. Somos una compañía en franco crecimiento y reconocemos que éste es un tema importante para ellos.



Chile

Quisimos enfrentar este compromiso asegurando, para los sueldos más bajos, un pago sobre el sueldo mínimo. Además, en los dos últimos años hemos mejorado los sueldos de nuestros colaboradores. Estas alzas no son arbitrarias sino que corresponden a incentivos variables indexados por cumplimiento de objetivos: presentismo, ausentismo y rendimiento de producción.

Nuestros colaboradores y sus sindicatos reconocen estas mejoras y se sienten parte de ellas. Además, hemos asegurado para todos la misma entrega de beneficios: bono de locomoción, escolaridad y aguinaldos.

“AHORA, GRACIAS A LA EXTENSIÓN DE LOS BENEFICIOS A TODOS, YA NO TENEMOS COLABORADORES DE PRIMERA Y SEGUNDA CATEGORÍA”. DANIEL NAVARRO, PRESIDENTE DE LA FEDERACIÓN DE TRABAJADORES DE SUPERMERCADOS DEL HOLDING FALABELLA, FETRASHOF.





Perú

En Perú, tenemos sueldos competitivos en el mercado. Nos aseguramos de pagar más que el sueldo mínimo legal. Desde 2011 hemos mejorado nuestro sistema salarial.

Por otro lado, los colaboradores a tiempo parcial reciben una compensación que en promedio es un 50% mayor al sueldo mínimo legal por hora.



Relación Salarial entre Hombres y Mujeres

Estamos comprometidos con el objetivo a nivel mundial de lograr igualdad de oportunidades y de trato entre hombres y mujeres.

Chile

La mayor diferencia salarial entre hombres y mujeres se da en la categoría operarios, con un 30% de diferencia. En cuanto a las otras dos categorías, los salarios de los hombres administrativos y ejecutivos son un 24% y un 11% superiores a los de las mujeres, respectivamente.

Perú

En Tottus Perú, la relación salarial entre hombres y mujeres, es de un 4%. A nivel de ejecutivos, favorece en un 24% a los hombres, a nivel administrativo, favorece en un 14% a las mujeres, y en el área comercial, hay una diferencia de 3% entre hombre y mujeres.



BENEFICIOS



En Tottus reconocemos en las personas que integran los diversos equipos nuestro capital más valioso. Por este motivo, hemos enfocado nuestra estrategia en fortalecer los beneficios existentes, promover su difusión e implementar actividades orientadas al reconocimiento e integración de nuestros colaboradores.

Hemos focalizado los principales beneficios en Chile y Perú en materia de salud. A través de un convenio colectivo ofrecemos seguros complementarios de salud dirigidos a colaboradores con contrato indefinido y con opciones de cobertura de acuerdo a su antigüedad laboral. Para Chile este seguro otorga beneficios asociados en farmacias, ópticas, atenciones dentales y asesoría jurídica. En Perú contamos con un seguro de vida que se otorga desde el primer día de trabajo, para contratos tiempo completo y tiempo parcial.

Por su parte, tenemos un plan de reconocimiento de colaboradores por trayectoria y por desempeño. En el primer criterio entregamos una distinción y un premio

económico por trayectorias de cinco, diez, quince, veinte años y más en la compañía. En el segundo criterio, a fin de año el equipo de jefaturas de cada tienda elige al colaborador destacado distinguiendo su desempeño y su compromiso con nuestros valores.

En Chile, también reconocemos a los hijos de nuestros colaboradores que presenten resultados de excelencia académica a todo nivel. Se incluye una categoría especial orientada a reconocer el esfuerzo académico de hijos de colaboradores que presenten algún tipo de capacidad física o mental diferente. En Perú brindamos asignaciones económicas por escolaridad y un pack escolar correspondiente a útiles de estudio.

También, tanto en Chile como en Perú, proveemos beneficios sociales a nuestros colaboradores. Lo hacemos directamente o a través de una caja de compensación con beneficios específicos en materia de créditos hipotecarios y educación; bonos para educación superior, bonos por nacimiento, matrimonio y fallecimiento; útiles escolares y ajuar

de recién nacido. Adicional a esto, contamos con un staff de asistentes sociales para brindar atención y apoyo a colaboradores en temas de salud, educación, familia y otros. Contamos con un protocolo de atención especial para casos críticos relacionados con siniestros o enfermedades catastróficas.

Por otro lado, en nuestra compañía nos gusta disfrutar los momentos especiales y por eso celebramos los cumpleaños y otros eventos relevantes. También promovemos una vida sana a través de actividades deportivas.

Por último, tanto en Chile como en Perú, todo colaborador con contrato indefinido tiene un descuento especial aplicado a compras en cualquier tienda de la compañía.



En Tottus compartimos la alegría de nuestras colaboradoras y su maternidad. En Chile, esto queda reflejado en que de las 448 mujeres que presentaron licencia médica pre y pos natal, una vez finalizada su baja por maternidad, 420 se reincorporaron a su trabajo. Por tanto, el índice de reincorporación y de retención de las colaboradoras que volvieron al trabajo después de que finalizase la baja fue de un 94%.

En Chile, además, tenemos el Programa Mamá Tranquila que busca entregar a sus colaboradoras alternativas que promuevan la conciliación del trabajo con la maternidad. Es un sistema integral de acceso a beneficios, información y orientación para colaboradoras de Tottus con hijos menores de dos años. Incluye apoyo en la gestión de trámites; la mantención de una red de salas de cunas en convenio que garantizan el cuidado de los menores; la garantía de derechos legales; la adecuación de horarios y permisos especiales; y el bono reemplazo en sala cuna, disponible para los menores que no

puedan asistir a Sala Cuna por presentar diagnósticos de salud certificados por el pediatra tratante.

En Tottus Perú apoyamos a las mamás que forman parte de nuestra familia. Por eso decidimos ser una de las primeras 20 empresas en el país que implementamos lactarios en nuestras tiendas, de acuerdo con lo establecido en la Ley 29896. Estos espacios fueron especialmente diseñados para que

las madres puedan recolectar su leche y guardarla para alimentar a sus hijos, brindándoles así nutrientes que ayudarán a combatir posibles infecciones.

Nuestra tienda de Mega Plaza fue la primera en contar con este espacio. Sumaremos otras tiendas para contar a fines del 2013, con un total de 27 lactarios, con el objeto de ayudar a más mamás en el cuidado de la salud de sus hijos y que puedan verlos crecer sanos.



	MATERNIDAD		PATERNIDAD	
	2012	2013	2012	2013
Colaboradores con derecho a licencia parenteral	170	241	62	122
Colaboradores que utilizaron la licencia	170	241	62	122
Nº de colaboradores que se reincorporaron al trabajo	170	238	62	122
Nº de colaboradores que se mantuvieron en el trabajo durante 12 meses después de la licencia	101	15	38	38

SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL

Tenemos un compromiso esencial con la integridad física y la seguridad ocupacional de todos nuestros colaboradores, clientes y empresas colaboradoras. Somos responsables y por eso en esta materia hemos definido una política clara para nuestra compañía y visible en nuestras tiendas. El foco es el control de riesgos que prevengan y reduzcan incidentes operacionales y ambientales, para proteger la salud de las personas.

Esta tarea es una responsabilidad compartida. En este sentido, en Chile, el número de comités paritarios de seguridad y salud laboral han ido en un progresivo aumento. A su vez, el porcentaje del total de colaboradores que está representado en dichos comités se ha mantenido en un 100%.

En Perú, de acuerdo a la ley 29783, contamos con un comité central de seguridad y salud en el trabajo, el cual está conformado en forma paritaria por igual número de representantes de la parte empleadora y de la parte trabajadora. Este comité representa al 50% de los trabajadores de Tottus Perú.



	2011	2012	2013
Número de comités paritarios	37	43	45
% de colaboradores representados	100%	100%	100%





Chile

El año 2013 presentamos un 20% de disminución en accidentes laborales con respecto al año anterior, debido al desarrollo e implementación de diversas actividades que permitieron minimizar las situaciones de riesgos entre los colaboradores, así como también fomentar su auto cuidado a través de diferentes campañas y planes de acción. Lo anteriormente descrito, corresponde a la gestión realizada por el Departamento de Prevención de Riesgos Central, con el apoyo de las jefaturas, comités paritarios y nuestros aliados estratégicos, la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS) y la Mutual de Seguridad.

Actividades de prevención de riesgos laborales realizadas en 2013:

- Campaña de Manos.
- Campaña Accidentes de Clientes.

- Campaña Secciones Críticas.
- Campaña Compra Segura.
- Campaña Septiembre Seguro.
- Campaña Navidad Segura.
- Plan de Capacitaciones 2014.
- Curso Certificación en Sierra Huincha para los carniceros.
- Implementación permiso de trabajo seguro: Trabajo en altura, corte y soldadura, corte red de incendio.
- Implementación de protocolos individuales.
- Implementación de procedimientos: manejo seguro del montacarga, procedimiento seguro en una desinsectación y cartilla para la ubicación correcta de los extintores.
- Implementación de Alertas Preventivas.
- Premiación ACHS a los Comités Paritarios.

Tasa de siniestralidad, accidentabilidad y ausentismo

	2011	2012	2013
Número de accidentes	823	810	651
Número de enfermedades profesionales	16	17	10
Días perdidos	9.286	8.324	7.571
Número de víctimas mortales	0	0	0
Tasa de accidentes (IR)	9,7	8,5	7,2
Tasa de enfermedades profesionales (ODR)	0,19	0,18	0,11
Tasa de días perdidos por accidentes (IDR)	99	95	109
Tasa de ausentismo (AR)	99	95	109

Fuente: Departamento de Prevención de Riesgos Central. Registro de acuerdo a la legislación chilena, (Decreto Supremo N° 54 y N°57), validado por la ACHS y Mutual de Seguridad respectivamente.





Perú

Durante el 2013, hemos cumplido a cabalidad un cronograma anual de capacitaciones para nuestros colaboradores en temas de Seguridad Ocupacional con el objeto de implementar buenas prácticas en esta materia y mejorar nuestra gestión. Paralelamente, en materia de Salud Ocupacional, incluimos el envío mensual de boletines de salud (Notisaludables), la aplicación de exámenes médicos ocupacionales de ingreso, anual y de retiro, la presencia de un médico en las unidades de Tottus una vez por semana, y la realización de capacitaciones en estos temas.

También hemos impulsado distintas iniciativas hacia un estilo de vida saludable con nuestros colaboradores

- Realizamos exámenes médicos ocupacionales a través de protocolos de evaluación médica ocupacional pre empleo, anuales y de retiro. El cumplimiento de estas evaluaciones fue de un 85,81% a nivel nacional.
- Capacitamos promoviendo un estilo de vida sana en todas las áreas de Tottus.
- Vigilamos la salud en el trabajo a través de la presencia de un médico una vez por semana en todas las áreas de la compañía. Su tarea es realizar visitas a los puestos de trabajo de riesgo ocupa-

cional; inspeccionar los botiquines de emergencia de las unidades a su cargo; hacer seguimiento de casos especiales de salud; y brindar capacitaciones en temas de salud, dirigidas a los colaboradores. También desarrollamos campañas médicas en salud con una cobertura de 30%.

Tasa de siniestralidad, accidentabilidad y ausentismo

PERÚ	2012	2013
Accidentes	257	561
Horas Trabajadas	15.639.912	17.312.038
Tasa de accidentes (IR)	3,29	6,48
Enfermedades ocupacionales	0	0
Total días perdidos por accidentes	1.281	2.601
Tasa de días perdidos por accidentes (IDR)	416,72	30,05
Número de víctimas mortales	0	1

Fuente: Gerencia de Prevención de Riesgos supervisa y controla un procedimiento riguroso de investigación de accidentes e incidentes en el sistema de gestión.
 (*) La información de desempeño en materia de Salud Ocupacional y Seguridad que corresponde al período 2011 no se reporta porque no existía gestión de estos temas en Tottus Perú. A partir del 2012, comenzamos a implementar.

Respecto de nuestra colaboradora lamentablemente fallecida, debemos señalar que se debió a un fatal accidente de trayecto. Más allá de las dificultades de control en este tipo de situación, hemos tomado las medidas preventivas, particularmente en materia de capacitación.



DESARROLLO PROFESIONAL

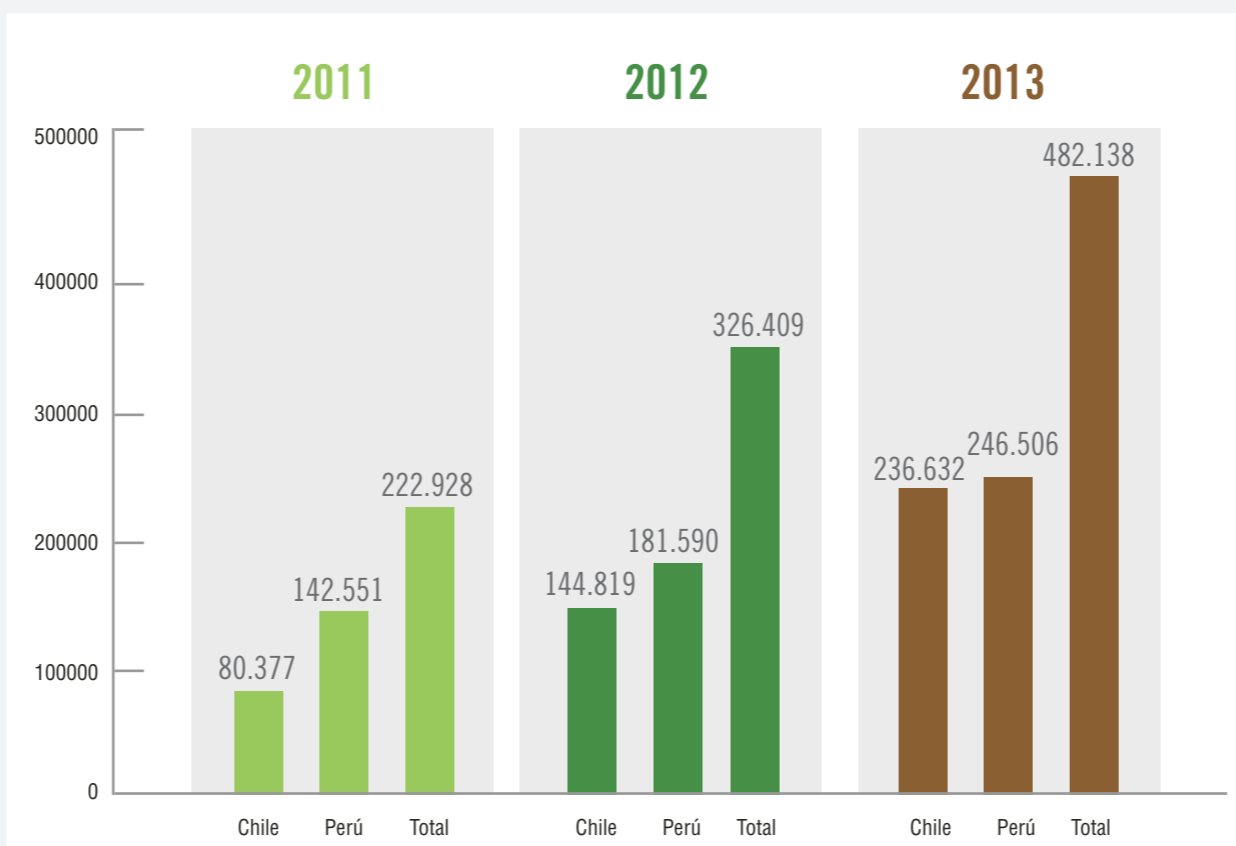
Tottus, en un férreo compromiso con sus colaboradores, promovemos el desarrollo profesional y su carrera funcionaria, brindando posibilidades internas concretas para su proyección laboral, capacitando y certificando sus competencias laborales.

Capacitación

Hemos implementado distintos mecanismos de capacitación a modo de brindar más posibilidades de formación a nuestros colaboradores. Las horas de capacitación desagregadas por país y año son las siguientes:

HH/CAPA-CITACIÓN	CHILE	PERÚ	CONSOLIDADO
2012	16,61	19,99	17,75
2013	26,3	32,6	29,45

HORAS DE CAPACITACIÓN POR AÑO 2013



Chile:

97.816

HORAS DE CAPACITACIÓN.

33.745

HORAS DE CURSOS Y TALLERES PRESENCIALES.

55.347

HORAS DE INDUCCIÓN.

19.640

HORAS PROGRAMA FORTALECIENDO EL SERVICIO.

6.656

HORAS PROGRAMA DE LIDERAZGO.

22.409

HORAS PROGRAMAS TÉCNICOS.

Promoción Interna y Desarrollo de Administradores

Queremos que nuestros colaboradores desarrollen una carrera dentro de la compañía, entregando oportunidades de crecimiento profesional. El 2013 en Tottus Chile desarrollamos un Programa de Formación de Administradores en conjunto con la Universidad Santo Tomás. Elegimos a 23 Jefes de Sección para participar del programa. 14 de ellos obtuvieron su título y asumirán nuevas y mayores responsabilidades dentro de la compañía. Este Programa de Formación contempló una dedicación de más de 10 mil horas entre clases teórico prácticas y en tiendas. El desafío para el 2014 es extender este programa a otros cargos.

Chile

Durante 2013 desarrollamos el Programa de Liderazgo, a través del cual asumimos que debemos ser capaces de promover un estilo de conducción en nuestro trabajo diario con los colaboradores, clientes y comunidad e implementar una estrategia que logre satisfacer las necesidades de los clientes. En este sentido, el rol del Gerente de Tienda ha sido fundamental.



Creemos en una gestión cercana a las personas, que asuma y resuelva las diferentes problemáticas que se suscitan a diario en nuestro contexto de servicio.

Fueron más de 6.500 horas de capacitación a un total de 403 personas en los cargos de Gerente de Tienda, Administrador de Área, Jefe de Sección y Encargados de Sección.

Hemos acompañado el Programa de Liderazgo con una estrategia de comunicación que fortalece las herramientas de gestión aprendidas en los talleres y promueve buenas prácticas entre los líderes de la compañía.

Certificación de Competencias Laborales

Por su parte, el 2013 certificamos a 47 colaboradores en los perfiles ocupacionales de Cajero(a), Jefe(a) de sección, Operador(a) de platos preparados y Reponedor(a) de abarrotes, a través del Sistema nacional de certificación de competencias laborales - ChileValora.

“LA CERTIFICACIÓN DE COMPETENCIAS ME PARECE QUE ESTÁ MUY BIEN. HAY PERSONAS QUE POR CIRCUNSTANCIAS DE LA VIDA TUVIERON QUE CONGELAR TODO Y ESTO LES PERMITE SEGUIR SURGIENDO Y NO QUEDARSE ESTANCADO. DE ESTE MODO LAS PERSONAS QUE VIENEN DETRÁS DE UNO TAMBIÉN AVANZAN. YA NO ES UNA POLÍTICA A DEDO SINO POR COMPETENCIAS. CON LA CERTIFICACIÓN, AHORA, TENGO OTRO CARGO Y UNA MEJORA ECONÓMICA. MI FAMILIA LO VEÍA LÓGICO PARA MÍ, PORQUE SIEMPRE HE QUERIDO SURGIR Y AQUÍ LA COMPAÑÍA ME DIO LA OPORTUNIDAD”.



MIGUEL ANTONIO TRONCOSO VERGARA

Obtuvo la certificación de competencias laborales. Asimismo, participó en el Programa de Formación de Administradores y actualmente se encuentra cumpliendo funciones como Administrador de Percibles en Tottus Puente Alto Concha y Toro.

Programas Formativos

Perú

Nos hemos propuesto como objetivo que los Programas Formativos aseguren la disminución de la rotación, el fomento de un buen clima y el poder contar con el talento necesario para el crecimiento, de acuerdo con los lineamientos definidos en la estrategia del negocio. Los programas formativos pueden ser internos o externos, presenciales o virtuales. Los internos corresponden a aquellas acciones de formación y desarrollo que tratan sobre temas de distintas especialidades que abarcan procesos de la compañía y son dictadas por instructores y/o capacitadores internos (colaboradores de Tottus). Estas jornadas son desarrolladas dentro o fuera de las instalaciones de la compañía. Los externos son programas de formación y desarrollo organizados por instituciones externas a Tottus.

La metodología que estamos incorporando en Tottus se basa en una estrategia de aprendizaje continuo basado en el enfoque Actitud, Lógica, Proceso y Acción, ALPA, que considera la inclusión de actividades de trabajo orientadas a modificar actitudes, orientar las necesidades de mejora de los procesos y los individuos, generar actividades orientadas a la automatización de los procesos conocidos y la aplicación de herramientas en el puesto de trabajo.

En este sentido, hemos incorporado la formación vía *blended learning*, que promueve capacitaciones en las diferentes sedes de la compañía. Este proceso incluye la participación de la Gerencia General y de nuestros colaboradores, quienes son los que deben cumplir con las exigencia en cada curso en que participan.

Por otro lado, contamos con el Programa “Creciendo con Tottus”, con el propósito de apoyar el crecimiento profesional y personal de nuestros colaboradores mediante diferentes convenios y ferias educativas.

En Perú, todas las nuevas oportunidades de puestos de trabajo son comunicadas en primera instancia de manera interna a través del Programa de Oportunidades de Crecimiento Interno (OCI). Hay un abanico de posibilidades para mejorar la actual posición, dado que el colaborador puede moverse de tienda a una más cercana a su domicilio desempeñando el mismo puesto o acceder a un puesto de mayor responsabilidad.



Evaluación de Desempeño

En Chile el año 2013 realizamos Evaluación de Desempeño en 360°, 180°, 90° y 45°. Con esto abarcamos a los líderes de la compañía, profesionales, administrativos, jefaturas y personal operativo en tiendas. La evaluación en 360° está dirigida a cargos claves de la compañía y consiste en la evaluación de 10 competencias definidas para todos los ejecutivos del grupo Falabella. La evaluación la realiza la jefatura, colaboradores, pares, clientes internos y se complementa con una autoevaluación. En 2013 se evaluaron 128 cargos en esta modalidad.

Las evaluaciones en 180°, 90° y 45° se basan en competencias definidas por el Grupo Falabella. En 180° evalúa el jefe directo, colaboradores y autoevaluación; en 2013 evaluamos 632 colaboradores en cargos de jefatura en la oficina central y en las tiendas.

En la evaluación en 90° evalúa el jefe directo y autoevaluación; en 2013 se evaluaron 1.216 cola-

boradores en cargos profesionales y administrativos en oficina central y tiendas. En la evaluación en 45° evalúa el jefe directo; en 2013 evaluamos 1.559 colaboradores con cargos operativos en tienda, con mínimo 3 años de antigüedad y jornada completa. Todas estas evaluaciones incluyen retroalimentación y plan de trabajo.

Chile

La siguiente table presenta una síntesis de la evaluación de desempeño en Chile comparando el año 2013 con el año 2012:

Los colaboradores con evaluación en 360° en 2013 fueron 128: 30 mujeres y 98 hombres.

Perú

En Perú, por su parte, los colaboradores que han recibido evaluación de desempeño:

Los colaboradores con evaluación en 360° en 2013 fueron 102: 41 mujeres y 61 hombres.



EVALUACIONES DE DESEMPEÑO			
CHILE		2012	2013
	Personas (hombres/mujeres)	948	3.407
	Total dotación	9.258	9.564
	% Total	10,2%	35,6%

EVALUACIONES DE DESEMPEÑO			
PERÚ		2012	2013
	Personas (hombres/mujeres)	593	5.819
	Total dotación	9.086	9.554
	% Total	6,5%	60,9%

CLIMA LABORAL

Somos una compañía que no se conforma solo con dar empleo sino que garantiza mejores condiciones para sus colaboradores. Por esto, la percepción que tienen las personas con respecto a su ambiente de trabajo y a su organización, nos es muy importante. Entendemos que esta percepción se forma a través de las interacciones que el colaborador tiene con sus compañeros y jefes, así como las experiencias al interior de la compañía y que ésta se refuerza o modifica al compartirse con otras personas.

El clima laboral que construyamos influirá directamente en el desempeño y motivación de los colaboradores. Así, los esfuerzos que hemos desarrollado para trabajar en pos de un mejor clima nos han dado buenos resultados.

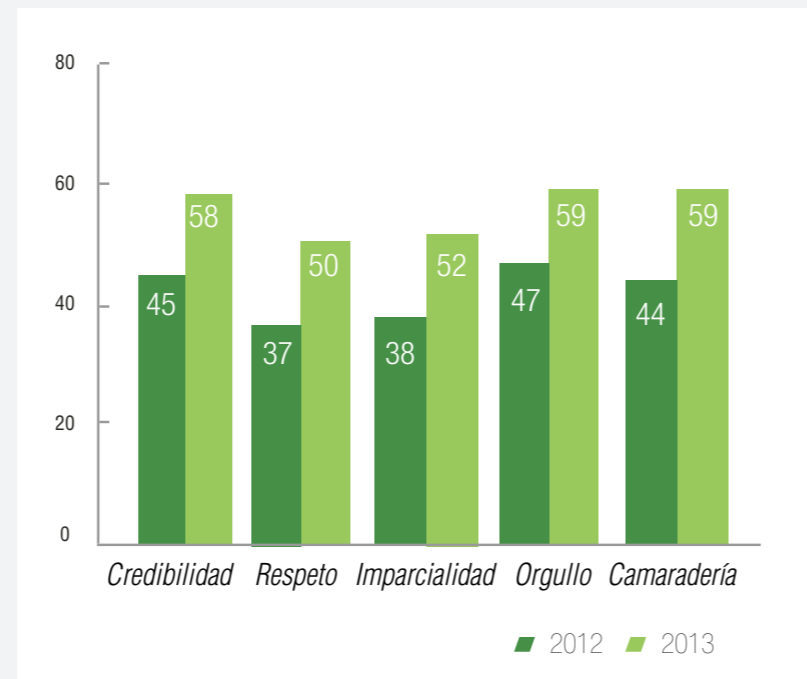


Great Place To Work

Chile

En Tottus Chile participamos por segunda vez consecutiva en la encuesta de medición de clima laboral Great Place to Work (GPTW) obteniendo 55 puntos. Este puntaje significa que un 55% de los colaboradores que contestaron la encuesta, que fueron 5.594, consideran a Tottus como un buen lugar para trabajar. Expresado de otro modo, 5 de cada 10 colaboradores lo considera así. Este resultado representa 13 puntos de mejora respecto del año anterior y se ve reflejado en una baja en la rotación de personal de casi 2 puntos, además de un menor ausentismo laboral y menos licencias. Si consideramos el contexto país en Chile, donde 2013 fue un año, prácticamente con empleo pleno, estas mejoras se vuelven más relevantes aún.

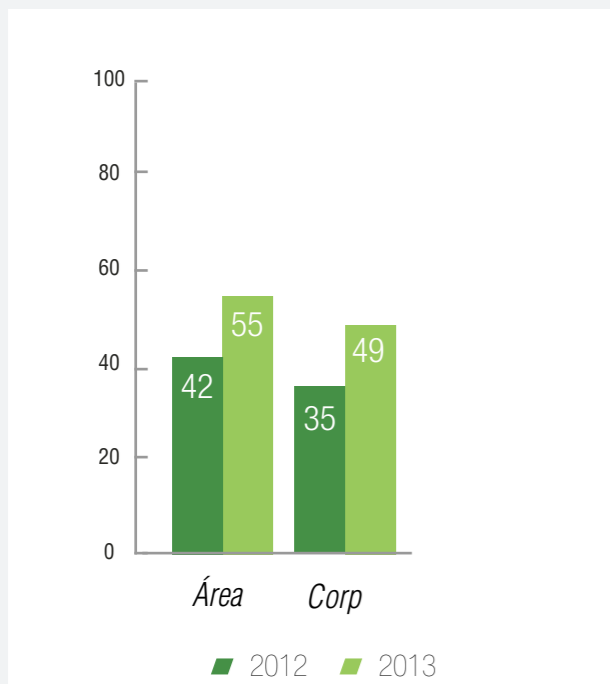
Resultados generales de Tottus Chile en el GPTW por dimensiones 2012 y 2013



Estamos muy contentos con estos resultados. Por ello, nuestras principales conclusiones por dimensión son:

- **Credibilidad:** identificamos que nuestros colaboradores poseen un alineamiento claro en dirección a los objetivos estratégicos de la compañía. Eso quiere decir que estamos comunicando bien nuestra

Los resultados generales de Tottus Chile 2012 y 2013 en el GPTW son los siguientes:



estrategia y, en esto, el programa de liderazgo y los canales de comunicación han contribuido con este propósito.

- **Respeto:** destacamos en este punto la percepción de mejoramiento de las condiciones de trabajo, tanto en beneficios como en mecanismos de comunicación al interior de la compañía y hacia las jefaturas. Eso redunda, sin duda, en un clima de respeto y reconocimiento del otro.

- **Imparcialidad:** Existe una muy buena percepción de que la compañía no discrimina. La estandarización de bonos e incentivos variables y la instauración de un sistema de promoción interna basada en el mérito han contribuido decididamente a ello.

- **Orgullo:** Reconocemos un mayor posicionamiento de la marca, de nuestro rostro y de las campañas. Pero por sobre todo el orgullo de pertenecer a esta compañía y al Grupo Falabella.



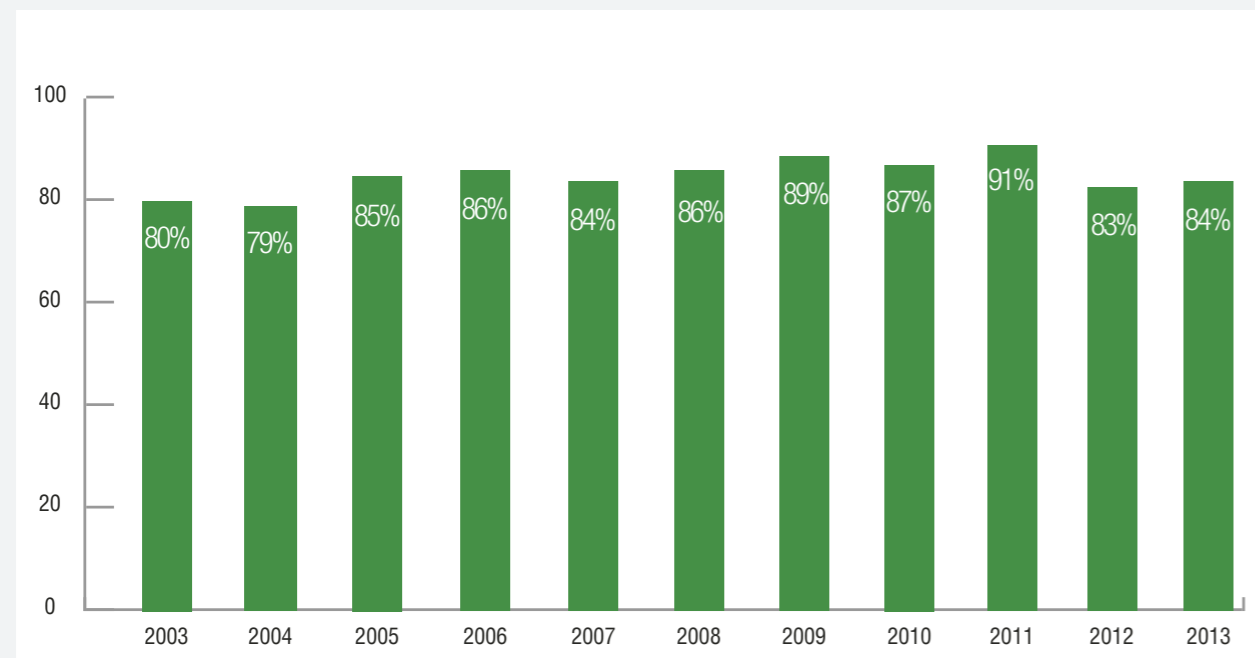
Perú

En Tottus Perú participamos por 11 años consecutivos en la encuesta de medición de clima laboral Great Place to Work (GPTW), arrojando entre sus resultados un total de 84% de satisfacción en una muestra de 4.604 colaboradores entre hombres y mujeres. Expresado de otro modo, 8 de cada 10 colaboradores nos considera como un buen lugar para trabajar. Esto representa 1 punto de mejora respecto del año anterior y lo vemos reflejado en

que el 87% de los colaboradores está comprometido con la compañía y siente orgullo por lo que hacen. Además, existe una conexión emocional importante y un sentimiento de orgullo por los logros en equipo y por decir en dónde trabajan.

En el siguiente gráfico, presentamos la evolución histórica de la satisfacción de colaboradores con Tottus, de acuerdo a GPTW.

Indice General de Trabajadores Satisfechos

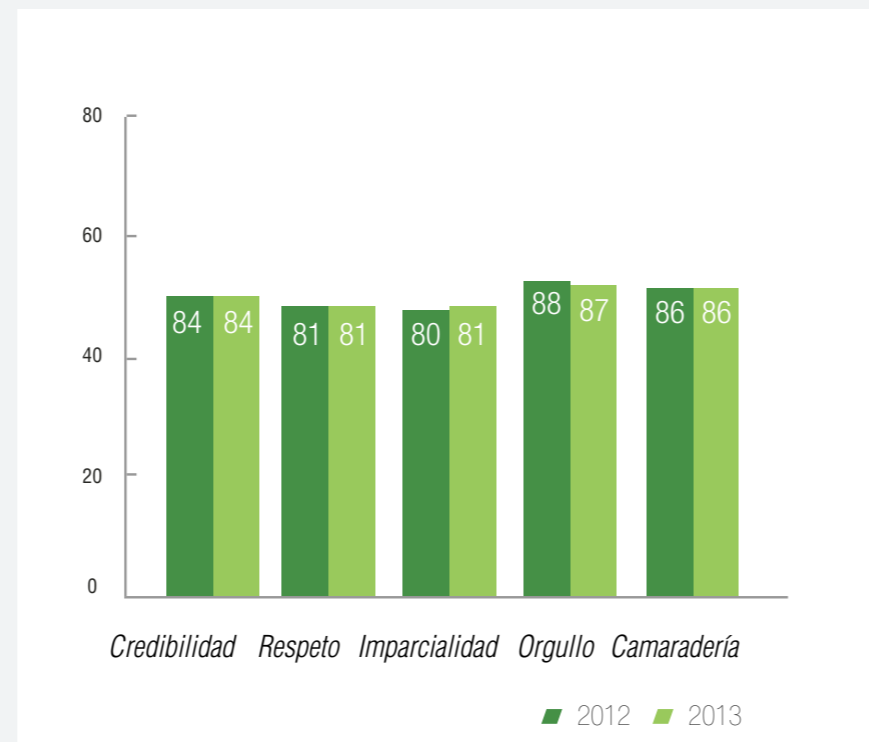


Las principales conclusiones por dimensión son:

- **Credibilidad:** Los jefes de área son considerados personas influyentes y referentes de la credibilidad institucional de Tottus, por lo que trabajamos en equipo para que sean soportes de comunicación, cultura y clima laboral. Para ello les ofrecemos constantes capacitaciones entre los que destaca nuestro Programa de Liderazgo.
- **Respeto:** Mantenemos la misma percepción favorable en cuanto a condiciones laborales y ambiente de trabajo. Tenemos oportunidades de mejora respecto de la preparación de los jefes de área para que ejerzan un liderazgo activo en su equipo de trabajo.
- **Imparcialidad:** La percepción es que somos una compañía horizontal, en la que todos recibimos un buen trato independiente de su cargo.
- **Orgullo:** Nuestros colaboradores han desarrollado un sentimiento de pertenencia, que se manifiesta en el orgullo, la satisfacción de trabajar en equipo y la valoración de su labor.
- **Camaradería:** Los colaboradores le dan especial valor a los eventos y actividades de integración y al ambiente acogedor en el que desarrollan sus labores.

Además, en Perú tenemos un sistema llamado **Propón ideas para mejorar el clima laboral** con el objetivo de asegurar la escucha activa de todos los colaboradores y asegurar un mejor clima laboral. Todos los meses, los miembros del comité de clima, elegidos en votación por los colaboradores, se reúnen para hacer llegar sus ideas y juntos proponer un plan de acción que contribuya a mejorar el clima laboral de su área.

Resultados por dimensiones Tottus Perú en el GPTW 2012 y 2013



ENCUESTA DE CLIMA LABORAL

Todos los años realizamos una encuesta que nos permite saber cómo está el Clima Laboral en cada área, en la tienda o unidad, y en toda la compañía. Con los resultados hacemos que cada comité de clima presente sus planes de mejora.

RELACIONES CON SINDICATOS

EN NUESTRA COMPAÑÍA PROMOVEMOS LA POSIBILIDAD DE QUE NUESTROS COLABORADORES SEAN REPRESENTADOS A TRAVÉS DE SINDICATOS. ES ASÍ COMO EN CHILE Y PERÚ CONTAMOS CON COLABORADORES SINDICALIZADOS.

Chile

Sobre la base de una política de Tottus de relaciones sindicales hemos definido en conjunto una manera de trabajar, como asimismo, hemos establecido una agenda de temas a tratar. Cada sindicato conoce los canales de comunicación, de modo que la estructura organizacional permita la resolución eficaz de sus demandas y propenda a potenciar las relaciones laborales. Esta manera de trabajar nos ha permitido descongestionar la resolución de demandas y ha empoderado a toda la estructura organizacional. Además, podemos decir con orgullo que en 2013 realizamos 14 negociaciones colectivas exitosas y no tuvimos conflictos laborales de envergadura hace 2 años.

En nuestra política de relaciones sindicales hemos establecido obligaciones para los gerentes de tiendas respecto a sus dirigentes sindicales relativas a:

- Reuniones mensuales.
- Informar con anticipación en situaciones tales como: comunicaciones masivas, cambios en el Reglamento Interno, horarios en el local, políticas, procedimientos, entre otros.

- Preparar adecuadamente las negociaciones colectivas.
- Instruirse en materias de legislación laboral.
- Las relaciones con las Federaciones están a cargo del Gerente de Recursos Humanos y del Gerente de Operaciones, con asesoría legal.

Daniel Navarro, Presidente de FETRASHOF, destaca las reuniones bimensuales y la buena relación con la Gerencia de Recursos Humanos. Andrea Moya, Presidenta del Sindicato de Peñaflor, destaca lo beneficioso del trabajo conjunto con los Gerentes de Tiendas, de ahí que sea clave asegurar que esta política de apertura sea igual en todas las tiendas.

Ellos se reúnen semanalmente. Ambos dirigentes reconocen que estamos trabajando en una agenda a mediano plazo pero también reconocen una voluntad de comunicación y colaboración por parte de la compañía, especialmente este último año. La ampliación de beneficios a la gran mayoría de los colaboradores, independiente de su afiliación a un sindicato, ha sido un logro obtenido en este espacio y del cual se sienten orgullosos.

La relación de Tottus con los representantes de sus colaboradores es un valor que va más allá de determinado tipo de organización, de este modo, además de los sindicatos, trabajamos con los Comités Paritarios o atendemos peticiones individuales según sea el caso. Pero también va más allá de una negociación, esta compañía la construimos todos y, por lo mismo, queremos que todos se sientan parte de ella, de sus éxitos y beneficios, pero también de la responsabilidad compartida en la consecución de sus resultados.

Perú

Contamos con una organización sindical denominada “Sindicato de Trabajadores de Hipermercados Tottus”, conformada por colaboradores a nivel nacional (en las ciudades de Lima y Arequipa). De acuerdo al marco de actuación del Grupo Falabella, priorizamos por canales de comunicación como un medio para atender las inquietudes de nuestros colaboradores, independiente de su afiliación sindical. Asimismo, con el objeto de mantener las buenas prácticas de gestión humana y laboral en cada una de las áreas,

trabajamos directamente con las Gerencias de las Tiendas y las Oficinas de Recursos Humanos.

Paralelamente, existe un área de Relaciones Laborales, encargada de asesorar y delinear la política de gestión colectiva al interior de la compañía, con apoyo directo de la Gerencia de Recursos Humanos y la Gerencia General. Dentro esta política de gestión se encuentra el establecimiento de visitas a las distintas Tiendas o áreas, las charlas y capacitaciones sobre gestión laboral y el establecimiento de reuniones mensuales con la Directiva del Sindicato. Realizamos estas reuniones dos veces al mes en un clima adecuado, priorizando por el intercambio de ideas e información que contribuya a la adecuada gestión laboral en la compañía, donde establecemos planes de acción a corto y mediano plazo.

A partir de lo anterior, buscamos generar espacios de comunicación, desarrollo y trabajo en beneficio de nuestros colaboradores para que se sientan parte importante del crecimiento y éxito de la compañía.

Reclamaciones sobre Prácticas Laborales

Chile

Desde la entrada en vigencia del Sistema Ético (Octubre del 2013) hemos recibido un total de 14 denuncias asociadas a temáticas de relaciones laborales. De las 14 denuncias recibidas, 10 dieron lugar a investigación, por cuanto adjuntaban medios de prueba e identificaban con claridad a los denunciados y describían la irregularidad. Cuatro denuncias no dieron lugar a investigación, por cuanto no entregaban antecedentes suficientes para ser utilizados como fuente de información.

En resumen: 14 denuncias por temas de relaciones laborales, 12 recibidas a través del correo electrónico y 2 recibidas a través de la línea telefónica. De las 10 denuncias recibidas a través del canal ético, que dieron lugar a investigación, 8 presentan resolución. 2 fueron presentadas los últimos días del año 2013.

Al 31 de diciembre del 2013 se habían resuelto 8 de las 10 denuncias que dieron lugar a la investigación.

Perú

Durante el 2013 mediante la empresa KPMG recibimos un total de 86 denuncias, 4 fueron relevantes, y 82 por temas laborales. Del total de denuncias recibidas el 11% no pudieron ser sujetas a investigación por falta de datos, no tuvimos el antecedente en qué unidad sucedían así como tampoco indicaron todos los datos denunciados. Las fuentes utilizadas para hacer las denuncias fueron: 55% por el 0800; 24% vía web y el 21% vía email.

Tras el tercer año de implementación de la línea ética, podemos observar que los colaboradores confían cada vez más en esta herramienta, consecuencia de nuestras campañas de información sobre nuestro sistema ético. Respondemos a los denunciantes por medio de la empresa KPMG e informamos a los colaboradores la estadística de casos reportados.



CULTURA ORGANIZACIONAL

NUESTRA FILOSOFÍA DE SERVICIO ESTÁ INSTALADA EN EL ADN DE CADA UNO DE NUESTROS COLABORADORES, SIN DIFERENCIAR EL NIVEL. Y NUESTRA IDENTIDAD, POR TANTO, HOY SE PERCIBE MÁS CLARA.

Finalmente, todos nuestros avances en materia de gestión de las personas han ido de la mano con un trabajo concienzudo de cultura organizacional, de modo que tanto colaboradores como cultura se nutran mutuamente, asegurando y potenciando lo mejor de nuestra compañía.

El desarrollo interno del liderazgo es una prioridad para nosotros. De ahí los Programas de Liderazgo que hemos implementado este año tanto en Chile como Perú. Necesitamos desarrollar la capacidad de construir entre todos lo que somos. Así vemos como en distintas tiendas se va mejorando e implementando nuevas ideas como consecuencia de un mayor empoderamiento de los líderes. Debemos seguir en esa senda. Debemos atraer y retener talentos que desplieguen esta manera de gestionar a

lo largo de toda nuestra compañía y en cada una de nuestras tiendas.

Nuestros próximos pasos apuntan a responder las siguientes preguntas ¿Qué somos además de abastecedores? ¿Cuál es nuestra oferta al consumidor ciudadano? ¿Qué valor le agregamos a la comunidad a través de nuestro negocio? Sean cuales sean estas respuestas, las podremos responder con un equipo alineado, comprometido y de excelencia. Hacia allá avanzamos.



“Me siento muy cómodo en la compañía, porque es un empleo que tiene sentido y porque en él me puedo desarrollar como profesional y como persona. Veo que la compañía busca el desarrollo de las personas, vale decir, le da sustento a lo que somos, nos valora. Creo que este año se ha visto con claridad cómo se están generando bases sólidas para el desarrollo del capital humano de Tottus. Lo que más valoro es que la compañía confía en nosotros, las mismas personas, con nuestras creencias, y nos da una posibilidad de desarrollo que a su vez nos entrega una responsabilidad como los embajadores del futuro de una nueva cultura Tottus. Esta política nos compromete con la compañía, con el entorno y especialmente con los clientes. Sabemos que somos una compañía de servicios”.



PABLO MUÑOZ,
GERENTE ZONAL CENTRO NORTE CHILE.

Sin lugar a dudas que el compromiso con nuestros clientes es fundamental para la sostenibilidad de nuestra compañía. Tener clientes satisfechos con nuestros productos y con el servicio que les ofrecemos es esencial para el éxito de nuestro negocio hoy, pero también para poder proyectarnos en el tiempo, mejorando la calidad de vida y transformándonos en una real contribución a la sociedad. Por lo mismo, buscamos fidelizar a nuestros clientes, ofreciéndoles una gran variedad de productos, precios y ofertas convenientes, siempre asegurando su calidad e inocuidad. Además, hemos desarrollado canales de comunicación fluidos y claros para consultas, reclamos y sugerencias.



PRODUCTOS MÁS SOSTENIBLES

Con el objetivo de satisfacer la demanda de nuestros clientes por productos que tengan menos impacto ambiental, en Tottus Chile durante 2013 ofrecimos líneas de útiles escolares 100% reciclables.



CALIDAD DEL PRODUCTO Y SALUD DEL CLIENTE

Un aspecto primordial en nuestra relación con los clientes es entregarles productos de calidad, que bajo ninguna circunstancia pongan en riesgo su salud.

En Tottus Chile contamos con una Sub Gerencia de Aseguramiento de Calidad, la que junto con establecer los estándares mínimos de calidad e inocuidad de nuestros productos, se encarga de supervisar el cumplimiento de los requisitos del Reglamento Sanitario de los Alimentos, de las exigencias de las autoridades competentes y de sistemas de aseguramiento de calidad como Buenas Prácticas de Manufactura y el HACCP¹. En Perú, estas labores las lleva a cabo el Área de Calidad, dependiente de la Gerencia de Logística.

HACCP – Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control

Es un sistema de gestión de la seguridad alimentaria, por lo tanto, es un proceso sistemático y preventivo para garantizar la inocuidad de los alimentos. Se basa en 7 principios que detallamos en el esquema a continuación².

A través de la implementación de los sistemas de HACCP, se busca minimizar la posibilidad de contaminación de los alimentos y por lo tanto, asegurar la salud de los consumidores.



1- Sigla en inglés para Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control.

2- Fuente:FAO (1999) Código Internacional recomendado de prácticas y principios generales de higiene de los alimentos.

Chile

En Chile contamos con una Política de Inocuidad y con un equipo de tecnólogos que revisan periódicamente las tiendas para asegurar el cumplimiento tanto de los estándares de inocuidad, como de calidad de los productos. Frente a algún incumplimiento, procedemos a realizar una investigación sobre las causas de él, y definir las acciones correctivas para que no se vuelva a repetir, en conjunto con el Gerente de la Tienda.

Nuestro Centro de Producción de productos de pastelería y platos preparados, que abastece al 66% de las tiendas de la compañía, tiene implementado el sistema de aseguramiento de calidad HACCP. En 2015 esperamos contar con una nueva planta donde trasladaremos estas operaciones y certificaremos este sistema.

Además, de buscar asegurar la salud de nuestros clientes respecto de nuestros productos alimenticios, la Sub Gerencia de Aseguramiento de Calidad, es la encargada de revisar los documentos que respaldan las condiciones de inocuidad de otro tipo de

productos, como son juguetes y artículos escolares, de manera de cumplir con todas las normativas nacionales relacionadas.

Perú

En Perú, en el año 2013 obtuvimos la certificación del sistema HACCP en las áreas de perecibles: platos preparados, panadería y pastelería, carnicería y frutas y verduras, en nuestras tiendas y en los Centros de Producción; la certificación fue un objetivo prioritario planteado por la Gerencia General y Logística, llevado a cabo por el Área de Calidad. A través de esta certificación, nos aseguramos de entregar a nuestros clientes alimentos seguros. La empresa que certificó nuestro sistema fue Lloyd's Register Quality Assurance, (LRQA).

Como ya mencionamos, nuestros esfuerzos están enfocados en mantener los más altos estándares de calidad e inocuidad, dado que los procesos operativos de Tottus son complejos e involucran la manipulación de alimentos. Por lo mismo, somos sujeto de numerosas fiscalizaciones de parte de las autoridades competentes.



EN CHILE, DURANTE 2013 RECIBIMOS UN TOTAL DE 464 FISCALIZACIONES, FUIMOS SUMARIADOS EN 58 OCASIONES, Y COMO RESULTADO DE ESTO, RECIBIMOS 26 MULTAS RELACIONADAS A ESTOS TEMAS, LO QUE IMPLICA UNA TASA DE FISCALIZACIÓN/MULTA DE 5,6%. LAS MULTAS CURSADAS DURANTE 2013 TUVIERON UN VALOR MONETARIO DE \$52.519.605 (US\$ 94.587,28). SI BIEN AUMENTÓ EL NÚMERO ABSOLUTO DE MULTAS CON RESPECTO AL AÑO ANTERIOR (14 MULTAS), EL VALOR TOTAL DE LAS MULTAS FUE UN 30,9% MENOR QUE EN 2012. EN PERÚ, EN 2013 TUVIMOS 6 MULTAS POR UN VALOR DE \$3.550.759.

MARCAS PROPIAS

Nuestra Marca Propia Tottus busca ofrecer a los clientes una mayor variedad de productos, de excelente calidad y con un mejor precio. Prueba de la calidad de nuestros productos es que en 2011, nuestro aceite de oliva de marca propia recibió medalla de oro en la categoría Premium Blend en el concurso “Los Angeles International Extra Virgin Olive Oil Competition”.

Durante 2013 lanzamos 19 nuevas categorías de productos de Marcas Propias, dos categorías más que en 2012. Adicionalmente, generamos los procedimientos y actividades para mejorar la calidad de 10 de nuestros productos ya existentes y realizamos la homologación de envases entre nuestras operaciones en Chile y Perú.

Chile

En la lógica de asegurar la inocuidad de nuestros productos, nuestros proveedores de Marcas Propias también cuentan con sistemas HACCP. En 2013, de un total de 64 proveedores de Marcas Propias, 40 contaban con certificación HACCP, 17 tenían el sistema implementado y solo 7 aún no lo implementaban.

Perú

En el caso de los proveedores de Marcas Propias de Tottus Perú, un 75% tiene implementado este sistema de gestión de la inocuidad alimentaria.

En Perú, además, realizamos un monitoreo trimestral de los productos de Marcas Propias, verificando el



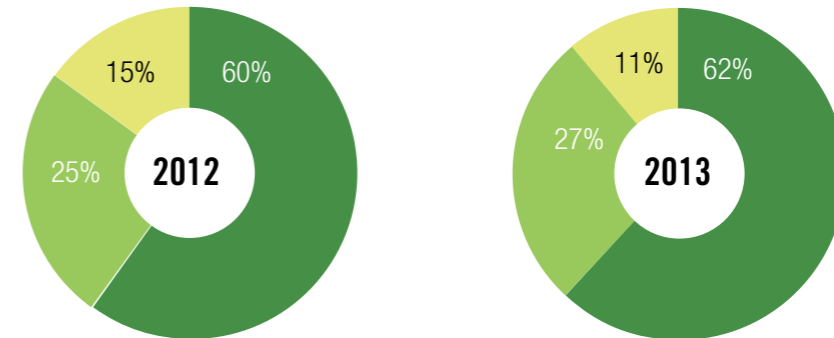


cumplimiento de sus características a través de análisis microbiológico, fisicoquímico y sensorial.

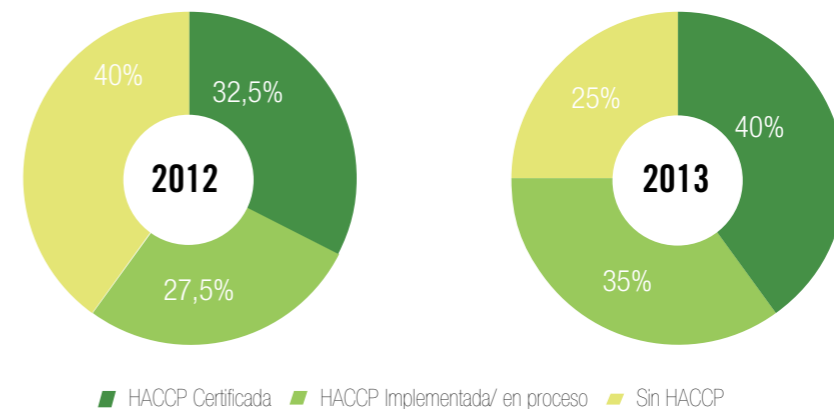
La implementación y certificación de HACCP es un proceso que implica cambios culturales, procedimentales e incluso estructurales en las plantas de alimentos. Es por eso, que la mejora tanto en la certificación como en la implementación de este sistema en nuestros proveedores de Marcas Propias, da cuenta de la preocupación de Tottus por sus clientes.

Para 2014, además de las metas relacionadas con la gestión y control de nuestros proveedores, pretendemos seguir ampliando nuestra oferta de productos de Marcas Propias. En el caso de Chile, exploraremos la posibilidad de generar una línea de productos Premium y una línea de perfumería. Además, esperamos concretar compras corporativas para Chile y Perú de los productos de Marcas Propias.

Nivel de implementación de HACCP en proveedores de marcas propias en Chile



Nivel de implementación de HACCP en proveedores de marcas propias en Perú



■ HACCP Certificada ■ HACCP Implementada/ en proceso ■ Sin HACCP

ETIQUETADO DE PRODUCTOS

En relación al etiquetado de nuestros productos, cumplimos con todas las normativas y regulaciones al respecto. Nuestras etiquetas incluyen información sobre la procedencia de los componentes del producto y sobre su utilización segura. Adicionalmente, en el caso de nuestros productos alimenticios de Marcas Propias, incluimos de manera voluntaria información adicional bajo el esquema nutricional GDA (Guidelines Daily Amounts – Orientaciones sobre Necesidades Diarias), en el que se entrega la información en forma de pilas nutricionales, donde se señala el porcentaje de aporte de calorías, grasa, proteínas, etc. que hace el producto respecto de la recomendación diaria nutricional que debiera consumir un adulto.

Perú
Además de la información sobre GDA, todas las etiquetas de nuestros productos de Tottus Perú, entregan información sobre su correcta eliminación. Un 64% de nuestros productos entregan información en su etiqueta sobre la procedencia de sus componentes, el impacto de su contenido y la utilización segura del mismo.

Chile
Los requerimientos de etiquetado se centran en entregar información sobre la procedencia del producto y su uso seguro.

INFORMACIÓN NUTRICIONAL
Porción: 1/2 taza (31 g equivalente a 1 plato preparado)
Porciones por envase: aprox. 8

	100 g	1 Porción	1 plato preparado (*)
Energía (kcal)	346	107	183
Proteínas (g)	7,1	2,2	4,7
Grasa Total (g)	1,5	0,5	3,8
Grasa saturada (g)	0,8	0,2	2,0
Grasa monoinsaturada (g)	0,0	0,0	1,1
Grasa poliinsaturada (g)	0,7	0,2	0,6
Ácidos grasos trans (g)	0,0	0,0	0,0
Colesterol (mg)	0,0	0,0	7,8
H. de Carbono disp. (g)	76	24	27
Azúcares totales (g)	3,4	1,1	4,8
Sodio (mg)	104	32	560

(*) 1 Plato preparado considera 31 g de puré deshidratado, 75 ml de leche entera, 1,25 g de margarina y 1,25 g de sal.

Porciones por envase: aprox. 8
Cada porción de 1 plato preparado (31 g) contiene:

Calorías	Azúcares Totales	Grasas Totales	Grasas Saturadas	Sodio
183	4,8 g	3,8 g	2,0 g	560 mg
	5% (*)	7%	9%	



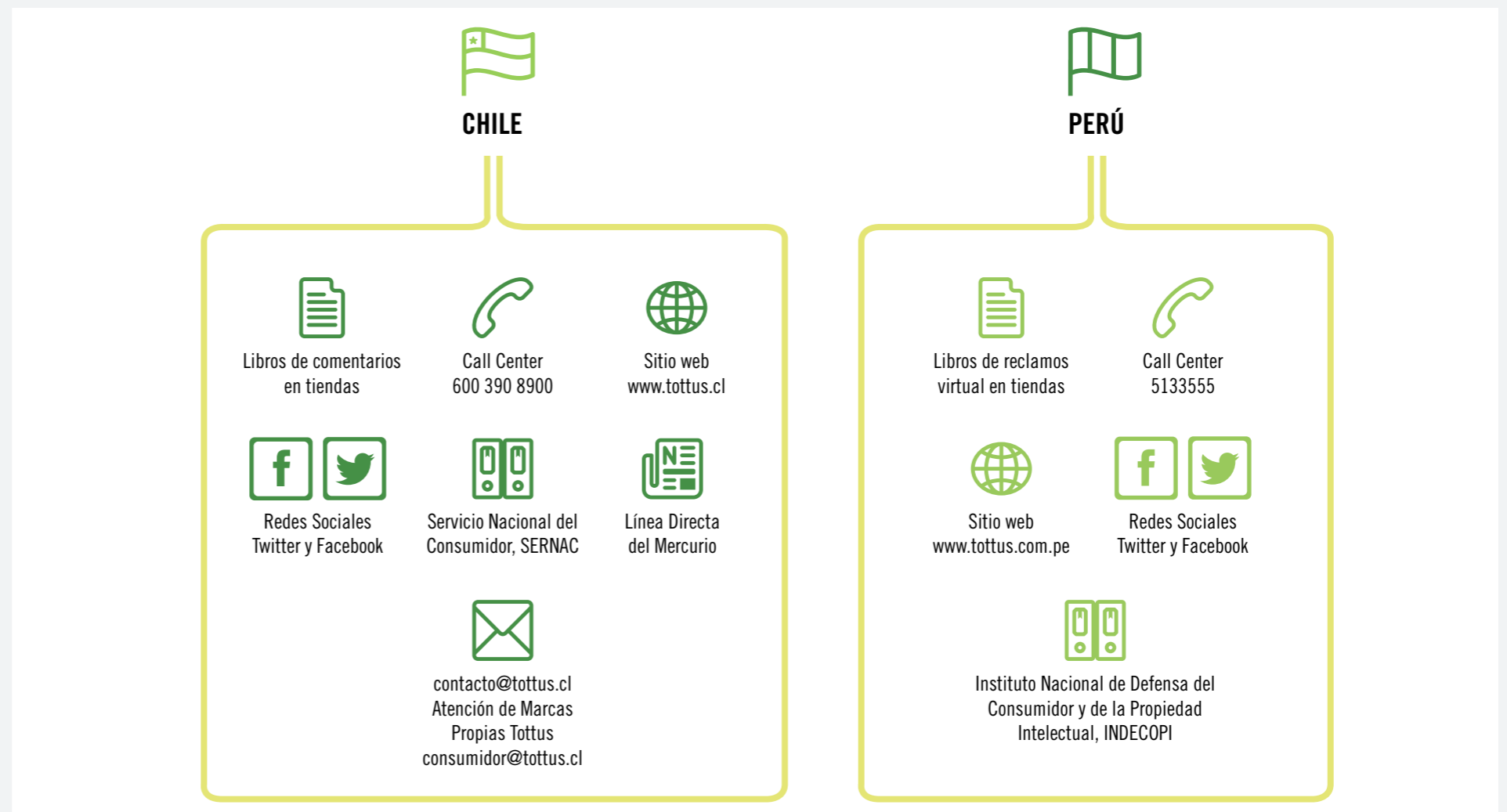
CALIDAD DE SERVICIO

Para Tottus es esencial brindar la mejor calidad de servicio para nuestros clientes. Para ello debemos lograr una comunicación fluida y efectiva que nos permita entregar la mejor experiencia de compra.

Comunicación con nuestros clientes

Centralizamos todos los comentarios, consultas, sugerencias, felicitaciones y reclamos que recibimos, en una plataforma llamada "Contacto", que desarrollamos como un proyecto corporativo.

A mediados de 2013 comenzó a operar esta plataforma en donde podemos registrar y almacenar de mejor forma los comentarios que nuestros clientes nos dejan con el fin de gestionar futuras mejoras.



ESTANDARIZACIÓN DEL SERVICIO

Generar la mejor experiencia de compra para nuestros clientes es uno de nuestros objetivos principales. A través de ello, podremos tener clientes satisfechos y fieles a nuestra compañía.

Chile

En Tottus Chile hemos ido desarrollando iniciativas que nos permiten evaluar, dar seguimiento y mejorar nuestro servicio. Es así que, durante 2013, las Gerencias de Recursos Humanos, Operaciones y Marketing desarrollamos protocolos de atención para el personal de caja, fiambrería y carnicería, áreas donde hay una mayor y más directa interacción con los clientes. Con estos protocolos y su adecuada difusión, buscamos lograr un sello en la atención de nuestro personal, así como también estandarizar la presentación del personal y el orden e higiene de las áreas medidas. A través de un estudio de Observador Incógnito realizamos evaluaciones bimensuales, con excelentes resultados; en general los niveles de cumplimiento superan el 90%, siendo la tienda de Calama Mall la que obtuvo el mejor desempeño a través del año.

Estos buenos resultados nos generan oportunidades de mejora, principalmente en lo que es la relación con los clientes. Fortalecer la cordialidad y el ofrecimiento de ayuda y solución de problemas, podrían contribuir de manera importante a generar una experiencia de compra más agradable.

Perú

Paralelamente, en Tottus Perú hemos implementado esta metodología en las mismas áreas de atención al cliente: cajas, carnicería y fiambrería. El estudio de Observador Incógnito se aplicó en 36 de las 42 tiendas de Perú, consiguiendo un nivel de satisfacción promedio de 86,01%. La tienda que obtuvo las mejores calificaciones fue Jockey Plaza.

Adicionalmente, vemos avances importantes en las mediciones de las tiendas de provincia, como por ejemplo en Trujillo 1.



Satisfacción del cliente

En el 2013, en Chile participamos en la medición del Índice Nacional de Satisfacción de Clientes, INSC, que mide la satisfacción de los chilenos en 26 sectores de servicio¹. En el caso de supermercados, evalúa la satisfacción general de nuestros consumidores, la percepción precio-valor, predisposición a recomendar, predisposición a recompra o permanencia, tasa de clientes con problemas e índice de efectividad en la solución de ellos. En esta primera medición obtuvimos excelentes resultados: el 2º lugar a nivel nacional en satisfacción general del cliente, 1º lugar de satisfacción dado su precio y la segunda menor tasa de problemas. Este reconocimiento sin dudas representa un gran desafío para continuar mejorando nuestro servicio.

En el caso de Chile, para el año 2014, tenemos el desafío de implementar el Programa Recomendando Tottus, basado en el enfoque de relación con los clientes denominado Net Promoter System, NPS. Lo que buscamos con NPS es medir la satisfacción de los clientes con la compañía a través de una encuesta para conocer qué tan dispuestos están en

recomendarnos. NPS es una poderosa herramienta que nos brinda la posibilidad de conocer en detalle cuales son las principales causas de satisfacción o insatisfacción que tienen nuestros clientes en cada experiencia de compra. La implementación de NPS marcará un hito dentro de Tottus, es una invitación a que veamos la estrecha relación que existe entre lo que hacemos cada día al interior de nuestras tiendas y cómo esto repercute en nuestros clientes.

Asimismo, en Chile comenzamos a trabajar en la iniciativa LEAN Management, donde buscamos mejorar en forma continua los procesos para volverlos más eficientes y reducir los costos y gastos en la operación. Lo anterior nos permitirá entregar valor a nuestros clientes, con procesos simples y fluidos, así como también ser una compañía sostenible en el tiempo.

1. Este índice es desarrollado por ProCalidad, convenio sin fines de lucro fundado el año 2000 entre la Universidad Adolfo Ibáñez y Praxis con el objetivo de desarrollar en las organizaciones chilenas un enfoque hacia el cliente, que aumente su nivel de competitividad



RECLAMOS

Contamos con distintos mecanismos formales para recoger los reclamos de nuestros clientes. Sin embargo, la comunicación directa entre nuestros colaboradores y nuestros consumidores sigue siendo el medio a través del cual recogemos sus mayores inquietudes.

Índice de reclamos sobre el total de transacciones

Chile

Recibimos un total de 13.073 reclamos, de los cuales, el 88% fue comunicado presencialmente. Además, si comparamos con el año 2012, podemos observar un aumento importante de los reclamos recibido a través del Call Center, resultado de los esfuerzos de difusión de este mecanismo de comunicación.

Los reclamos mayoritarios se relacionan con problemas en la calidad de servicio (6.391) y en menor medida con publicidad y promociones (1.398), productos (1.073) y seguridad (1.047).

Si bien, la cantidad total de reclamos aumentó en un 16%, también hubo un aumento en la cantidad de transacciones debido a la apertura de tiendas y a la captación de nuevos clientes. Con este resultado nos damos cuenta que contamos con mejores canales de comunicación para captar las inquietudes y necesidades de nuestros clientes.

El 81% de las respuestas de los reclamos fueron realizadas por la compañía y un 19% cerramos por no contacto del cliente. La cantidad de reclamos respondidos por Tottus disminuyó levemente en relación al nivel de respuesta de 2012 (que fue de 84%). Esto se debió principalmente a factores relacionados con el aumento de reclamos recibidos.

Perú

Recibimos 10.089 reclamos, 4.091 derivaron de problemas con el Servicio Técnico y 3.157 de Servicio y Atención al Cliente. Resolvimos satisfactoriamente 1.059 reclamos durante el 2013.



RETIRO DE PRODUCTOS

En Chile, frente a productos que eventualmente puedan estar defectuosos y afectar la salud de nuestros clientes. En Tottus Chile actuamos con la mayor celeridad y en total coordinación con la Asociación Gremial de Supermercados de Chile, ASACH, y las autoridades de salud correspondientes para el re

Para Tottus, la relación y el desarrollo de nuestros proveedores es un elemento esencial en nuestras operaciones. Somos una compañía en expansión y siempre hemos visto a los proveedores como nuestros principales aliados en este proceso. Para ello buscamos establecer relaciones estables y de largo plazo, generando una relación comercial transparente, basada en la confianza y en un “ganar-ganar”.



Relación con los Proveedores

Chile

Buscando una relación de transparencia y confianza, tenemos un contrato marco de Condiciones Generales de Acuerdo Comercial para todos nuestros proveedores. Este acuerdo está disponible libremente en nuestra página web y en él se abordan temas como Confidencialidad, Denuncias y Prácticas No Apropriadas, Política de Libre Competencia, Plazos de Pago, Política Corporativa de Control de Delitos, entre otros.

Además, contamos con un portal web para nuestros proveedores, que les permite hacer seguimiento en línea de sus estados de pago y permite acortar los plazos de los mismos, dado que se hace de forma automática. También les ofrecemos a nuestros

proveedores capacitaciones vía e-learning sobre este portal, su utilización y sus ventajas.

Adicional a ello, contamos con condiciones contractuales específicas para nuestros proveedores de menor tamaño. Comprendemos que las PyMEs son un motor de desarrollo en los países donde operamos, por lo que nos interesa contar con proveedores de menor tamaño, para que en conjunto podamos desarrollar productos de calidad que satisfagan plenamente las necesidades de nuestros clientes. Contamos con un Manual de Beneficios para Proveedores de Menor Tamaño. Este documento define un plazo de 30 días para el pago de las facturas recibidas conformes de las empresas de menor tamaño. También



“EN TOTTUS CREAMOS VALOR COMPARTIDO. CREAMOS UN CÍRCULO VIRTUOSO ENTRE TRABAJADORES Y CLIENTES, Y LOS PROVEEDORES SON NUESTROS SOCIOS ESTRATÉGICOS.”



PEDRO ZÁRATE, GERENTE DE FINANZAS TOTTUS CHILE.

contamos con programas de desarrollo específicos para nuestros proveedores de frutas y verduras, que se detallan más adelante, y tenemos el desafío de establecer un programa de desarrollo para nuestros proveedores de Marcas Propias.

Durante 2013, en Chile en promedio contamos con 373 proveedores Pymes, 189 recibieron sus pagos antes de 30 días de finalizado el contrato. El desafío es seguir aumentando este número para que en el mediano plazo, apliquemos esta práctica al 100% de los proveedores de menor tamaño.

Además de lo anterior, a partir de junio del año 2013 el portal web para los proveedores de Tottus es gratuito. También contamos con un tutorial en el portal con preguntas frecuentes para proveedores, curso interactivo y un e-mail de contacto directo con pago de proveedores en la Oficina Central.

En Tottus somos conscientes de que podemos contribuir al desarrollo de los países donde operamos, a través del apoyo a empresas locales y su inclusión como proveedoras de nuestros productos y servicios. Debido a la amplia presencia de Tottus a lo largo de Chile y Perú, hemos definido como proveedor local a todas aquellas empresas que son del propio país.

Chile

Es así como en Chile, los proveedores locales representan el 97,5% del total de proveedores y un 93% del gasto.

En el desafío de generar un impacto positivo a nivel local, esperamos durante 2014 poder acotar el concepto de proveedor local al nivel regional, de manera que un porcentaje de los proveedores sean de la región en la que se ubica la tienda de Tottus.

En Chile, actualmente, tenemos un programa de desarrollo de 3 proveedores regionales: 2 en la VIII región entregando en las tiendas de Concepción y 1 en la VI región entregando en la tienda de Rengo. En el mediano plazo, esperamos incrementar el número de proveedores que entregan en forma directa en las tiendas en regiones.



PROVEEDORES Y GASTO TOTTUS CHILE (MM\$)			
	Año 2011	Año 2012	Año 2013
Proveedores Locales (nº)	2.052	2.561	1.760
Proveedores Extranjeros (nº)	26	31	46
Total de Proveedores	2.078	2.561	1.806
Gasto Proveedores Locales	364.081	493.828	573.902
Gasto Proveedores Extranjeros	25.950	27.601	41.599
Gasto Total en Proveedores	390.031	493.828	615.501

Desarrollo de Proveedores

En Tottus tenemos clara la relevancia que tienen los proveedores de menor tamaño para nuestra sostenibilidad. Por lo mismo, buscamos trabajar con ellos, a fin de desarrollarlos comercialmente y promover buenas prácticas.

Chile

En el tema específico de los proveedores de frutas y verduras, se vuelve especialmente relevante el trabajar con proveedores de menor tamaño, dada la vocación exportadora de nuestra agricultura. Es por ello que la Gerencia de Frutas y Verduras ha generado distintas instancias para apoyar y desarrollar a los proveedores de este tipo de productos, siempre en la búsqueda de los más altos estándares de calidad e inocuidad y a través de un apoyo técnico y una comunicación comercial transparente y fluida.

Perú

En los últimos años hemos desarrollado una nueva estructura de compra que nos permite adquirir productos directamente en los campos. Por medio de este sistema, actualmente, tenemos una relación de compra con 40 proveedores (24%). Los frutos y verduras que se compran directamente en los campos son cebolla, papa, tomate, zanahoria y una parte importante de los cítricos, mangos y piñas. Esto

nos ha permitido pagar mejores precios, generando un impacto positivo en las comunidades y a su vez, nos da la posibilidad de entregar productos con mejores precios y con mayor frescura a nuestros clientes.

Nuestros proveedores de frutas y verduras participan de un programa anual de capacitaciones relacionadas con buenas prácticas agrícolas, calidad en los productos y manejo adecuado de químicos. Las jornadas de capacitación son coordinadas con laboratorios de prestigio y las entidades gubernamentales, permitiendo así que el proveedor mejore el manejo de su producción y cumpla con las normativas legales vigentes, lo cual nos permite ofrecer un producto seguro para nuestros clientes. Por otro lado, los proveedores de frutas y verduras son inspeccionados dentro del programa anual de control de proveedores, de este modo tenemos la seguridad de que se aplican las normas y lineamientos brindados.



ESTUDIO DE CASO

Tottus y sus proveedores,
aliados estratégicos

Un buen reflejo de cómo se llevan a la práctica las políticas de Tottus con sus proveedores de menor tamaño, es la forma de relacionarse y el desarrollo que se ha logrado con la empresa Comercializadora Hidrovida Limitada de Cristóbal Walker, Gerente.

Comercializadora Hidrovida Limitada es una empresa familiar que produce carozos y lechugas hidropónicas. Desde septiembre de 2012 que es proveedor de Tottus, convirtiéndose en el primer proveedor de carozos de la compañía, gracias al esfuerzo conjunto por lograr productos de la mejor calidad.

Tottus ha apoyado a Comercializadora Hidrovida Limitada a través de diversos mecanismos, entre lo que se destaca la transparencia y eficiencia en el funcionamiento del sistema de órdenes de compra y pagos, el pago a 30 días, y la posibilidad de contar con un sistema de Pronto Pago como ayuda al financiamiento de la empresa, ya que en un sistema tipo factoring, en que se les adelanta el acceso a capital a un bajo interés.

Además de ello, Tottus busca mantener una relación fluida y directa con sus proveedores, de manera

de estar al tanto de sus necesidades e intereses, desarrollar una relación de confianza y compromiso, y generar una relación en que se pueda crecer en conjunto.

En el caso específico de Hidrovida, la empresa participa de la Certificación Tottus de Buenas Prácticas Agrícolas, por lo que han recibido la asesoría técnica de Tottus en estas materias, revisando sus procesos internos, registros, la trazabilidad e inocuidad del producto, y entregando una retroalimentación de las oportunidades de mejoras.

“Lo bueno es la cercanía con Tottus (...)somos socios, crecemos en conjunto. Con otras cadenas, es una relación más automática. Tottus nos ha dado seguridad para crecer e invertir. Es así que logramos aumentar nuestra capacidad de producción”.

Cristóbal Walker, Gerente Comercializadora Hidrovida Ltda.

Hidrovida ha crecido rápidamente. Por ejemplo, cuando comenzaron con el negocio de las lechugas hidropónicas, producían 10 mil unidades, y en menos de un año, aumentaron su producción a 40 mil unidades.

Control de la Cadena de Suministro

La estrecha relación que tenemos con nuestros proveedores nos permite asegurar la calidad e inocuidad de los productos, pero también gestionar los estándares sociales y ambientales de nuestra cadena de suministro.

Chile

El primer requisito y control con nuestros proveedores es que cumplan con toda la normativa laboral vigente. Adicional a ello, nuestros proveedores de vestuario se comprometen a cumplir con el Acuerdo de Venta (Vendor Agreement) que requiere obedecer las leyes laborales y de protección ambiental, además de asegurar la libertad de asociación, el no uso de trabajo infantil ni forzado, y la no discriminación, entre otros puntos. Todos nuestros proveedores de vestuario deben estar dispuestos a seguir el estándar de Sedex Members Ethical Trade Audit, SMETA.

Durante 2013 en el área de perecibles comenzamos con una serie de visitas programadas a plantas procesadoras de nuestros proveedores. La primera visita se realizó a una de nuestras empresas proveedoras de carne de cerdo. Esta iniciativa se enmarca en el establecimiento de relaciones constructivas y abiertas con nuestros proveedores, como requisito básico para ofrecer productos de calidad en nuestras salas, y así satisfacer las necesidades de un cliente cada vez más exigente e informado.



Buenas Prácticas Agrícolas: Control desde la siembra al supermercado

Una de las iniciativas más importantes que hemos implementado en Tottus Chile, tanto para el desarrollo, como para el control de la producción de sus proveedores, ha sido el Certificado Tottus de Buenas Prácticas Agrícolas. A través de esta certificación logramos productos frescos, de calidad e inocuos, alcanzando un mayor nivel de confianza y fidelización del consumidor.

El proyecto de la Certificación Tottus de Buenas Prácticas Agrícolas comenzó en 2012, pero en 2013, realizamos las primeras certificaciones de productores. A la fecha tenemos un total de 65 productores certificados. 65% son productores, 17% son de carácter mixto (productor/comercializador) y 18% son comercializadores.



Las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) buscan asegurar la inocuidad de los alimentos, la protección del medio ambiente y la seguridad del personal que trabaja en labores tales como siembra, fertilización, fumigación y cosecha, entre otras.

Los productores que ingresan a este programa se comprometen a realizar prácticas productivas para proteger los recursos naturales, utilizar semillas certificadas, plantas y plántulas de viveros inscritos en el SAG, manejo de residuos orgánicos e inorgánicos, aplicación de productos químicos registrados en el SAG, y solo con recomendación técnica de un profesional. Además, deben realizar análisis de residuos en sus frutas y verduras, y asegurar la calidad del agua utilizada para el riego.



Proceso de Certificación Tottus de Buenas Prácticas Agrícolas



Los nuevos proveedores del área de frutas y verduras, que ya cuentan con una certificación externa internacionalmente validada de BPA, como GLOBALGAP, se les reconoce con esta certificación. Pero aquellos proveedores que no cuentan con certificación BPA, se comprometen a cumplir con el protocolo de Tottus, en una lógica de acompañamiento por parte de la compañía y de desarrollo del proveedor.

Si bien otros supermercados en Chile también cuentan con protocolos de BPA para sus proveedores de frutas y verduras, hasta 2013, Tottus era la única compañía del rubro que lo estaba transmitiendo a sus clientes. Dentro del proyecto Feria Tottus,

que se inaugurará en enero de 2014, buscamos incluir aspectos de las ferias libres tradicionales bien evaluados por los consumidores y entregaremos el valor agregado que todos los productos estarán certificados en BPA Tottus.

Para 2014, buscamos que una empresa externa certifique al 100% de los 65 proveedores que fueron certificados según el protocolo de Tottus. Además, queremos que de la totalidad de nuestros proveedores de frutas y verduras que sean solo productores agrícolas (no comercializadores), a lo menos un 50% se certifique en BPA.



Proveedores de Marcas Propias

Chile

Para la selección de nuestros proveedores de marcas propias, además del adecuado cumplimiento de las características de formulación de los productos, definidos por la gerencia en su planificación anual, cada potencial nuevo proveedor, es sometido a un análisis comercial y logístico. Además, realizamos una visita a sus instalaciones y revisamos la documentación de aseguramiento de calidad.

Para ser proveedor de Marcas Propias, deben tener implementado el sistema HACCP y obtener un mínimo de 80% de aprobación en la auditoría del equipo de Control de Calidad de Tottus. Aquellos proveedores que no cumplan con este requisito, deberán demostrar que están trabajando en un plan de implementación de dichas normas, el que deberán comenzar a implementar al cabo de 6 meses. Para chequear ese procedimiento, solicitamos a los proveedores los reportes de auditoría interna.

Como desafío para 2014, en Tottus Chile desarrollaremos una línea de productos de Marcas Propias “Free from”, lo que incluye productos libres de sodio, azúcar y gluten, entre otros, aumentando la oferta

de productos saludables para nuestros clientes. Esto implica importantes desafíos en la selección, seguimiento y monitoreo de los proveedores que desarrollaran estos productos.

Perú

En Tottus Perú hemos desarrollado un sistema de control de nuestros proveedores de mantenimiento basado en criterios ambientales establecidos por la compañía. A la fecha tenemos el 40% de los proveedores examinados con estos criterios; 29% han sido certificados en cumplimiento por Tottus y 11% han sido homologados por otras empresas.

Para 2014 tenemos el desafío de comenzar un Programa de Responsabilidad Social que busca asegurar que el proceso de compra sea ético y se protejan los derechos de los trabajadores y su entorno. Para ello se piensa adoptar el protocolo de Sedex Members Ethical Trade Audit, SMETA.



Somos conscientes de que nuestras operaciones generan impactos ambientales, principalmente en lo referente al uso de recursos, generación de residuos, consumo de energía y uso de refrigerantes. Hemos implementado diversas medidas en estos ámbitos para minimizar nuestro impacto, proteger el medio ambiente y así contribuir al desarrollo sostenible. Sabemos que tenemos oportunidades de mejoras, y por lo mismo, tomamos nuevos desafíos, que van desde tener construcciones más amigables con el medioambiente, a generar campañas en conjunto con nuestros clientes en pos de mejorar el estado del medioambiente.

Energía

Tenemos claro que el consumo de energía tiene un doble impacto; por un lado el aspecto ambiental, por el consumo de recursos y la emisión de Gases de Efecto Invernadero (GEI), pero también un efecto económico, dado el creciente costo de la energía en los países donde operamos. Es por ello que en Tottus estamos en proceso de implementación de un sistema de eficiencia energética y en búsqueda de nuevas fuentes de energía, como por ejemplo paneles solares fotovoltaicos.

Nuestras tiendas tienen un uso importante de energía, tanto para iluminación, maquinarias y equipos, refrigeración y uso en oficinas. Si bien nuestro consumo total de energía ha aumentado, tal como podemos observar en las tablas a continuación, hemos mantenido constante nuestra intensidad en el consumo de energía. Es decir, pese a que aumentamos la cantidad de tiendas, y por ende nuestras transacciones, la intensidad en el uso de energía incluso ha disminuido levemente (ver gráfico Intensidad energética).

**Intensidad Energética:
Kwh/Transacciones Anuales**



CHILE			
	2011	2012	2013
Consumo Eléctrico (Kwh)	73.808.559,00	93119584,71	97.775.998,91
GLP (Lt)	1.075.103,00	1296707	1.183.783,65
GN (m3)	855.010,58	1127413,94	1.028.164,94

PERÚ			
	2011	2012	2013
Consumo Eléctrico (Kwh)	80.299.424,42	90.290.891,77	98.944.498,22
GLP (Lt)	368.398	348.549	734.109
GN (m3)	59437	99.728,00	104.945,34

Nuestra gestión energética posee buenos resultados, sin embargo, tenemos claro que existen oportunidades de mejora, por lo que seguimos implementando medidas para disminuir nuestro consumo energético y ser más eficientes en este aspecto. Esto es especialmente relevante en nuestras tiendas nuevas, donde estamos incorporando iluminación LED, utilizamos controladores de luminarias, incorporamos equipos que tengan menor consumo de energía y buscamos que en todas las tiendas nuevas, entre un 12y 15% de la luz provenga de lucarnas para uso de luz de día.

Perú

En las tiendas de Huaylas, Quilca, El Agustino, e Icase realizamos cambio de luminarias por LED. Además, se definió que las tiendas que tienen más de 10 años de operación, como Megaplaza, Las Begonias, La Marina y Atocongo, cambiarán la luminaria a LED. En la tienda de Campoy implementamos aislamiento térmico del techo para mejorar la eficiencia energética.

Chile

Durante 2013, continuamos con el monitoreo de temperatura de los equipos de frío habilitados en 24 tiendas y se monitoreó el sistema de control de iluminación centralizado en 12 tiendas.



CENTRO DE DISTRIBUCIÓN Y COMPRAS A DISTANCIA EN CHILE

En 2013 cambiamos la tienda que servía como fuente de abastecimiento (de Fontova a Kennedy), lo que además de generar efectos a nivel de eficiencia operativa, produce una serie de beneficios a nivel ambiental: se disminuyen los viajes innecesarios, y por lo tanto, disminuyen las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI), y se hace un uso más eficiente de los embalajes, utilizando menos materias primas y generando menos residuos. Durante 2014, pretendemos seguir mejorando las operaciones y logística de nuestro centro de distribución, para entregar la mejor experiencia de compra a distancia a nuestros clientes, pero también para aprovechar las oportunidades que se nos presenten para contribuir a conservar el medioambiente.



EFICIENCIA EN EL TRANSPORTE EN PERÚ

En Tottus buscamos siempre optimizar las rutas de distribución realizando sinergias entre las distintas operaciones de distribución o centralizando a proveedores en nuestros centros de distribución. Es así como hemos logrado reducir el número de viajes al integrar operaciones de frescos con panadería o frescos y secos. También logramos incorporar a más proveedores en la entrega centralizada a nuestro Centro de Distribución, logrando que éstos reduzcan considerablemente el número de camiones usados y sus recorridos para la entrega de los productos que solicitamos.

Además, a través de los contratos con los transportistas, nos aseguramos los estándares técnicos para los camiones; revisiones técnicas anuales y una antigüedad no mayor a 5 años de los camiones.



PRIMERA TIENDA 100% LED

En 2014, en Chile inauguraremos la tienda de Walker Martínez que será la primera tienda Tottus implementada en un 100% con luminaria LED, lo que implica menos consumo de energía y a la vez menos reposición de luminarias.

Tipo de iluminación	LED	Tradicional
Consumo	31 Kw/h	51,5 Kw/h

En 2013 se realizaron los estudios para evaluar la factibilidad de esta tecnología, los que determinaron que, si bien la inversión inicial de la iluminación LED es más cara, asumiendo un costo del KWh de \$55, se logra un ahorro de más de 6 millones al año frente a la iluminación tradicional. Además, se logra un retorno a la inversión en 2,9 años.

Materiales y Residuos

El consumo de materias primas y, por lo tanto, de recursos naturales, es un importante impacto ambiental de cualquier organización. Así lo entendemos en Tottus también, por lo que buscamos ser lo más eficientes en el uso de materiales. Adicional a ello, y como otra manera de minimizar nuestro impacto en el medioambiente, buscamos generar la menor cantidad de residuos posible, y aquellos generados, valorizarlos y disponerlos de manera adecuada.

El principal insumo que utilizamos en la compañía son las bolsas de compra o camisetas. En Chile en 2013 se utilizaron 184.416.943 unidades, un 13% más que en 2012. Para explicar este aumento, debemos considerar que abrimos nuevas tiendas y que el número de bolsas utilizadas por transacción, se mantuvo prácticamente igual. En Perú, durante 2013 se utilizaron 156.399.000 unidades de bolsas, equivalentes a 1.181 toneladas.

Es importante mencionar, que todas las bolsas camisetas de Tottus son oxibiodegradables, es decir, las bolsas se desintegrarán de manera natural al cabo de 12 a 18 meses bajo las condiciones estándares de temperatura, humedad y movimientos mecánicos de un vertedero o relleno sanitario. Además de ello, nuestras bolsas están impresas sólo con un color de tinta y hemos definido el menor micronage de las bolsas, para que mantengan su utilidad pero generen el menor impacto ambiental.

Tenemos medidas para evitar la entrega excesiva de bolsas a nuestros clientes; en primer lugar, las cajeras deben gestionar la entrega de bolsas y dar cuenta de la cantidad entregadas al día. Adicional a ello, se instalaron contenedores de bolsas para que no estén a libre disposición, sino que se utilicen sólo las que son necesarias.

TOTTUS CHILE	2012	2013
Bolsas Camisetas (unidades)	162.892.510	184.416.943
Bolsas/Transacción	3,1	3,23



Además de las bolsas camisetas, hay muchos otros insumos que son esenciales para nuestras operaciones, como rollos de boletas, film, bandejas, etc., que presentamos en las siguientes tablas:

MATERIALES UTILIZADOS POR TOTTUS				
	2012		2013	
Material	Unidades	Unidades/ Transacción	Unidades	Unidades/ Transacción
Rollos de Boletas	157.200	0,0030	24.4740	0,0043
Bolsas para Basura	945.500	0,0180	1.067.950	0,0187
Bolsas Block	8.345.000	0,1589	1.024.000	0,0179
Film de Pvc	12.360	0,0002	14.160	0,0002
Film Strech	21.012	0,0004	27.300	0,0005
Bandejas para Carnes	12.871.600	0,2451	13.226.400	0,2317
Cúpulas Pollos Asados	140.000	0,0027	172.000	0,0030
Sacos de Papel - Pan	6.464.000	0,1231	7922.000	0,1388
Sobres Retiro de Dinero	2.275.000	0,0433	2318.000	0,0406
Cúpulas Tortas	818.300	0,0156	828.460	0,0145
Envases para Pasteles	530.400	0,0101	698.400	0,0122
Rollos de Balanzas	132.440	0,0025	183.840	0,0032
Mascarillas	390.000	0,0074	490.000	0,0086
Cofias	360.000	0,0069	400.000	0,0070
Guantes de Latex	3.500.000	0,0666	4.354.000	0,0763
Cartelería	98.345	0,0019	116.960	0,0020

MATERIALES UTILIZADOS POR TOTTUS PERÚ EN 2013	
Materiales	Unidades
Materiales	Unidades
Film	10.871 rollos
Bandejas	66.494.850 unidades
Bolsas	156.399.000 unidades
Stretch film	57.142
Cinta Embalaje	50.261
Rollos Zunchos	800
Grapas	100.000
Cajas para vino	3.400

Si bien en Chile presentamos un incremento en las unidades de materiales utilizados, al considerar el indicador de eficiencia (unidad/transacción), los aumentos no son relevantes.

La gestión del uso de materiales implica ser cada vez más eficientes, además de utilizar insumos que tengan menor impacto ambiental. Este es uno de los desafíos que enfrentamos para el futuro.

La generación de residuos es un importante impacto ambiental de cualquier tipo de organización, tanto por la disposición final de dichos residuos, como por la explotación de recursos naturales. Por lo mismo, en Tottus buscamos minimizar la generación de residuos, lo que además nos ayuda en nuestra eficiencia operativa. Los residuos que son generados deben ser valorizados, es decir, reutilizados o reciclados, de manera que sólo un mínimo porcentaje de ellos vaya a disposición final en vertederos o rellenos sanitarios.

Chile

En Tottus Chile, el reciclaje de residuos lo realizamos a través de alianzas con empresas o fundaciones ajenas a Tottus. Es así que el cartón, papel blanco y plástico es recuperado por SOREPA S.A., el plástico en algunas tiendas es recuperado con GREENDOT y los residuos de aceite van a la producción de biocombustible, con la empresa BioOils.

Evaluación del reciclaje en Tottus Chile.

CHILE				
	2012	2013	Variación 2013 - 2012	
Aceite (KG)	298.286	449.068	150.782	51%
Cartón, papel blanco y papel publicidad (Kg)	6.195.496	7.003.505	808.009	13%
Plásticos (Kg)	49.879	127.798	77.919	156%
Total	6.543.661	7.580.371	1.036.710	16%

Perú

En Tottus Perú, el cartón y los plásticos son recuperados por Trupal S.A, compañía Recicladora Soto EIRL e Inversiones Carmen Edith SAC. Los residuos de aceite usados van a la producción de biocombustible con la compañía Industrial Lima S.A.

Evolución del reciclaje en Tottus Perú

PERÚ				
	2012	2013	Variación 2013 - 2012	
Aceites Usados (Lts)	127.035,955	158.432,53	31.396,575	25%
Cartón (Kg)	1.193.000	1.404.300	211.300	18%
Papel Blanco (Kg)	15.000	15.700	700	5%
Plástico (Kg)	134.500	135.400	900	1%



ESTUDIO DE CASO

Tottus promueve el reciclaje en sus clientes y la comunidad

Además de las acciones que se realizan de manera corporativa como Tottus, algunas tiendas han implementado iniciativas de promoción del reciclaje con sus clientes y comunidades locales, como lo realizado por Tottus Bío Bío.

Las actividades que se detallan a continuación son iniciativas que surgieron desde los encargados de las tiendas, y que puede ser un buen ejemplo para generar políticas y prácticas corporativas en este sentido.

- Realizamos la Feria de Reciclaje de E-Waste en la Región del Bío Bío.
- Participamos en un concurso de Reciclaje Escolar.
- Inauguramos un Punto Limpio para facilitar el reciclaje de los clientes y vecinos.



EN PERÚ

Logramos el noveno lugar en la premiación anual del programa **Recicla Más 2013**, organizado por el Grupo Fundades. Así se reconoció nuestro aporte en la generación de conciencia y sensibilización del reciclaje de papel con clientes, proveedores y colaboradores. Recolectamos 15.722 toneladas de papel, lo cual se traduce en:



235,83

árboles no cortados.



1257,76

m³ de agua ahorrada.



74,68

kW/hr de energía ahorrada.



55,03

Kg de CO² no emitidos.



74,68

toneladas de madera ahorrada.



EN CHILE

SOREPA S.A. entregó a Tottus un certificado en el que nos señala que gracias a los 7.003.505 kilos de cartón recuperados durante 2013, se generan los siguiente beneficios ambientales*:



119.090

árboles no cortados.



38.529

MWh de energía ahorrada.



185.579

m³ de agua ahorrada.



7.004

ton de CO² equivalente no emitida.



87.544

m³ de terreno en vertedero sin utilizar.

*Utilizando los factores de conversión de la Agencia de Medio Ambiente de Estados Unidos (EPA)



Perú
Reciclar para ayudar

A fines de 2011 firmamos un convenio con Asociación de Ayuda al Niño Quemado, ANIQUEM y ASBEGA (Asociación integrada por las embotelladoras Coca-Cola, Lindley, Backus, PepsiCo, Ambev y Aje), con el fin de sumarnos a la Campaña “Reciclar para Ayudar”, en beneficio de la rehabilitación de miles de niños con quemaduras graves a la piel.

Nuestro apoyo consiste en recopilar la mayor cantidad posible de botellas plásticas de gaseosas, agua y otras bebidas a través de contenedores de reciclaje que están ubicados en nuestras tiendas de Lima.

Todo el material reciclado es recogido por un tercero y es procesado, transformado y valorizado tanto en dinero en efectivo como en productos de comercialización como ropa polar, frazadas, escobas, reglas, etc. Con estas acciones no solo cuidamos el medioambiente,

sino que también ayudamos a desarrollar nuevas alternativas de trabajo, y finalmente colaboramos con los niños de la Asociación de Ayuda al Niño Quemado, ANIQUEM.

Además, desde 2010 apoyamos a niños con discapacidad de la organización Fundades mediante la entrega del reciclaje de papeles, a través de contenedores que están ubicados en nuestras tiendas de Lima.

En relación con los residuos líquidos que generamos, su gestión se realiza directamente en cada tienda bajo la lógica de seguir procedimientos de producción limpia, es decir, generar los mínimos residuos. Cada operación que genera residuos líquidos cuenta con las cámaras decantadoras y plantas de tratamiento necesarias para asegurar el cumplimiento legal y la calidad de las aguas descargadas.

Refrigerantes

Debido a que uno de los puntos centrales de nuestro negocio es la venta de alimentos perecibles, resulta fundamental contar con sistemas de frío adecuados que aseguren su inocuidad y calidad. En general, estos sistemas de frío utilizan gases refrigerantes cuya emisión puede generar impactos en la atmósfera. Por este motivo es sumamente relevante contar con equipos de refrigeración más modernos y en óptimo estado, que utilicen menos gases y que eviten fugas que destruyan la capa de ozono.

Chile

En Chile, estamos participando en un proyecto liderado por el Ministerio del Medio Ambiente, que busca la eliminación de los refrigerantes que dañan la capa de ozono y que contribuyen al calentamiento global. A través de este proyecto podremos implementar tecnologías de refrigeración menos contaminantes, gracias a un co-financiamiento estatal para la

inversión inicial, como en la provisión de asesorías técnicas especializadas. Actualmente estamos desarrollando un proyecto de refrigeración en una tienda nueva, que disminuye aproximadamente el 80% el uso de los refrigerantes contaminantes. Una vez finalizado el proyecto, el Ministerio lo valida, para así poder obtener el co-financiamiento. Esperamos que este proyecto se concrete durante el año 2014.

Perú

En Perú, estamos progresivamente cambiando hacia el uso de refrigerantes ecológicos, tal como presentamos en la tabla siguiente:



USO DE REFRIGERANTES EN TOTTUS PERÚ EN 2013		
Tipo de Refrigerante	Cantidad de Refrigerante (Kg)	Efecto al Medioambiente
Total R-22	15,044	No Ecológico
Total R-507	7,424	Ecológico
Total R-134	185	Ecológico

REPORTE
SOSTEN
NIBILIDAD
TE REPO
STENIBILI
REPORTE
IDAD SOS
EPORTE

CAPÍTULO 06

SOCIEDAD



SOCIEDAD

Tottus es parte de un entorno y pertenecemos a una comunidad. Tenemos un contacto permanente, de todos los días, con nuestros clientes y proveedores, pero además con cualquier ciudadano, especialmente con nuestros vecinos. Vernos como un espacio meramente comercial sería reducir el concepto de responsabilidad social que nos hemos propuesto desde nuestra visión ética de la sociedad. Como compañía creamos valor, pero es valor compartido con la sociedad.

Para ello, además de cumplir nuestra misión con excelencia, de ubicar en primer lugar a nuestros clientes y colaboradores, sentimos que nuestra tarea se completa cuando podemos pensar en la comunidad donde estamos insertos. Así, hemos definido una manera de hacer las cosas en materia de nuestra relación con la sociedad, desde el momento que decidimos abrir una nueva tienda hasta aquellas acciones que desarrollamos en beneficio de la comunidad aledaña. Por ejemplo, asumimos como una responsabilidad fundamental capacitar, especialmente a las nuevas generaciones, en hábitos de alimentación saludable. Por último, nos presentamos en la sociedad con transparencia, con simetría de información, sin engaños, mostrando lo que somos y lo que queremos mejorar. Una manifestación concreta de este espíritu es este mismo Reporte de Sostenibilidad.

Aporte a la Sociedad

Chile

Cumplimos con todos los requerimientos legales, además de ciertos pasos mínimos para mantener una relación armoniosa con nuestro entorno: hablamos con la junta de vecinos, Carabineros y el municipio respectivo. Nos preocupa la obtención de los permisos correspondientes a la instalación y funcionamiento de la tienda, pero, tanto como eso, nos preocupan las expectativas de nuestros nuevos vecinos y ver cómo nos insertamos en la comunidad con naturalidad y de manera constructiva. El enfoque de esta relación varía dependiendo del tipo de la nueva tienda: construcción, comprar una existente, un *strip center* o abrir una dentro de un mall.



“POR SU COTIDIANEIDAD, LOS SUPERMERCADOS SON INTRÍNECAMENTE PARTÍCIPIES DE CADA COMUNIDAD; Y LOS PROBLEMAS APARECEN CUANDO NO SE ESCUCHAN SUS NECESIDADES. EN ESTE SENTIDO, EL GERENTE DE TIENDA ESTÁ EMPODERADO PARA RELACIONARSE CON LA COMUNIDAD Y CONOCER SUS NECESIDADES. NO ES UN PROCESO FORMAL, DEPENDE DE CADA CASO, PERO SE HACE”.



JUAN LUIS POLANCO, GERENTE DE DESARROLLO INMOBILIARIO DE TOTTUS CHILE.



El año 2013, abrimos 5 nuevas tiendas, donde nos propusimos mejorar la experiencia de compra con un *layout* más eficiente y amigable para nuestros clientes. Todos estos proyectos, incluido 9 remodelaciones, requirieron una importante mano de obra relacionado al rubro del supermercado.

A esto, se suma nuestro apoyo constante a organizaciones sin fines de lucro y a establecimientos educacionales a través de lo que hemos llamado iniciativas por tiendas, que evidencian el compromiso colectivo de nuestros colaboradores para con su entorno.



Iniciativas de las Tiendas con su entorno y la comunidad

- Realizamos **visitas guiadas** a los niños de los jardines infantiles cercanos a nuestras instalaciones.
- Participamos activamente en **ferias laborales** y en actividades en conjunto con las Municipalidades.
- Apoyamos con la **donación de vueltos a diferentes Fundaciones** (Niños Piel de Cristal, Nuestros Hijos, Resol, Coaniquem, Hogar de Cristo) y a Cuerpos de Bomberos, de acuerdo a la ubicación de la tienda.
- Junto con ello, organizamos charlas de sensibilización en el personal de cajas y colaboradores de la tienda, con el objeto de dar a conocer la labor de cada Fundación.
- Celebramos la **Navidad** ayudando a la comunidad aledaña: encuentro navideño en el Hogar de Menores de Rengo (residencia de protección para lactantes y preescolares), Campamento GenChile en Santiago, entre otros.
- Realizamos **desayunos** con nuestros clientes.



SUMAMOS OTRAS INICIATIVAS...

En **Tottus San Felipe** implementamos un programa de inclusión laboral para personas con capacidades diferentes, donde nos hacemos cargo de entregarles las herramientas necesarias para su buen desempeño y creamos el ambiente laboral idóneo para el cumplimiento de sus funciones. El año 2013, realizamos un trabajo colaborativo con La Escuela Especial Sagrado Corazón de San Felipe, incluyendo en nuestro equipo de operarios de bodega a personas con discapacidad.

Tottus Bío Bío en conjunto con el Ministerio de Medio Ambiente de la región, la Municipalidad de Concepción y la empresa ChileRecicla, desarrollamos la 2da feria de reciclajes de residuos electrónicos, denominada, “Reiníciate: recicla tu E-Waste”. Además, participamos en el Concurso Regional 2013, Reciclaje Escolar, e implementamos un punto limpio en la tienda.



“ESTA EXPERIENCIA HA SIDO MUY SATISFACTORIA, YA QUE DESPUÉS DE UN AÑO, LOS RESULTADOS HAN SIDO ÓPTIMOS, PERMITIENDO A CERCA DE 7 JÓVENES CON DISCAPACIDAD PARTICIPAR DE ESTAS PASANTÍAS INCLUSIVAS, LAS QUE ADEMÁS ESTÁN DENTRO DE LAS POLÍTICAS DE NUESTRA COMPAÑÍA, Y QUE ES GENERAR LOS ESPACIOS Y LAS POSIBILIDADES A TODA LA COMUNIDAD”.



PABLO VERGARA,
GERENTE DE TIENDA TOTTUS SAN FELIPE.

Donaciones



EN CHILE

A través de las campañas de donación de vueltos, en Chile hemos apoyado la labor de Coaniquem Antofagasta, Cuerpo de Bomberos en diferentes regiones, Hogar de Cristo, Fundación Nuestros Hijos, Fundación Paréntesis RESOL, Hospital Parroquial de San Bernardo y Fundación Niños Piel de Cristal.



EN PERÚ

Hemos aumentado nuestro aporte, y estamos abordando una mayor cantidad de instituciones beneficiadas. Adicional a las conocidas en 2012 - Asociación Fe y Alegría, Fundación Telefónica del Perú, Ministerio de Educación y Municipalidad de Santa Anita - durante 2013 se incluyeron Casa Hogar San Martín, Parroquia Señora de Luren, Municipalidad de San Luis y Municipalidad de San Borja.



Alimentación Saludable

En Tottus, conscientes de los impactos que tenemos en la alimentación de las personas, nos hemos hecho parte de la necesidad de promover mejores hábitos alimenticios. Somos una compañía que ofrece alimentos y, por tanto, asumimos nuestro rol activo en el fomento del consumo de alimentos sanos. Nos preocupa la salud y el bienestar de nuestros clientes pero también de toda la comunidad.

La preocupación por una vida saludable es una visión de Tottus y del Grupo Falabella. De hecho, además de esta iniciativa, participamos activamente en otras que vayan en pos de este objetivo. Así lo hicimos con la Semana Nacional de la Fruta y La Verdura donde quisimos estar presentes de manera creativa con degustaciones de frutas y verduras. El propósito de esta campaña fue educar y motivar a los clientes a implementar una alimentación saludable en sus

hogares. Asimismo, en el mismo mes de octubre, participamos en el día Internacional del Consumo de Frutas y Verduras, organizado por la Corporación 5 al día que promueve el consumo de cinco frutas o verduras al día. Por último, si usted nos visita podrá ver a la entrada del hall de nuestra oficina central canastos con frutas para que nuestros colaboradores tengan la disponibilidad de consumirlas y mantener una vida sana.

Redes Sociales y Apariciones en la Prensa

Conocer qué opinan nuestros diferentes grupos de interés, nos permite gestionar de mejor manera nuestros impactos positivos y negativos en la sociedad. Es por eso, que desde 2013, contamos con un monitoreo constante de los que se plantea sobre nosotros en las redes sociales y la prensa.

En relación a Twitter, en Chile, pasamos de tener 2000 seguidores en enero de 2013 a 5500 al final del periodo. Además, las apariciones positivas este 2013 en relación al 2012 casi se han triplicado y la proporción de apariciones negativas en relación con las positivas ha disminuido.

En relación a Facebook, a Enero de 2013 habíamos alcanzado los 16.500 fans aproximadamente, cifra que se supera sustantivamente a fines de este mismo año, cuando logramos llegar a los 99.500 fans aproximadamente. El número de fans de nuestra compañía ha crecido 6 veces en este periodo de tiempo. Por último, esto se complementa con el aumento de interacciones en esta red social, pasando de 1300 a 4000 durante 2013.

En Perú, el 2013 los resultados fueron promisorios: más del 85% fueron apariciones positivas.

A través de este medio hemos podido generar un nuevo vínculo con nuestros usuarios lo que nos ha permitido reconocer de mejor manera sus intereses. Asimismo, las apariciones tipificadas como negativas las hemos transformados en la posibilidad de optimizar nuestro servicio. Nuestra meta a futuro es ampliar el análisis a nuevas redes sociales, incorporando herramientas especializadas y personal capacitado.



Chile



N° DE APARICIONES EN TWITTER	2012	2013
Positivas	5.031	13.451
Negativas	1.529	5.612
Tasa apariciones positivos/negativas	3,3	2,4



Perú



N° DE APARICIONES EN TWITTER	2012	2013
Positivas	484	1.649
Negativas	427	280
Tasa apariciones positivos/negativas	1,1	5,9

REPORTE
SOSTENIBILIDAD
REPORTE
SOSTENIBILIDAD
REPORTE
SOSTENIBILIDAD
REPORTE
SOSTENIBILIDAD



GRI

INDICE GRI



INDICADOR	ÁMBITO	DESCRIPCIÓN RESUMIDA	PÁGINAS
G4-1	Estrategia y análisis	Declaración del responsable de la organización respecto de la estrategia de negocio y de sostenibilidad.	3
G4-2		Principales efectos, riesgos y oportunidades	3
G4-3	Perfil de la organización	Nombre de la organización	4
G4-4		Marcas, productos y servicios más importantes de la organización.	7
G4-5		Lugar donde se encuentra la sede de la organización.	7
G4-6		Países en los que opera y con relevancia en sostenibilidad.	7
G4-7		Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.	20
G4-8		Qué mercados se sirve (desglose geográfico, sectores y tipos de clientes y destinatarios).	11
G4-9		Escala de la organización.	12
G4-10		Dimensionamiento y caracterización de los empleados.	12
G4-11		% de empleados cubiertos por convenios colectivos.	12
G4-12		Describa la cadena de suministro de la organización.	13
G4-15		Iniciativas externas que la organización ha suscrito.	28
G4-16		Pertenencia a asociaciones u organizaciones nacionales o internacionales.	28

INDICADOR	ÁMBITO	DESCRIPCIÓN RESUMIDA	PÁGINAS
G4-18	Aspectos materiales y cobertura	Proceso para determinar contenido de la memoria y cobertura; y cómo se han aplicado los principios de elaboración de la memoria.	23
G4-19		Listado de aspectos materiales identificados en el proceso de elaboración de la memoria.	23
G4-20		Cobertura dentro de la organización de cada aspecto material.	23
G4-21		Cobertura fuera de la organización de cada aspecto material.	23
G4-23		Cambios significativos en el alcance y cobertura de cada aspecto en relación con memorias anteriores	5
G4-24		Listado de grupos de interés vinculados a la organización	26
G4-25	Participación de los grupos de interés	En qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja	26
G4-26		Enfoque de la organización sobre participación de grupos de interés.	26
G4-27		Cuestiones y problemas clave surgido a raíz de la participación de los grupos de interés	26
G4-28		Periodo objeto de la memoria	4
G4-29	Perfil de la memoria	Fecha de la última memoria	4
G4-30		Ciclo de presentación de memorias	5
G4-31		Punto de contacto para solventar dudas en relación con contenido de la memoria	8
G4-32		Índice de GRI	97-102
G4-33		Verificación	No contamos con una verificación externa de nuestro reporte

INDICADOR	ÁMBITO	DESCRIPCIÓN RESUMIDA	PÁGINAS
G4-34	Gobierno	Estructura de la gobernanza	31
G4-36		Cargos ejecutivos de responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales	32
G4-38		Composición del órgano superior y sus comités.	31
G4-39		Si el presidente del órgano superior ocupa un puesto ejecutivo.	31
G4-56	Ética e integridad	Valores, principios, estándares y normas	14
G4-57		Mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de conducta ética y consultas	33-36
G4-58		Mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco ética y notificaciones (hot line)	34

INDICADORES ECONÓMICOS

INDICADOR	DESCRIPCIÓN RESUMIDA	PÁGINAS
EC1	Valor económico directo generado y distribuido conforme el “principio de devengo” (incluir ingresos y gastos).	21
EC5	Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollan actividades significativas	42-43
EC9	Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponden a proveedores locales	75

INDICADORES LABORALES

INDICADOR	DESCRIPCIÓN RESUMIDA	PÁGINAS
LA1	Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, diferenciados por grupo etario, sexo y región.	38
LA2	Prestaciones sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.	45
LA3	Índices de reincorporación al trabajo y de retención después de permisos postnatales, por género.	46
LA5	Porcentaje del total de trabajadores que está representado comités formales de seguridad y salud conjuntos de dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y a asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.	47
LA6	Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, ausentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.	48-49
LA9	Promedio de horas de capacitación anuales empleado, diferenciado por sexo y por categoría laboral.	50
LA10	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	50
LA11	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y categoría profesional.	53
LA13	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosando por categoría profesional y por ubicaciones significativas de actividad.	44
LA14	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales.	78
LA16	Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	60

INDICADORES DERECHOS HUMANOS

INDICADOR	DESCRIPCIÓN RESUMIDA	PÁGINAS
HR3	Número total de incidentes de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	15 y 41
HR5	Operaciones y proveedores significativos identificados que conllevan un riesgo significativo de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición efectiva de la explotación infantil.	15
HR6	Operaciones y proveedores significativos identificados como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado u obligatorio, y las medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio.	15
HR10	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a derechos humanos.	13

INDICADORES PRODUCTO

INDICADOR	DESCRIPCIÓN RESUMIDA	PÁGINAS
PR1	Porcentajes de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras	65
PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	65
PR3	Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos	68
PR5	Resultados de las encuestas de satisfacción de los clientes	70

INDICADORES SOCIEDAD

INDICADOR	DESCRIPCIÓN RESUMIDA	PÁGINAS
S01	Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo y, evaluaciones de impactos con participación de la comunidad local.	91
S02	Centros de operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.	91
S04	Políticas y Procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.	36
S05	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	36

INDICADORES MEDIO AMBIENTE

INDICADOR	DESCRIPCIÓN RESUMIDA	PÁGINAS
EN1	Materiales por peso o volumen.	85
EN3	Consumo energético interno.	83
EN4	Consumo energético externo.	84
EN5	Intensidad Energética.	83
EN6	Reducción del Consumo Energético.	83
EN20	Emisiones de sustancias que agotan el ozono.	89
EN23	Peso total de residuos, según tipo y tratamiento.	86
EN32	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales.	78

INDICADORES SUPLEMENTO ALIMENTOS

INDICADOR	DESCRIPCIÓN RESUMIDA	PÁGINAS
FP4	Naturaleza, alcance y efectividad de cualquier programa o práctica que promueva el acceso a un estilo de vida saludable, prevenga enfermedades crónicas, permita el acceso a comida sana, nutritiva y asequible, y que mejoren el bienestar para las comunidades necesitadas.	94
FP5	Volumen de producción manufacturada en sitios certificados por una tercera parte independiente en relación a estándares internacionales reconocidos de inocuidad alimentaria	65
FP8	Políticas y prácticas sobre comunicar a los consumidores respecto de los ingredientes y el valor nutricional más allá de los requisitos legales.	68

ENCUESTA DE RETROALIMENTACIÓN


La siguiente encuesta tiene como objetivo el recoger su opinión acerca del presente Reporte y así seguir optimizando nuestros próximos Reportes.

1 ¿A qué grupo de interés de Tottus pertenece?

- Accionista
- Inversionista
- Colaborador
- Cliente
- Proveedor
- Público en general
- Vecino
- Organización Social o Medioambiental
- Organismo Regulador
- Medio de Comunicación
- Sector Empresarial
- Otro (indicar)



2 Seleccione los capítulos del reporte de sostenibilidad que le hayan parecido más interesantes:



a) Extensión:

- Muy Bueno
- Bueno
- Aceptable
- Regular
- Malo

b) Utilidad de la información presentada:

- Muy Bueno
- Bueno
- Aceptable
- Regular
- Malo

c) Transparencia y Honestidad:

- Muy Bueno
- Bueno
- Aceptable
- Regular
- Malo


d) Presentación - Diseño:

- Muy Bueno
- Bueno
- Aceptable
- Regular
- Malo

e) Claridad y facilidad de comprensión del Reporte:

- Muy Bueno
- Bueno
- Aceptable
- Regular
- Malo

3 ¿Qué sugiere mejorar para el próximo Reporte de Sostenibilidad? ¿Por qué?





 **TOTTUS**