



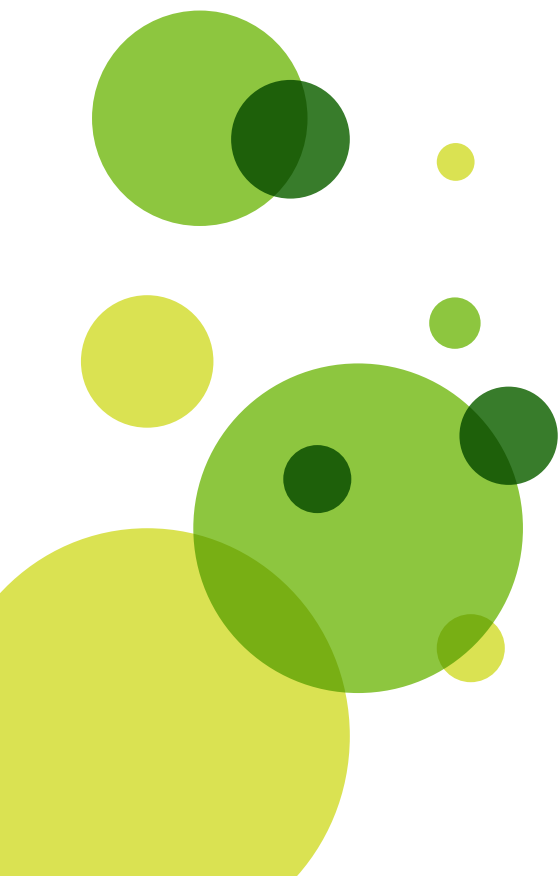
REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

2011





MENSAJE GERENTE CORPORATIVO	02
ALCANCE DEL REPORTE	04
CAPÍTULO 1: NUESTRA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD	07
CAPÍTULO 2: NUESTRA EMPRESA	13
1.- Somos Tottus	
2.- Premios y distinciones	
3.- Canales de diálogo con las partes interesadas	
4.- Membresías y Asociaciones	
5.- Cartas y principios a los que suscribimos	
CAPÍTULO 3: GOBIERNO CORPORATIVO Y ORGANIZACIÓN	25
1.- Directorio	
2.- Estructura Operativa Tottus	
3.- Nuestros Principios Orientadores y Compromiso con los Derechos Humanos	



ÍNDICE 2011

CAPÍTULO 4: DESEMPEÑO ECONÓMICO Y FINANCIERO	35		
1.- Nuestro Desempeño Económico			
2.- Valor generado y distribuido			
3.- Impactos económicos indirectos			
4.- Aportes del Estado			
CAPÍTULO 5: RELACIÓN CON NUESTROS COLABORADORES	43	CAPÍTULO 7: RELACIÓN CON PROVEEDORES	69
1.- Dotación de personal		1.- Fomentando la relación	
2.- Tipos de Contrato		2.- Contrato y Condiciones	
3.- Remuneraciones		3.- Pago y portal de proveedores	
4.- Igualdad de Oportunidades		CAPÍTULO 8: COMPROMISO CON EL MEDIOAMBIENTE	73
5.- Beneficios Laborales		1.- Nuestros consumos	
6.- Formación y Capacitación		2.- Cuidando nuestro medioambiente	
7.- Convenio Colectivo		3.- Inversiones Ambientales	
8.- Salud y Seguridad en el trabajo		4.- Cumplimiento Normativo	
CAPÍTULO 6: RELACIÓN CON CLIENTES Y RESPONSABILIDAD DEL PRODUCTO	61	CAPÍTULO 9: COMPROMISO CON LA COMUNIDAD	85
1.- Proyecto Girasol		1.- Apoyo a Fundaciones y ONG's	
2.- Seguridad de productos		2.- Otros Apoyo a la Comunidad	
3.- Etiquetado de los productos y cumplimiento normativo		TABLA DE CONTENIDOS GRI	91
4.- Protección de Datos Personales		ENCUESTA DE RETROALIMENTACIÓN	98
5.- Satisfacción de Clientes			
6.- Acciones de Marketing			

Mensaje Gerente Corporativo



Por segundo año consecutivo, aprovechamos la oportunidad de presentar nuestro reporte de sostenibilidad, para dar a conocer los aspectos más relevantes de nuestra operación. El 2011, fue un gran año para Tottus y las páginas de este reporte dan cuenta del compromiso y dedicación con que asumimos la misión de ser un operador responsable con su entorno y amigable con el medioambiente.

A través de este informe, buscamos llegar a nuestros grupos de interés y a aquellos que esperan contar con una visión integral de la compañía, de modo de informarles sobre el mundo de actividades que hay detrás de la venta responsable de productos y el contacto diario con nuestros clientes.

Tanto en Chile como en Perú, focalizar nuestro trabajo en el cliente, permitió la consolidación total de la cadena en ambos países. Sentimos que nos logramos adelantar a sus necesidades y entregar un servicio coherente con los tiempos y con el actual perfil del público, cada vez más exigente e informado.

En Chile, el año 2011 estuvo marcado por un importante crecimiento de la empresa, tanto en locales como en equipo. Abrimos seis nuevas salas, reforzando nuestra presencia en regiones donde ya estábamos instalados y abriendo una alternativa de compra para un número importante de personas. Los nuevos desafíos abrieron oportunidades de desarrollo y crecimiento interno para nuestros colaboradores y también significó la incorporación de nuevos talentos. Reforzamos el área comercial, con el fin de focalizar nuestro trabajo en las necesidades del cliente, adelantándonos a sus gustos y superando sus expectativas. En este sentido, sumamos nuevas gerencias en diferentes áreas e incorporamos

especialistas en las distintas categorías. Entre ellas, hago especial mención al área de Responsabilidad Social, con la importante misión de generar políticas corporativas en esta línea e involucrar a todo el equipo Tottus en ello, además de lograr la publicación de este reporte.

En otro aspecto, en 2011 hemos puesto gran énfasis en el estándar, confort y seguridad de nuestros locales. La mayoría de ellos cuenta con luz natural, de modo de desarrollar energías amigables con el medioambiente, y una disposición de los productos pensada en la optimización del tiempo. Nuestro objetivo ha sido generar un entorno de compra agradable, pero por sobre todo, que nuestros clientes dediquen el tiempo ahorrado en nuestro supermercado a estar con la familia.

El período reportado, se caracterizó por la estabilidad económica y las positivas cifras de crecimiento del país. Esto sin duda, ha marcado también nuestra operación y los resultados de la compañía, lo que nos permite mirar con mucho optimismo el futuro y seguir trabajando en el desarrollo de nuevas potencialidades. Este escenario, nos permitió consolidar nuestra área de marcas propias - Precio Uno y Tottus - incorporando a ella más productos y categorías y expandiendo la oferta más allá de los artículos básicos y valorados por su precio.

También nos planteamos el desafío de ir más allá de la sala de venta y atendiendo a la rapidez con la que Internet se tomó todos los espacios de la vida cotidiana, durante este año crecimos fuertemente en la venta no presencial. Tottus.cl se transformó en una alternativa de compra real, que cada día suma nuevos adherentes gracias a un servicio cercano y eficiente.

En Perú, tenemos presencia en siete ciudades con 27 tiendas y el 2011 fue un año especialmente positivo al registrar las cifras de venta y utilidades más importantes en lo que va de la operación. La inauguración de tres nuevos locales (Jockey Plaza, Próceres y Chiclayo) y las significativas remodelaciones de otros como Atocongo, Huaylas y La Fontana, contribuyeron a alcanzar los objetivos trazados y mejorar la calidad de servicio.

Las aperturas en este país, significaron la creación de 500 nuevos puestos de trabajo, quienes se incorporaron a un equipo altamente calificado y que ha contribuido a la rápida expansión de la cadena en el mercado local. Este crecimiento, también ha alcanzado al área de marcas propias, lanzando más de 200 productos en distintas categorías.

Un hito importante de Tottus en Perú este período, fue su incursión en las redes sociales, con presencia en las principales plataformas de intercambio de información y encuentro. La evolución de la “comunidad” ha ido en aumento gracias a las distintas acciones que han motivado la participación de fans, generando un nuevo canal de comunicación para nuestros clientes.

Proyectamos el 2012 como un año de crecimiento acelerado, con un proceso de mejora continua en beneficio de la comunidad. Y los desafíos futuros seguirán esta línea. Nuestro foco es y será siempre el cliente y nuestro objetivo es ajustar nuestra propuesta a la vida de hoy, donde los roles en la familia han cambiado, las labores se comparten y el tiempo es escaso. Queremos facilitarles la vida a las personas y ser un solucionador de sus necesidades.

Alcance del Reporte

Al igual que el año pasado, damos a conocer nuestro desempeño económico - financiero, social y medioambiental de acuerdo a los principios de contenido y calidad de la metodología de Tercera Generación (G3) del Global Reporting Initiative (GRI), garantizando la transparencia, verificabilidad y comparabilidad de la información que se entrega.

Este documento, que es una publicación anual y voluntaria, da a conocer las acciones realizadas durante el 1° de enero y el 31 de diciembre de 2011 - comparativo con 2010 - en pos al desarrollo sostenible de Tottus, tanto en Chile como en Perú. Asimismo, es un instrumento que permite generar nuevas instancias de diálogo con los públicos de interés, basados en la confianza, la transparencia y la credibilidad.

NIVEL DE REPORTABILIDAD

Producto de la elaboración de este Reporte de Sostenibilidad, desarrollado bajo la metodología G3 de GRI, hemos decidido autodeclararnos en Nivel B, al reportar un total de 62 indicadores, producto de nuestras operaciones en Chile.

Conscientes de la importancia de mejorar cada año, para este reporte hemos determinado incorporar también información sobre nuestra operación en Perú y reportar por primera vez 23 indicadores de gestión de nuestras tiendas en ese país, alineándonos con las metas propuestas por la Casa Matriz S.A.C.I. Falabella.

NIVELES DE APLICACIÓN DEL REPORTE

	C	C+	B	B+	A	A+	
CONTENIDOS BÁSICOS	INFORMACIÓN SOBRE EL PERFIL SEGÚN LA G3 PRODUCTO	INFORMA SOBRE: 1.1 2.1 - 2.10 3.1 - 3.8, 3.10 - 3.12 4.1 - 4.4, 4.14 - 4.15	VERIFICACIÓN EXTERNA DEL REPORTE	INFORMA SOBRE TODOS LOS CRITERIOS ENUMERADOS EN EL NIVEL C ADEMÁS DE: 1.2 3.9, 3.13 4.13, 4.16	VERIFICACIÓN EXTERNA DEL REPORTE	LOS MISMOS REQUISITOS QUE INFORMACIÓN PARA EL NIVEL B	VERIFICACIÓN EXTERNA DEL REPORTE
	INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN SEGÚN LA G3 PRODUCTO	NO ES NECESARIO	VERIFICACIÓN EXTERNA DEL REPORTE	INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN PARA CADA CATEGORÍA DE INDICADOR	VERIFICACIÓN EXTERNA DEL REPORTE	INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN PARA CADA CATEGORÍA DE INDICADOR	VERIFICACIÓN EXTERNA DEL REPORTE
	INDICADORES DE DESEMPEÑO SEGÚN G3 & INDICADORES DE DESEMPEÑO DE LOS SUPLEMENTOS SECTORIALES PRODUCTO	INFORMA SOBRE UN MÍNIMO DE 10 INDICADORES DE DESEMPEÑO, Y COMO MÍNIMO UNO DE CADA DIMENSIÓN: ECONÓMICA, SOCIAL Y AMBIENTAL	VERIFICACIÓN EXTERNA DEL REPORTE	INFORMA SOBRE UN MÍNIMO DE 20 INDICADORES DE DESEMPEÑO Y COMO MÍNIMO UNO DE CADA DIMENSIÓN: ECONÓMICA, AMBIENTAL, DERECHOS HUMANOS, PRÁCTICAS LABORALES, SOCIEDAD, RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS.	VERIFICACIÓN EXTERNA DEL REPORTE	INFORMA SOBRE CADA INDICADOR CENTRAL G3 Y SOBRE LOS INDICADORES DE LOS SUPLEMENTOS SECTORIALES*, DE CONFORMIDAD CON EL PRINCIPIO DE MATERIALIDAD YA SEA A) INFORMANDO SOBRE EL INDICADOR O B) EXPLICANDO EL MOTIVO DE SU OMISIÓN.	VERIFICACIÓN EXTERNA DEL REPORTE

*VERSIÓN FINAL DEL SUPLEMENTO SECTORIAL

Es importante señalar que nuestra auto-declaración Nivel B, se debe a que consideramos que existen oportunidades de mejoras, las que iremos abordando en próximos Reportes de Sostenibilidad. Al mismo tiempo, hemos determinado no verificar externamente el reporte en esta oportunidad, ya que deseamos incorporar los aprendizajes que nos proporcionen nuestros grupos de interés, tanto en nuestra gestión diaria, como en la elaboración de Reportes GRI.

La selección de indicadores y el desarrollo de este reporte, fue producto del trabajo conjunto de los colaboradores de Tottus, tanto en Chile como en Perú, y los consultores del Centro Vincular de Responsabilidad Social y Desarrollo Sostenible de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV), quienes además de participar del proceso de asesoramiento para la elaboración de este Reporte de Sostenibilidad, desarrollaron talleres de instalación y transferencia de capacidades de la metodología del Global Reporting Initiative (GRI).

Es importante manifestar que toda información publicada en este Reporte de Sostenibilidad - cuantitativa y cualitativa - fue documentada y validada por las respectivas gerencias y áreas de la empresa que participaron en el proceso de levantamiento de información, el cual fue asesorado por el Centro Vincular de Responsabilidad Social y Desarrollo Sostenible de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV).

Asimismo, hemos definido la Materialidad de los indicadores como aquellos aspectos que consideramos críticos o relevantes a reportar, en relación con nuestros grupos de interés y sus expectativas.

Con el propósito de simplificar la lectura y búsqueda de indicadores GRI por parte de nuestros grupos de interés, en las páginas 91 a 97 se incluye Tabla GRI.



GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

Para la elaboración de este Reporte, hemos utilizados los protocolos desarrollados por el Global Reporting Initiative (GRI) en su tercera versión (G3). El GRI es una organización sin fines de lucro, que tiene como propósito impulsar la elaboración de memorias de sostenibilidad en todo tipo de organizaciones. Para ello, GRI ha elaborado una Guía para la Elaboración de Reportes de Sostenibilidad, la cual establece principios de contenido y calidad, los cuales son utilizados por las organizaciones para medir su desempeño económico - financiero, social y medioambiental, el cual se encuentra disponible en www.globalreporting.org



PUNTO DE CONTACTO

Judith Guevara
Jefe Proyectos de Desarrollo Organizacional
Teléfono: (56-2) 8270200
Dirección: Nataniel Cox N° 620
E - Mail: jguevara@falabella.cl
Sitio Web: www.tottus.cl







NUESTRA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

01

Buscamos en todo momento el equilibrio y desarrollo armónico con nuestro entorno, clientes, comunidad, medio ambiente y accionistas

Nuestros Primeros Pasos hacia la Sostenibilidad

Crecer armónicamente con el entorno es una de nuestras metas. Fiel a nuestros principios y valores, la idea del desarrollo sostenible y el involucramiento con las partes interesadas, ha estado presente en los principales lineamientos de la empresa. Hoy vamos un paso más allá, incorporando este sentir y actuar a la estrategia de la compañía.

Hemos definido como nuestra estrategia de sostenibilidad, lograr un desarrollo armónico con el entorno, enfocados en las personas y el desarrollo profesional de nuestro equipo. Buscamos avanzar desde dentro hacia fuera y para ello, nuestras primeras medidas se han concentrado en la realización de evaluaciones críticas y periódicas de los procedimientos internos, de modo de dirigir adecuadamente la toma de decisiones.

Entendemos que tanto el mundo empresarial como las organizaciones de todos los sectores, están en la mira de la comunidad, que cada vez más crítica y empoderada, tiene expectativas claras sobre el actuar de las empresas. Es así como, consumidores, clientes, colaboradores y comunidad, son la brújula de nuestros movimientos y direccionan nuestro quehacer laboral, social y ambiental.





Transparentar nuestra gestión nos ayuda a crear lazos de confianza con todos nuestros grupos de interés

En este contexto, sentimos la necesidad de transparentar nuestra gestión, incorporando a la estrategia de sostenibilidad de la compañía la realización de este reporte, que por segundo año consecutivo, busca ser el fiel indicador del compromiso adquirido por la gerencia para dar trazabilidad a las distintas áreas de la empresa y responde a los claros lineamientos dados por nuestro Directorio en esta materia.

En este sentido, la más alta gerencia a nivel de holding, ha definido integrar la responsabilidad social de manera transversal. Nuestra estrategia entonces, es involucrar a todos los entes relacionados con la empresa en ello, de manera de lograr un comportamiento coherente tanto con nuestra misión como con la política de sostenibilidad corporativa.

Nuestro punto de partida fueron las bases legales vigentes, tanto laborales, como ambientales y sociales y hoy avanzamos en trabajar de manera incluyente para delimitar políticas y normativas que vayan más allá y trasciendan en el tiempo, las que son supervisadas para su mantenimiento efectivo.

Confiamos en que una gestión enmarcada en la responsabilidad social, es una oportunidad de mejora constante que abre nuevos espacios para planes de acción encaminados a la integración de políticas responsables y coherentes con nuestro discurso, que busca promover una cultura sustentable.





Tottus Transparente

Como compañía velamos que todas nuestras operaciones se desarrollen bajo el principio de la transparencia, de modo de evitar cualquier acción que atente contra los valores de Tottus, por lo que basamos nuestras relaciones en la confianza, el respeto y el compromiso con todos nuestros grupos de interés. Reflejo de lo anterior, es que durante el año 2011 se denunciaron incidentes de corrupción menores, que fueron debidamente investigados por el Área de Auditoría Interna y Administración. Ellos fueron recibidos a través de nuestros sistemas de denuncia anónimos, implementados en Internet y a través de buzones en cada tienda que buscan abrir un canal seguro de denuncia para todos nuestros colaboradores.

En este aspecto, la empresa dio un gran paso, gracias a que el área de Auditoría Interna durante el año 2011, implementó distintas herramientas que llevaron a incrementar el número de auditorías en un 68,8%. Entre estas herramientas, está el trabajo realizado en torno a la revisión de los procedimientos, enfocado principalmente a identificar los riesgos de pérdidas asociadas al control interno. Además, este departamento, incrementó su análisis de otras áreas de la empresa en un 20,51%.

Al ser definida como un área prioritaria, durante este año la compañía puso en operación un Sistema de Prevención de Delitos, que contempló un proceso de capacitación presencial en una primera instancia, mientras se procedía a desarrollar por parte del Área de Capacitación la modalidad E-Learning (con la asesoría directa de Auditoría Interna),





Como compañía velamos que todas nuestras operaciones se desarrollen bajo el principio de la transparencia, de modo de evitar cualquier acción que atente contra los valores de Tottus

de modo de entregar las herramientas necesarias al mayor número de colaboradores posibles. Es así como durante este período, se capacitó a 2.599 miembros del equipo en temáticas como cohecho, financiamiento del terrorismo y lavado de dinero, gracias a los talleres dictados por las áreas de Auditoría, Relaciones Laborales y Legal, llegando a un 28% de nuestra dotación y privilegiando al nuevo personal de la compañía, que durante el año 2011 comenzó sus funciones en los nuevos locales de Machalí, Santa Julia, Huechuraba y Lolleo.

Dentro de la política de transparencia de Tottus, está no participar de ningún tipo de campaña política, por lo que durante el año reportado, la empresa no realizó donaciones ni aportes a partidos políticos ni actividades proselitistas. Asimismo, la empresa rechaza cualquier tipo de acción relacionada con la competencia desleal, no registrando incidentes de esta índole en 2011, año donde con el apoyo del abogado asesor Nicolás Lewin, se continuó con la capacitación del área comercial en políticas generales de libre competencia.

Dentro de nuestro proceso de mejora continua, nos ponemos constantemente a disposición de las entidades fiscalizadoras de la industria y asumimos responsablemente sus sugerencias e infracciones, cursadas por faltas menores corregidas en el más breve plazo posible. Es así como, durante este período, la Inspección del Trabajo procesó 88 faltas, de las cuales 47 fueron asumidas con un valor de \$40.88.579 mientras que las restantes se encuentran aún en proceso ante la autoridad correspondiente.



2.599

miembros del equipo Tottus fueron capacitados en temáticas de cohecho, financiamiento del terrorismo y lavado de dinero







NUESTRA EMPRESA

02

Buscamos mejorar la calidad
de vida de las familias
en cada lugar en donde
estamos presentes



Somos Tottus

Nuestro origen se remonta al año 1951 cuando en el pueblo de El Monte, Bodega San Francisco vendía productos agrícolas y 13 años después Francisco Leyton Blest inaugura el primer autoservicio bajo la marca San Francisco.

En Chile, Falabella ingresa al rubro de los supermercados el año 2004 con la adquisición del 88% de la cadena San Francisco y con una participación de mercado de 3,5%. A partir de ese momento, comenzó a surgir la idea de traer la marca Tottus al país, que desde el año 2002 hasta ese momento, había sido utilizada por la empresa en Perú.

En diciembre de 2005 se inauguró el primer Tottus en Chile. El local de 5.200 metros cuadrado, se ubicó en la comuna de Puente Alto, marcando el inicio de los proyectos de expansión de nuestra marca en el país.

Durante el año 2011, la cadena sumó seis nuevas tiendas. Este crecimiento fortaleció nuestra presencia en la Región de Antofagasta y O'Higgins, con la apertura de dos locales en Calama y uno en Machalí. También aumentamos nuestra presencia en la Región de Valparaíso, abriendo un supermercado en cada uno de sus extremos: Viña del Mar y Llole. El sexto local del año, se abrió en la comuna de Huechuraba, ampliando nuestra presencia en la zona y en la Región Metropolitana.

Esto nos permitió finalizar el año con 37 tiendas en cinco regiones del país, equivalente a 135.115 metros cuadrados, lo que significó también la generación de mil puestos de trabajo, ocupados casi en su totalidad por personas de las zonas donde estamos emplazados, contribuyendo con esto al desarrollo armónico de la comunidad y su entorno.

Tenemos una oferta de cuatro formatos con el objetivo de responder con una oferta especializada para la zona de influencia, de modo de optimizar el tiempo del cliente y atender sus necesidades asertivamente.

En Chile tenemos una oferta de cuatro formatos con el objetivo de responder con una oferta especializada, de modo de optimizar el tiempo del cliente y atender sus necesidades asertivamente

SOBRE 4.500 m²
HIPERMERCADOS

ENTRE 2.500
Y 4.500 m²
HIPER COMPACTO

ENTRE 1.500
Y 2.500 m²
SUPERMERCADOS

1.500 m²
LOCALES DE
CONVENIENCIA



En Perú, Tottus inauguró su primera tienda en el Centro Comercial Mega Plaza el año 2002. Al año siguiente, abrió sus puertas al público un segundo local en la zona comercial de San Isidro, Las Begonias. En 2004 y 2006, inauguramos La Marina y Atocongo.

En 2007 entraron en operaciones cuatro nuevos locales: Chorrillos, Trujillo 1, Chiclayo y Quilca. En 2008, y continuando con nuestro proceso de expansión abrieron sus puertas al público las tiendas de Sáenz Peña, Canta Callao, Lima Centro, El Agustino, Puente Piedra, Trujillo 2, Bellavista, Ica y Pachacutec.

En 2010 inauguramos siete nuevos locales en Zorritos, La Fontana, Angamos, Tusilagos, Piura, Arequipa Súper y Arequipa. Mientras que en 2011 entraron en operaciones las tiendas Próceres, Jockey Plaza y Chiclayo Súper.

En el vecino país, Tottus realiza sus operaciones bajo los formatos de hipermercados, híper - compactos (entre 4.000 y 6.000 m²) y supermercados (entre 800 y 1.200 m²), desempeñándonos como un operador de auto servicios para la venta retail de productos de consumo masivo, comestibles y de uso para el hogar, manteniendo una estrategia de precios bajos, calidad de servicio y variedad.

A través de estos años, Tottus Perú se ha caracterizado por su constante crecimiento a nivel de colaboradores y tiendas, alcanzando una presencia a lo largo del territorio peruano con 19 establecimientos en Lima y 8 locales en las provincias de Piura, Chiclayo, Trujillo, Ica y Arequipa.





Ubicación Tiendas Tottus

64 tiendas
 EN CHILE Y PERÚ

9 aperturas
 NUEVOS
 LOCALES EN 2011

1.528
 NUEVAS PLAZAS
 DE TRABAJO
 EN CHILE Y PERÚ

251.273
 METROS
 CUADRADOS



Nuestras oficinas - donde se localiza la Gerencia Corporativa de Tottus - se encuentran en calle Nataniel Cox N° 620 en el centro de Santiago, donde un equipo de 442 personas atiende las necesidades de cada local y mantiene la coordinación y gestión de la cadena.

En cada local acercamos a nuestros clientes los servicios del Mundo Falabella, siendo CMR, Banco Falabella, Viajes Falabella y Seguros Falabella, aliados estratégicos en nuestra constante preocupación por apoyar las necesidades de nuestros clientes.

Tottus es uno de los cinco operadores más importantes del escenario nacional, aportando al grupo SACI Falabella, el 1.383 millones de USD de sus ingresos totales.

Las aperturas de 2011 significaron la generación de nuevas plazas de trabajo, directos e indirectos, privilegiando principalmente el desarrollo de carrera de nuestros colaboradores y motivando la contratación local.

Nuestro principal objetivo como empresa, es dar soluciones acordes con la vida de hoy, donde el tiempo es un bien preciado y el cliente exige calidad y buen servicio. Para ello, hemos puesto especial énfasis en generar un entorno de compra agradable, seguro y expedito. Locales a escala humana, iluminados naturalmente, con pasillos amplios y diseñados especialmente para la comunidad donde se encuentran. Junto con ello, buscamos marcar la diferencia a través de una atención preparada y cercana. Los clientes de hoy saben lo que quieren y además de variedad, calidad y precio, exigen una atención preparada y capaz de responder a sus expectativas. Para atenderlos, contamos en Chile con un equipo de 9.029 colaboradores altamente capacitados en distintas áreas. Son 5.241 mujeres y 3.788 hombres que durante el 2011 pusieron su foco en el servicio y la atención de excelencia. Mientras que en Perú contamos con 7.765 colaboradores, de los cuales 3.481 son mujeres y 4.284 hombres.

Durante este año, trabajamos también en retener y sumar nuevos talentos a este equipo, con el fin de trabajar más en profundidad el posicionamiento de la marca en Chile. Para ello, sumamos nuevas gerencias en distintas áreas e incorporamos especialistas en las distintas categorías. Es así como el área comercial, quedó dividida en tres gerencias: Productos de Gran Consumo y Marcas Propias, Perecederos y Non Food, de modo de focalizar nuestro trabajo y adelantarnos a las necesidades de nuestro entorno.

Nuestro año 2011, estuvo marcado por la consolidación en distintas ciudades del país, inaugurando locales de primer nivel

En esta misma línea, Internet ha marcado el comportamiento del consumidor y nuestro desafío en 2011 fue lograr la generación de esta área para darle valor agregado a nuestros clientes.

El área de venta no presencial abre una alternativa de compra para nuestros clientes y nos da la oportunidad de entregar un servicio cercano y eficiente. Mediante Tottus.cl hacer las compras se vuelve más fácil y rápido, con una variedad de ofertas continuas y convenientes a través de un servicio confiable.

En nuestra búsqueda por identificarnos constantemente con nuestros clientes, este año continuamos trabajando el desarrollo de productos de Marca Propia, aumentando la profundidad y amplitud del surtido. Hemos incrementado el tipo de productos, tanto en sabores como en formato, además de aumentar las categorías. Creemos que podemos ser un aliado en la difícil tarea de ahorrar, al

lanzar nuevos productos a precios competitivos y de calidad garantizada.

Tanto la marca Tottus como Precio Uno, se distinguen por su excelente relación precio/calidad, siendo por lo general el precio más bajo dentro de su categoría. Con ello, buscamos ofrecer ahorro sin renunciar a la excelencia, ya que nuestros productos están controlados y avalados por el equipo de Aseguramiento de Calidad, que también se fortaleció tanto en talentos como en recursos durante el 2011.

Este esfuerzo se ha visto recompensado por la positiva respuesta de nuestros clientes, que han logrado duplicar las ventas de productos de marcas propias con respecto al año 2010.





Premios y Distinciones

“Recíclame, cumple tu papel 2011” fue la campaña que reconoció a Tottus Perú como una de las empresas que protagonizaron el mayor acopio de papel en el país durante el año.

Por otro lado, la organización Great Place to Work, nos ubicó en el décimo segundo lugar del ranking de las mejores empresas para trabajar en Perú, lo que fortalece nuestro compromiso por generar un ambiente de trabajo grato y con altas posibilidades de desarrollo profesional.

El premio GPTW fortalece nuestro compromiso por generar un ambiente de trabajo grato y con altas posibilidades de desarrollo profesional





Canales de Diálogo con las Partes Interesadas

Tottus posee canales de comunicación e información permanentes y abiertas con sus partes interesadas, las cuales han sido identificadas como accionistas, colaboradores, clientes, proveedores, comunidad, autoridades y entidades gremiales.

Con cada una de ellas, la compañía mantiene procesos de diálogo, que son fundamentales para aportarles el máximo valor posible de una forma sostenida en el tiempo.

PARTES INTERESADAS	CANALES DE INFORMACIÓN	CANALES DE PARTICIPACIÓN
Accionistas	<ul style="list-style-type: none">• Junta de accionistas• Sitio Web• Informes gerenciales• Informes directorio	<ul style="list-style-type: none">• Directorio• Reunión con gerencia general• Comité trimestral de revisión de estados financieros
Clientes	<ul style="list-style-type: none">• Sitio Web• Servicio de atención al cliente• Catálogos promocionales	<ul style="list-style-type: none">• Puntos de venta• Asistencia telefónica
Colaboradores	<ul style="list-style-type: none">• Sitio Web• Intranet• Boletín interno• Departamento de RR.HH	<ul style="list-style-type: none">• Diálogo sindical• Capacitaciones• Evaluación de desempeño• Comités paritarios
Proveedores	<ul style="list-style-type: none">• Sitio Web• Acuerdo comercial• Información vía correo electrónico	<ul style="list-style-type: none">• Reunión con gerentes de línea• Líneas directas de atención: teléfono y correos electrónicos
Comunidad	<ul style="list-style-type: none">• Sitio Web	<ul style="list-style-type: none">• Puntos de venta• Atención al cliente• Reunión con organismos locales
Autoridades	<ul style="list-style-type: none">• Sitio Web• Informes específicos a organismos públicos	<ul style="list-style-type: none">• INE• Línea directa con Sernac• Reuniones periódicas• Canal de denuncias
Entidades gremiales	<ul style="list-style-type: none">• Sitio Web	<ul style="list-style-type: none">• Reuniones periódicas• Actividades gremiales

Membresía y Asociaciones Gremiales



En Chile, Tottus participa en instancias de reflexión sobre políticas relacionadas con el rubro, a través de la asociación gremial Supermercados de Chile A.G., entidad fundada el 4 de septiembre de 1975 y cuyo objetivo es propiciar el desarrollo del sector y la eficiencia del servicio. Además, busca el perfeccionamiento profesional, cultural y moral de los colaboradores del rubro, entregándoles la capacitación necesaria para el mejor desempeño de sus labores.

Otra importante instancia de participación y generación de buenas prácticas, se da en la Comisión Especializada de Seguridad, Antidelincuencia y Defensa del Comercio Formal, de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, CNC, donde Tottus participa con el objetivo de obtener herramientas enfocadas en la entrega de un servicio seguro para nuestros clientes.

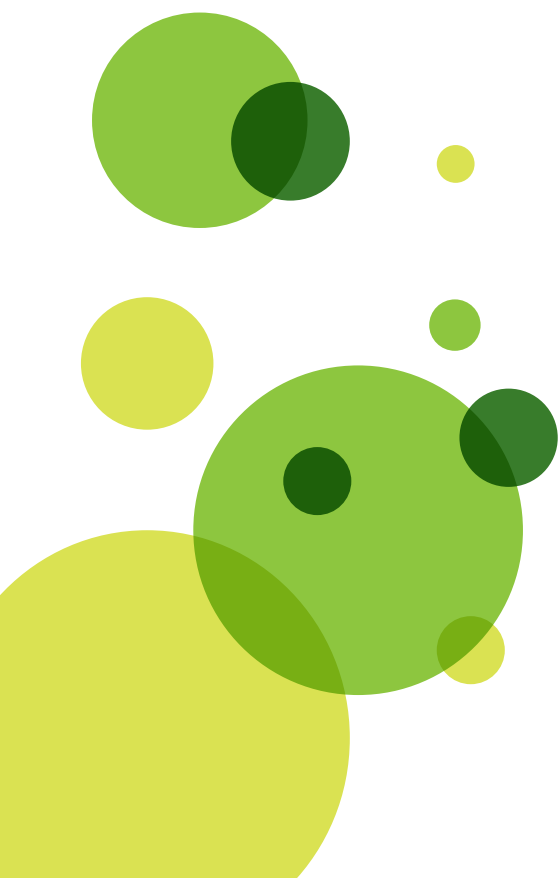
En Perú participamos de la Sociedad de Comercio Exterior del Perú (Comex), de la Cámara de Comercio Española del Perú, de la Cámara de Comercio de Lima y del Consejo Directivo de GS1. Es importante señalar que GS1 es una organización sin fines de lucro que administra, promueve e implementa estándares globales, abiertos y multisectoriales en la cadena de suministro y abastecimiento, desarrollando su eficiencia y las relaciones de colaboración entre sus socios de negocios mediante códigos de barras para productos y códigos de localizaciones.

Cartas y Principios a los que Suscribimos

Como parte del compromiso con la calidad y la entrega honesta de nuestro servicio, trabajamos alineados con los más altos estándares impuestos tanto por la normativa vigente como por las instancias de reflexión de buenas prácticas para la industria. Es así como, este mismo reporte es un instrumento al cual nos adherimos voluntariamente en 2010, con el objetivo de demostrar de manera rigurosa los distintos indicadores que la metodología G3 de GRI exige.

Junto con ello, para asegurar la calidad de los productos en nuestros locales, nos guiamos por las Buenas Prácticas de Manufactura. Además, contamos en Perú con la certificación HACCP -Hazard Analysis and Critical Control Points- para la fabricación y venta de productos de panadería y pastelería. Este sistema nos permite identificar, evaluar y controlar peligros significativos para garantizar la inocuidad de los alimentos.







GOBIERNO
CORPORATIVO
Y ORGANIZACIÓN

03

Estamos comprometidos
con el desarrollo continuo
y crecimiento de nuestros
colaboradores

Gobierno Corporativo y Organización

Para Tottus es fundamental preservar y mantener la integridad ética de la empresa y su equipo, asegurando la correcta administración de los recursos y el respeto de los derechos de los accionistas, proveedores, clientes y todos los grupos de interés con los que la cadena se relaciona.

En este sentido, la empresa cuenta con reglas claras que garantizan la transparencia en la toma de decisiones, en la gestión y en la divulgación de la información. Distintos reglamentos, conocidos por los estamentos involucrados según su pertinencia, regulan las relaciones internas y externas de los miembros del equipo.

Cada trabajador de la compañía, conoce, comprende y se compromete con los principios y valores de Tottus y gracias a distintas iniciativas, esta regulación es objeto de frecuente divulgación e inducción.

Para Tottus es fundamental preservar y mantener la integridad ética de la empresa y su equipo, asegurando la correcta administración de los recursos y el respeto de los derechos de todos nuestros grupos de interés





Directorio

Tottus Chile cuenta con un Directorio compuesto por nueve miembros, todos profesionales, el cual es presidido por Juan Carlos Cortés Solari, quienes son designado para el ejercicio de sus funciones por la junta de accionistas del holding S.A.C.I. Falabella. Ninguno de los miembros del estamento posee cargos ejecutivos en la empresa, de modo de mantener total independencia en la toma de decisiones. El directorio, sesiona una vez al mes, oportunidad donde se canalizan todas las indicaciones y propuestas, sujetas además a la ley de sociedades anónimas.

Durante el período reportado, el Directorio de Tottus Chile focalizó su trabajo en el desarrollo orgánico de la cadena y su proceso de expansión a nivel nacional, poniendo especial énfasis en el crecimiento responsable de la empresa.

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 Ejército
Francisco Leyton Francione	Director	Empresario
Víctor Pucci Labatut	Director	Ingeniero Civil
Alberto Morgan Lavín	Director	Abogado
Felipe del Río Goudie	Director	Ingeniero Civil

Asimismo, Tottus Perú, durante el período reportado contó con un directorio conformado por cuatro miembros, encabezado por Juan Benavides Feliú, quienes tuvieron a su cargo la dirección estrategia comercial y plan de negocios de la compañía.

DIRECTORIO TOTTUS PERÚ		
Juan Benavides Feliú	Presidente	Ingeniero Comercial y Contador Auditor
Gonzalo Somoza García	Director	Ingeniero Industrial
Carlo Solari Donaggio	Director	Ingeniero Civil
Juan Xavier Roca Mendenhall	Director	Economista

Tottus Perú, es una sociedad anónima, subsidiaria de Falabella Perú S.A.A., que al 31 de diciembre de 2011, poseía el 99,9% del capital accionario.

Estructura Operativa Tottus

La administración de Tottus es comandada por una Gerencia Corporativa, liderada durante el período reportado por Cristóbal Irrarrazabal Philippi, el cual dirige los principales lineamientos de la compañía tanto en Chile como en Perú.

A nivel local, la operación de cada país es liderada por una Gerencia General. En Chile, es encabezada por Pedro Colombo, mientras que en Perú está en manos de Juan Fernando Correa.

En Chile, la Gerencia General desarrolla sus actividades y el cumplimiento de las metas propuestas por nuestro directorio, a través de diez gerencias operativas: Administración y Finanzas; Marketing y Visual; Desarrollo Inmobiliario; Sistemas; Recursos Humanos; Operaciones; Productos de Gran Consumo (PGC) y Marcas Propias (MMPP); Percibles; Non Food; y Planificación y Abastecimiento.

En Perú, la Gerencia General desarrolla e implementa los objetivos propuestos por el directorio, gracias al trabajo desarrollado por ocho gerencias: Comercial; Operaciones; Planificación y Logística; Recursos Humanos; Proyectos Inmobiliarios; Desarrollo Inmobiliario; Operaciones de Nuevas Tiendas; y Financiera.



Fomentamos una relación de respeto, honestidad y transparencia entre nuestros colaboradores, generando instancias de verdadera escucha y opinión

Organigrama Tottus



Nuestros Valores



Nuestra Visión

Ser el supermercado
preferido donde competimos,
para comprar y trabajar



Nuestra Misión

Mejorar la calidad de vida de las
familias donde estemos presentes



INTEGRIDAD EXCELENCIA INNOVACIÓN

INTEGRIDAD

ACTUAR CON RESPETO, HONESTIDAD Y COMPROMISO

SER INTEGRO 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.

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, conservar siempre una actitud positiva.

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, comentar mis ideas con iniciativa y liderazgo.



Nuestra Declaración de Ética

Como compañía velamos para que todos y cada uno de nuestros colaboradores tengan una conducta intachable en su actuar, por ello disponemos de una Declaración de Ética, la cual considera los derechos y obligaciones de los colaboradores, con el fin de orientarlos en la toma de decisiones y facilitar el proceso a seguir después de haber tomado una decisión.

El documento es un llamado a cumplir con la legislación local, nuestros principios generales de negocios y otras disposiciones internas de forma responsable. En caso de alguna duda o denuncia, los colaboradores cuentan con un canal de comunicación directo donde expresarse con total libertad.

ACTUAMOS CON RESPETO

La compañía fomenta el respeto de los derechos humanos, el que se refleja en los valores corporativos de Tottus - tanto en Chile como en Perú - los cuales resguardan el principio de igualdad de oportunidades y calificación en virtud de méritos personales y profesionales. En este sentido, la compañía rechaza cualquier tipo de discriminación: sexual, racial, étnica, religiosa, social, política, de género o estado civil y gracias al apego irrestricto a sus valores, durante el período que abarca este informe, no reporta incidentes relacionados con discriminación.

Parte del trabajo focalizado en el respeto a todos nuestros grupos de interés, lo realizan distintas empresas de seguridad nacionales que prestan sus servicios en

nuestras tiendas. Entendiendo lo importante de su labor y del contacto diario que ellas tienen con el público, es que Tottus trabaja de manera constante en su capacitación de modo que puedan cumplir con los estándares de calidad definidos por la compañía. Es así como, la empresa vela porque los colaboradores de empresas externas de seguridad, cuenten con los cursos proporcionados por Carabineros y cumplan con la normativa vigente. Durante este período, un 47% de los colaboradores del área de Seguridad de la empresa, se acreditó en el Departamento de Seguridad Privada de Carabineros de Chile, capacitándose en distintas funciones de seguridad.

En el contexto de resguardar la seguridad tanto de nuestros colaboradores como clientes, es que la empresa además cuenta con la asesoría de la empresa Alto, cuyo objetivo es generar las herramientas para disminuir delitos, fraudes y reincidencia de delincuentes y cuyo actuar, altera la tranquilidad de nuestros locales con acciones delictuales reiteradas. Periódicamente, la empresa realiza capacitaciones a nuestro personal interno, respecto de las normas de funcionamiento de vigilantes privados y procedimientos con infractores en la sala de venta.

En otro ámbito, Tottus ha establecido como política corporativa, la no contratación de menores de edad, valorando la importancia de vivir la infancia en el marco de actividades propias de la edad. Junto con ello, la empresa rechaza y prohíbe el trabajo forzado y no consentido, tanto al interior de la compañía como en las organizaciones relacionadas dando así cumplimiento a la normativa nacional e internacional relativa al trabajo forzado e infantil.



Junto con ello, para Tottus es fundamental la constante promoción del respeto entre las personas y la mantención de una relación armónica con sus respectivos grupos de interés. Es por ello, que durante el período reportado la empresa no registró incidentes relacionados con la violación a los derechos indígenas, rechazando cualquier tipo de discriminación es este sentido. Además, es importante recalcar que nuestras operaciones dan cumplimiento a lo establecido en la Ley N° 19.253 sobre protección, fomento y desarrollo de etnias indígenas y del Convenio N° 169 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) sobre pueblos indígenas.

En este mismo contexto, se pueden considerar las relaciones laborales, que son vistas de manera prioritaria por nuestra compañía. Para Tottus, es fundamental promover y cuidar el respeto por los derechos fundamentales de nuestros colaboradores, que se encuentran cautelados por la Constitución Política de Chile y el Código del Trabajo. Ambas normativas también se encuentran plasmadas en el Reglamento Interno de cada uno de nuestros locales.

Durante el año 2011, se trabajó arduamente en la definición de una nueva política sindical para la compañía, que busca fortalecer la libertad de asociación de nuestros colaboradores y potenciar las relaciones con todas las organizaciones sindicales de la empresa, fomentando un diálogo franco y permanente entre la empresa y sus dirigentes.

En este ambiente, durante el año se han constituido dos federaciones sindicales en la empresa. Una de ellas es Fetrashof, que agrupa a once sindicatos de diferentes

locales; y la segunda es Federación Costa, que reúne a otros tres. A diciembre de 2011, la empresa contaba en Chile con 3.032 colaboradores afiliados en 26 sindicatos, lo que representa casi un 34% respecto a la dotación total de la compañía.

Conscientes de que la falta de una oportuna comunicación con las directivas sindicales, podría ser la causa de eventuales conflictos laborales, nuestra nueva política laboral establece reuniones mensuales entre los gerentes de tienda y su respectiva directiva sindical, estableciendo como condición esencial la formalidad de consignar en actas, los temas tratados en esas reuniones y sus soluciones.

Lo anterior, ha permitido mejorar las negociaciones colectivas en términos de mutuo respeto y cordialidad, lográndose acuerdos que resultan beneficiosos tanto para los colaboradores como para la empresa. Junto con ello, la correcta utilización de otras instancias de diálogo laboral, como los Comités Paritarios de Higiene y Seguridad y los Comités Bipartitos de Capacitación, ha colaborado notablemente a mejorar el clima laboral.

Del mismo modo, se han incentivado capacitaciones para los líderes sindicales, las que se han efectuado en la respectiva Inspección del Trabajo, entregando sólidos y actualizados conocimientos de la normativa laboral vigente.

La misma política de acercamiento y diálogo abierto se fomenta en Perú, que se encuentra en una etapa incipiente en la conformación de agrupaciones laborales, considerando que recién en noviembre de 2011 se constituyó el primer sindicato que congrega a 23 colaboradores.





DESEMPEÑO
ECONÓMICO
Y FINANCIERO

04

Crecemos
responsablemente,
generando oportunidades
de desarrollo social
conjunto y consensuado



Nuestro Desempeño Económico

Durante el año 2011, Tottus continuó su proceso de expansión territorial con la apertura de nuevas tiendas, logrando así cumplir con los objetivos comerciales delineados por la empresa y afianzando el compromiso de todos nuestros colaboradores para alcanzar las metas propuestas.

En el presente capítulo daremos a conocer nuestro desempeño económico, producto de la operación de la empresa tanto en Chile como en Perú. En el, se detallarán los aspectos más relevantes relacionados con la generación de nuevas oportunidades de negocios, el funcionamiento de locales comerciales al interior de nuestras tiendas y los aportes recibidos por el Estado.

A nivel corporativo, los ingresos de nuestra compañía alcanzaron los MM\$750.666. lo que representa un incremento de ingreso operacional nominal, de un 23,21% con respecto al año anterior. Es importante hacer mención que las cifras correspondientes a nuestras operaciones en Perú están expresadas en pesos chilenos.

En un año marcado por la expansión y el fortalecimiento de la operación diaria de los locales, es importante destacar el positivo resultado que se logró en ambos países. Es así como las tiendas de Chile, registraron un aumento en la facturación de MM\$ 51.439 con respecto al año 2010. En Perú, en tanto, los ingresos crecieron en MM\$ 89.962.



CHILE

MM\$ 398.918
INGRESOS 2011



PERÚ

MM\$ 351.748
INGRESOS 2011

INGRESOS (EN MM\$)

	AÑO 2010	AÑO 2011
Chile	347.479	398.918
Perú	261.786	351.748
Corporativo	609.265	750.666

A nivel corporativo, los ingresos de nuestra compañía alcanzaron los MM\$750.666, lo que representa un incremento de un 23,21% con respecto al año anterior

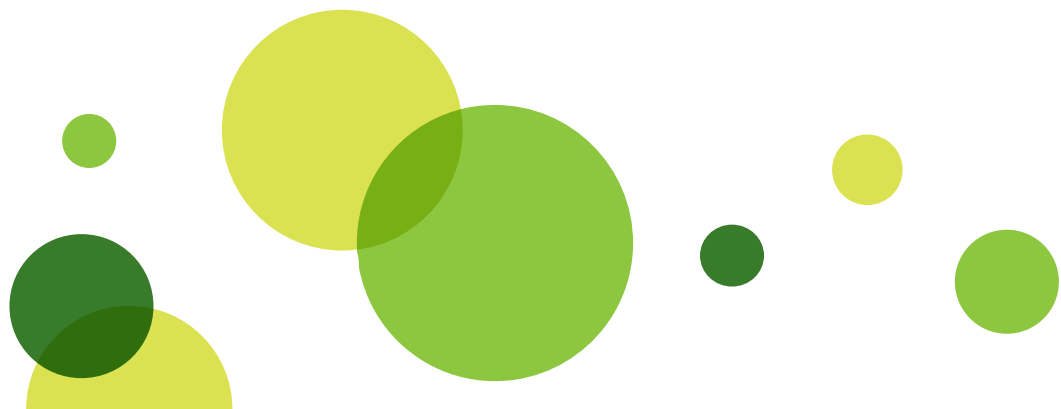
VALOR GENERADO Y DISTRIBUIDO

La siguiente tabla muestra el origen del valor económico generado, es decir los ingresos operacionales; el valor económico distribuido, compuesto por gastos operacionales, sueldos a colaboradores y beneficios, pago a proveedores de capital, pagos al Estado por concepto de impuesto a la renta y aportes a la comunidad; y valor económico retenido.

VALOR ECONÓMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO

	AÑO 2010	AÑO 2011
Valor Económico Generado (A)	609.265	750.666
Valor Económico Distribuido (B)	601.263	743.317
Gastos Operacionales	541.761	669.856
Sueldos a Colaboradores y Beneficios	51.280	64.807
Pago a Proveedores de Capital	5.429	4.757
Pagos al Estado (Impuesto a la Renta)	2.761	3.823
Aportes a la Comunidad	33	74
VALOR ECONÓMICO RETENIDO (A)-(B)*	8.001	7.349

FUENTE: TOTTUS



VALOR GENERADO Y DISTRIBUIDO POR PAÍS EN MM\$

	CHILE		PERÚ	
	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2010	AÑO 2011
VALOR ECONÓMICO GENERADO (A)	347.479	398.918	261.786	351.748
Ingresos Operacionales	347.479	398.918	261.786	351.748
VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO (B)	344.429	398.213	256.834	345.105
Gastos Operacionales	309.946	358.301	231.815	311.555
Depreciación y Amortizaciones	300.022	347.702	224.239	301.695
Gastos de Administración y Otros	9.924	10.599	7.576	9.861
Sueldos a Colaboradores y Beneficios	32.722	39.207	18.558	25.600
Pago a Proveedores de Capital	1.834	464	3.595	4.293
Accionistas (dividendos)	-	-	-	-
Proveedores de Recursos Financieros	1.834	464	3.595	4.293
Pagos al Estado (Impuesto a la Renta)	-72	242	2.833	3.581
Aportes a la Comunidad	-	-	33	74
VALOR ECONÓMICO RETENIDO (A)-(B)*	3.049	705	4.952	6.644

FUENTE: TOTTUS

Para entender las cifras presentadas en las tablas y que se explican con mayor detalle a continuación, es importante mencionar que las variaciones registradas tanto en ingresos, gastos, sueldos y pagos, se deben principalmente al aumento en número de locales, tanto en la operación en Chile como en Perú.

En relación con los ingresos operacionales, en Chile se

produjo un aumento de un 23,21% respecto al año anterior, relacionado con los más de 17 mil metros cuadrados de sala que se sumaron durante el período reportado. Por otro lado, en Perú, el incremento fue de un 34,36% al aporte de ventas de las aperturas 2010. Por otro lado, en Perú, el incremento fue de un 34,36% debido al aumento de ventas de sus tiendas comparables - same store sales - y al aporte en ventas de las aperturas 2010 y 2011.

Nuestros colaboradores son el valor más importante de la empresa. Constantemente buscamos iniciativas para hacer de Tottus un buen lugar para trabajar

Especial mención se merece la variación de los sueldos de los colaboradores y sus beneficios que alcanzó a un 26,38%, ya que durante el año 2011, la empresa en Chile hizo un especial esfuerzo por subir los salarios mínimos de la compañía en un 2,15 %, de modo de ser más competitivos y retener los mejores talentos. Esta iniciativa, benefició a 4.500 colaboradores y significó una inversión cercana a los \$400 millones. Situación similar se dio en Perú, en donde los sueldos mínimos de la empresa se incrementaron por encima del mínimo salarial correspondiente a la normativa del país.

El pago a proveedores de capital, se refiere a la cancelación de préstamos financieros entre dividendos e intereses, los que experimentaron una baja de un 12,38% para el consolidado. Sin embargo, en el caso de Perú se destaca un alza en pagos por el financiamiento pactado para nuevos proyectos. A ello, se suman nuevos leasebacks y préstamos que colaboraron con el incremento.

En Perú, la apertura de nuevos locales durante el año 2010 benefició a la compañía al generar un mayor crédito fiscal, que contribuyó en el menor desembolso por pago de impuestos, situación que no se repitió en 2011.

Así mismo, el valor económico retenido durante el ejercicio 2011 fue de MM\$7.349, que registró una variación del -8,15%.



Impactos Económicos Indirectos

Tottus desde su creación ha desarrollado una política de integración laboral con las comunidades en las que operan sus tiendas. Es por ello, que prioriza la mano de obra y proveedores locales, con el fin de generar un impacto positivo en la economía local.

Con sus locales, emplazados en Chile y Perú, apoya el desarrollo de otras actividades comerciales indirectas que surgen a raíz del funcionamiento del supermercado.

Chile dispone de 221 diferentes servicios en locales que habitualmente se encuentran dentro de la sala de venta, tras la línea de caja, con el fin de otorgarle una opción de negocio al comercio detallista. Estos servicios le dan al cliente variadas opciones de compra y son operados por pequeños y medianos negocios, lo cual impulsa el desarrollo de empleo externo.





Aportes del Estado

Respecto a los aportes del Estado, en Chile el área de capacitación de nuestra compañía desarrolla gran parte de sus actividades de formación, haciendo uso de la franquicia tributaria, correspondiente al 1% de las remuneraciones imponibles pagadas anualmente.

De esta manera, durante el año 2011 Tottus Chile dedujo por concepto de franquicia SENCE la suma de M\$264.581 un 12% mayor respecto a periodo anterior, lo cual se debe a que nuestro 1% aumentó por el número de nuevos colaboradores que se integraron a la empresa durante 2011.

Es importante señalar que todo lo relativo a crédito por donaciones, corresponde a los aportes otorgados por Tottus Perú a las municipalidades de Santiago del Surco, San Juan de Lurigancho y Metropolitana de Lima, a la Fundación Telefónica, a la Asociación Fe y Alegría y a la Compañía de Jesús, que fueron autorizados por la Superintendencia Nacional de Aduanas de Administración Tributaria (SUNAT).

AYUDAS FINANCIERAS DE GOBIERNO TOTTUS CHILE (SENCE)

AÑO	MILES DE PESOS
2010	235.000
2011	264.581

FUENTE: TOTTUS CHILE

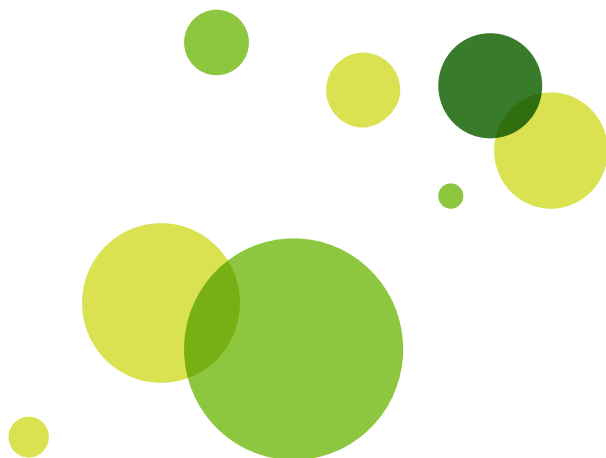
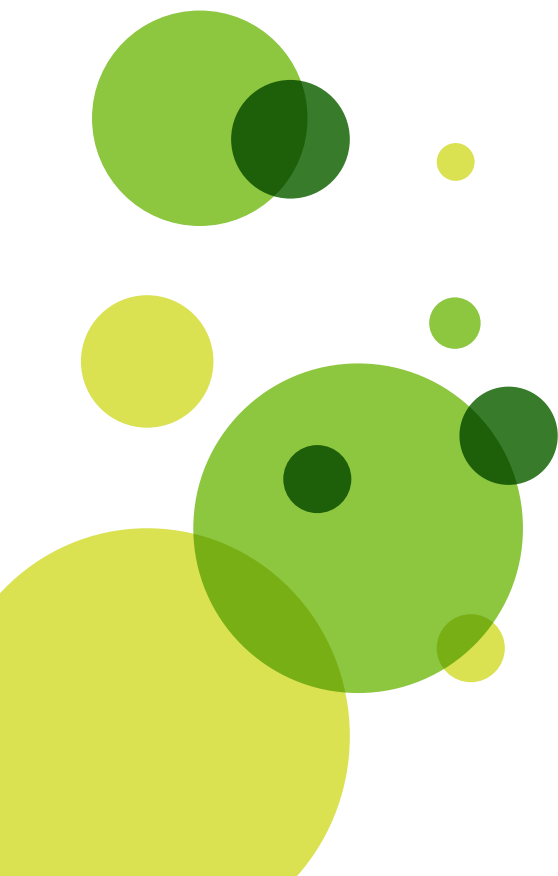
CRÉDITO POR DONACIONES TOTTUS PERÚ

AÑO	MILES DE PESOS
2010	29.227 *
2011	68.060 *

FUENTE: TOTTUS PERÚ

* LA INFORMACIÓN PRESENTADA ESTA EXPRESADA EN PESOS CHILENOS







RELACIÓN CON
NUESTROS
COLABORADORES

05

Nuestro equipo de trabajo
es el motor que mueve
diariamente la gran cadena de
valor que es Tottus

En el presente Reporte de Sostenibilidad, Tottus Perú da a conocer todos aquellos aspectos relativos a personal correspondiente al período que comprende entre 1° de enero al 31 de diciembre de 2011.

El motivo de ello, se debe a que entre octubre de 2010 a febrero de 2011 el sistema de nóminas fue modificado al consolidar en una sola plataforma las planillas de ejecutivos y otros colaboradores, que hasta esa fecha se manejaban en dos plataformas diferentes.

Actualmente, nos encontramos trabajando en el traspaso de la información correspondiente al 2010 a la nueva plataforma única, de manera de, en el futuro cercano, poder contar con información histórica consolidada, y en consecuencia comparable con otros períodos.

Nuestro equipo de trabajo, es el motor que diariamente energiza el funcionamiento de la compañía. Cada miembro de este talentoso grupo humano, juega un rol fundamental para cumplir con nuestra meta de superar las expectativas de nuestros clientes.

Tanto en Chile como en Perú, mantenemos una política de puertas abiertas, garantizando el respeto y protección a los derechos humanos. Apostamos por la creación de empleos estables y aplicamos medidas de integración laboral, esforzándonos por mantener remuneraciones atractivas y reconocer el rendimiento individual y colectivo, como una forma de responder al compromiso de todos los colaboradores.

DOTACIÓN DE PERSONAL

En 2011, la dotación total de personal de Tottus fue de 16.794 colaboradores. Cifra que responde al ingreso de nuevos colaboradores, producto de la apertura de nuevas tiendas tanto en Chile como en Perú.



9.029
COLABORADORES



7.765
COLABORADORES

16.794

DOTACIÓN PERSONAL
TOTAL CORPORATIVA

Nuestro equipo de trabajo, es el motor que diariamente energiza el funcionamiento de la compañía

En relación con el desglose de colaboradores por jornada de trabajo - durante el período reportado - es interesante destacar que Chile contó con 6.026 colaboradores con jornada completa y 3.003 con jornada parcial. Mientras que en Perú, la compañía dispuso de 6.344 colaboradores con jornada completa y 1.421 con jornada parcial.

PAÍS	JORNADA COMPLETA	JORNADA PARCIAL
Chile	6.026	3.003
Perú	6.344	1.421
TOTAL CORPORATIVO	12.370	4.424

FUENTE: TOTTUS

ROTACIÓN

La tasa de rotación corporativa en el período reportado fue de 73%. Tomando en consideración que en Chile la rotación fue de 82% y en Perú de 63%.

	CORPORATIVO	CHILE	PERÚ
Total Dotación	16.794	9.029	7.765
Total Egresos	12.303	7.412	4.891
Total Ingresos	14.236	7.392	6.844
TASA DE ROTACIÓN	73%	82%	63%

FUENTE: TOTTUS

En Chile, la tasa de rotación, se desglosa en 72% como rotación voluntaria y 28% involuntaria. Lo cual significa que el mayor número de personas dejan la empresa por renuncia del trabajador y no concurrencia durante dos días seguidos principalmente.

Por edades, la máxima tasa de rotación es con las personas menores de 30 años.





TIPOS DE CONTRATO

Respecto a la relación contractual, durante el período reportado, 9.342 colaboradores contaron con contrato indefinido y 7.452 colaboradores ejercieron funciones a través de la modalidad de contrato a plazo fijo.

9.342

CONTRATO PLAZO
INDEFINIDO
TOTAL CORPORATIVO



CHILE

6.791

CONTRATO PLAZO INDEFINIDO

2.238

CONTRATO PLAZO FIJO

7.452

CONTRATO PLAZO FIJO
TOTAL CORPORATIVO



PERÚ

2.551

CONTRATO PLAZO INDEFINIDO

5.214

CONTRATO PLAZO FIJO



Una de las iniciativas más importantes concretada por Tottus Chile durante el año 2011, fue aumentar el salario inicial de la compañía, asegurando que este exceda al mínimo nacional

REMUNERACIONES

Conscientes de la importancia de la remuneración en el mercado laboral, junto con brindar condiciones laborales justas y amigables, mantenemos una política de ofrecer salarios acordes al mercado y vinculados al rendimiento individual y colectivo. Fomentamos la integración y la igualdad de oportunidades, sin hacer diferencias salariales por género al momento de la contratación de nuestro equipo.

Así queda demostrado en la siguiente tabla, que refleja la relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres de la empresa en Chile.

RELACIÓN REMUNERACIÓN POR GÉNERO Y CARGO EN TOTTUS CHILE 2010

TIPO DE CARGO	HOMBRE	MUJER	RELACIÓN*
Jornada 10 horas	-	44.347	-
Jornada 20 horas	83.362	80.706	1,0
Jornada 30 horas	125.121	120.276	1,0
Jornada 45 horas	283.862	214.232	1,3

FUENTE: TOTTUS CHILE
 * CORRESPONDE A: (PROMEDIO SALARIO HOMBRE) / (PROMEDIO SALARIO MUJER)

RELACIÓN REMUNERACIÓN POR GÉNERO Y CARGO EN TOTTUS CHILE 2011

TIPO DE CARGO	HOMBRE	MUJER	RELACIÓN*
Jornada 10 horas	46.389	46.738	1,0
Jornada 20 horas	88.672	85.526	1,0
Jornada 30 horas	129.402	126.786	1,0
Jornada 45 horas	298.105	223.853	1,3

FUENTE: TOTTUS CHILE
 * CORRESPONDE A: (PROMEDIO SALARIO HOMBRE) / (PROMEDIO SALARIO MUJER)

Una de las iniciativas más importantes concretada por nuestra empresa en Chile durante el año 2011, fue aumentar significativamente el salario inicial de la compañía, asegurando que este exceda al mínimo nacional. Es así como, durante el periodo reportado nuestra remuneración más baja fue de \$190.000 más gratificación del 25%, mientras que el indicador país fue de \$182.000.

SALARIO MÍNIMO TOTTUS CHILE

	AÑO 2010	AÑO 2011
Ingreso Mínimo País en pesos chilenos	\$172.000	\$182.000
Salario Base Inicial Tottus (no incluye gratificaciones)	\$172.000	\$190.000

FUENTE: TOTTUS CHILE

En tanto, en Perú durante el período reportado el sueldo mínimo país fue de 675 Soles, mientras el salario inicial de la compañía fue de 700 Soles.



SALARIO MÍNIMO TOTTUS PERÚ

	AÑO 2010	AÑO 2011
Salario Mínimo País en Soles	580	675
Salario Inicial Empresa	600	700

FUENTE: TOTTUS PERÚ

IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

Valoramos a todos nuestros colaboradores y procuramos generar la mayor equidad interna posible, no existiendo en ninguna de nuestras políticas de salario o promoción, discriminación por género, edad u otros aspectos no relacionados con las capacidades profesionales y laborales.

Durante el período reportado, nuestra dotación de colaboradores estuvo conformada de 16.794 personas, de las cuales un 48% correspondían a hombres y un 52% a mujeres, lo cual se encuentra detallado a continuación.

DOTACIÓN POR SEXO TOTTUS 2011



FUENTE: TOTTUS



8.722
52%



8.072
48%



Valoramos a todos nuestros colaboradores y procuramos generar la mayor equidad interna posible

DOTACIÓN POR CARGO Y SEXO TOTTUS 2011

	FEMENINO	MASCULINO	TOTAL
Primera Línea	10	43	53
Administración Central	420	757	1.177
Local	8.292	7.272	15.564
TOTAL CORPORATIVO	8.722	8.072	16.794

FUENTE: TOTTUS

En las siguientes tablas damos a conocer nuestra dotación de colaboradores por cargo y sexo de Tottus Chile durante 2010 y 2011, y Tottus Perú en 2011:

DOTACIÓN POR CARGO Y SEXO TOTTUS CHILE 2010 - 2011

	2010		2011	
	FEMENINO	MASCULINO	FEMENINO	MASCULINO
Primera Línea	3	20	5	30
Administración Central	159	215	197	245
Local	4.387	3.114	5.039	3.513
TOTAL	4.549	3.349	5.241	3.788

FUENTE: TOTTUS CHILE

DOTACIÓN POR CARGO Y SEXO TOTTUS PERÚ 2011

	FEMENINO	MASCULINO	TOTAL
Primera Línea	5	13	18
Administración Central	223	512	735
Local	3.253	3.759	7.012
TOTAL	3.481	4.284	7.765

FUENTE: TOTTUS PERÚ

Respecto a la dotación por grupo etáreo, en el período reportado 10.027 colaboradores eran menores de 30

años, 6.147 tenían entre 30 y 50 años y 620 eran mayores de 50 años. En el cuadro siguiente está el detalle.

DOTACIÓN POR GRUPO ETÁREO TOTTUS 2011

	<30 AÑOS	30 - 50 AÑOS	>50 AÑOS
Primera Línea	3	44	6
Administración Central	601	555	21
Local	9.423	5.548	593
TOTAL CORPORATIVO	10.027	6.147	620

FUENTE: TOTTUS

En las siguientes tablas damos a conocer la dotación por grupo etáreo de Tottus Chile durante 2010 y 2011, y Tottus Perú en 2011:

DOTACIÓN POR GRUPO ETÁREO TOTTUS CHILE 2010

	<30 AÑOS	30 - 50 AÑOS	>50 AÑOS
Primera Línea	3	18	2
Administración Central	171	187	16
Local	3.990	3.098	413
TOTAL CORPORATIVO	4.164	3.303	431

FUENTE: TOTTUS CHILE

DOTACIÓN POR GRUPO ETÁREO TOTTUS CHILE 2011

	<30 AÑOS	30 - 50 AÑOS	>50 AÑOS
Primera Línea	3	29	3
Administración Central	202	224	16
Local	4.458	3.542	552
TOTAL CORPORATIVO	4.663	3.795	571

FUENTE: TOTTUS CHILE

Con relación a la dotación por grupo etáreo en Tottus Chile, durante 2011, 4.663 colaboradores eran menores de 30 años, 3.795 pertenecieron al rango entre 30 y 50 años y 571 eran mayores de 50 años.



DOTACIÓN POR GRUPO ETÁREO TOTTUS PERÚ 2011

	<30 AÑOS	30 - 50 AÑOS	>50 AÑOS
Primera Línea	-	15	3
Administración Central	399	331	5
Local	4.965	2.006	41
TOTAL CORPORATIVO	5.364	2.352	49

FUENTE: TOTTUS PERÚ

Asimismo, Tottus Perú durante 2011 dispuso de 5.364 colaboradores menores de 30 años, 2.352 entre 30 y 50 años y 49 colaboradores fueron mayores de 50.

En una empresa en constante crecimiento, las oportunidades de acceder a nuevos cargos y optar a oportunidades laborales distintas y desafiantes, se presentan periódicamente. Como parte de nuestras políticas, privilegiamos la promoción interna para completar los cargos de mayor rango que se van abriendo producto de las aperturas, valorando la experiencia y el compromiso.

Con respecto a los reclutamientos externos, nuestra prioridad es dar empleo a las personas provenientes de la comuna donde nos instalamos. Es por ello, que nuestra principal fuente de reclutamiento para la contratación de personal administrativo y operativo son las Oficinas Municipales de Intermediación Laboral, OMIL. Como complemento, publicamos avisos laborales en prensa escrita y difusión en radios comunales, fomentando siempre la contratación de colaboradores locales.

Debido a las expectativas laborales que genera la apertura de un supermercado en la comunidad y su posterior funcionamiento, la vía más utilizada de reclutamiento se produce a través de curriculums vitae que las personas dejan directamente en nuestros locales. Junto con ello, se utilizan portales de empleo electrónico para la selección de colaboradores en puestos y cargos más específicos.



Nuestra prioridad es el desarrollo profesional de nuestros colaboradores y ofrecer empleo a las personas provenientes de la comuna donde nos instalamos

BENEFICIOS LABORALES

Orientamos nuestros esfuerzos a establecer una política de beneficios centrada en las principales necesidades de las personas y sus familias. Consideramos que el recurso humano es el eje fundamental de nuestra operación y, por lo tanto, su bienestar está directamente asociado a los positivos resultados del negocio.

Más allá de las iniciativas y beneficios detallados a continuación, mantenemos el desafío de seguir implementando alternativas que favorezcan el desarrollo y calidad de vida de nuestros colaboradores.



CHILE

BENEFICIOS TOTTUS CHILE

BENEFICIOS DE SALUD	
Seguros Complementarios	Nuestra compañía junto a la empresa aseguradora, proporciona a sus colaboradores alternativas de seguros complementarios de salud, vida y dental, cuyos beneficios son extensibles al cónyuge e hijos. Tottus cubre el 100% del seguro para el titular y dos cargas a todos los colaboradores a partir del segundo año de antigüedad, de la tercera carga en adelante el costo es de responsabilidad del colaborador. Del mismo modo, aquellos colaboradores con antigüedad inferior a dos años pueden optar a un plan de seguro complementario de costo personal, pero a un valor preferencial.
Convenio Colectivo de Salud	En alianza con Isapre, la compañía ofrece a sus colaboradores alternativas de planes de salud ajustadas al 7% de la cotización legal. Los beneficios establecidos en cada plan se determinan de acuerdo a la condición salarial y a la situación familiar, constituyendo una alternativa de cobertura en salud, con condiciones más ventajosas de las que podría obtener a través de negociaciones individuales.
Convenios dentales y ópticos	Tottus en alianza con centros dentales y ópticos a nivel nacional ofrece a sus colaboradores y grupo familiar alternativas de atención especializada y de calidad. Los beneficios establecen descuentos sobre los precios a público general, valores preferenciales y posibilidades de pago directo en cuotas estipuladas de acuerdo al presupuesto familiar.
Convenio Fundación Arturo López Pérez	Este beneficio de adhesión voluntaria, permite a nuestros colaboradores contar con cobertura frente a tratamientos asociados a diagnósticos de cáncer.
Convenio Farmacia	A nivel nacional nuestros colaboradores pueden acceder a una serie de descuentos - entre un 5% y un 20% - en la compra de medicamentos.



ASIGNACIONES ECONÓMICAS

Aguinaldo	Como una forma de apoyar los gastos del grupo familiar asociados a las celebraciones de Fiestas Patrias y Navidad, entregamos a nuestros colaboradores aguinaldos en dinero y tickets para compra de mercadería en los meses de septiembre y diciembre.
Bono de Escolaridad	Al inicio del año escolar entregamos a nuestros colaboradores una asignación económica, a través de la Caja de Compensación, por cada carga legal que esté cursando estudios de educación básica, media y superior.
Bono de Matrimonio	Como compañía entregamos una asignación económica a los colaboradores que contraigan matrimonio civil durante el período de vigencia del contrato laboral. Adicionalmente, otorgamos un permiso de cinco días con goce de sueldo.
Bono Nacimiento	Los colaboradores que experimenten el nacimiento de un hijo, reciben una asignación económica que se ve reflejada en su liquidación de remuneraciones. A este beneficio, se suma la entrega de un ajuar y un saludo institucional.
Beneficio por muerte del trabajador	Asignación económica que se entrega a los familiares directos del colaborador fallecido de acuerdo a lo resuelto en la posesión efectiva.
Bono por muerte del cónyuge o hijo(s)	Asignación monetaria que se entrega al colaborador frente al fallecimiento de su cónyuge o hijo(s). Adicionalmente se entregan días de permiso con goce de sueldo.

BENEFICIO CAJA DE COMPENSACIÓN

Caja de Compensación	<p>Los colaboradores de nuestra compañía en su calidad de afiliados a esta institución, disponen de los siguientes beneficios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bono por matrícula • Bono por nacimiento • Bono por fallecimiento del colaborador • Bono por fallecimiento de carga legal • Matrícula anual por estudios superiores • Becas de estudios • Créditos sociales • Créditos hipotecarios • Créditos estudiantiles • Tarjeta multibeneficios • Descuentos en servicios médicos y servicios varios • Centros vacacionales y recreacionales
----------------------	---

BENEFICIOS QUE APORTAN A LA CALIDAD DE VIDA LABORAL

Alimentación	Nuestros colaboradores reciben un beneficio de alimentación mediante diversas modalidades dependiendo del local
Uniformes	Pensando en mantener una imagen corporativa que nos distinga y con la intención de crear un ambiente que proyecte armonía hacia nuestros clientes, entregamos a nuestros colaboradores uniformes corporativos dos veces al año.

Orientamos nuestros esfuerzos a establecer una política de beneficios centrada en las principales necesidades de las personas y sus familias

BENEFICIOS ADICIONALES	
Estímulo estudiantil Tottus 2011	Anualmente nuestra compañía otorga estímulos en especies a los hijos de colaboradores que se encuentren cursando estudios básicos, medios o superior, y que presenten promedios de notas de excelencia académica.
Fiesta de Navidad	Cada año nuestra compañía realiza esta actividad con el propósito de compartir con los hijos de nuestros colaboradores en un ambiente de fraternidad y entretenimiento.
Regalo de Navidad	Cada fin de año, los hijos de nuestros colaboradores entre 0 y 12 años, reciben regalos de Navidad de acuerdo a su edad y género.



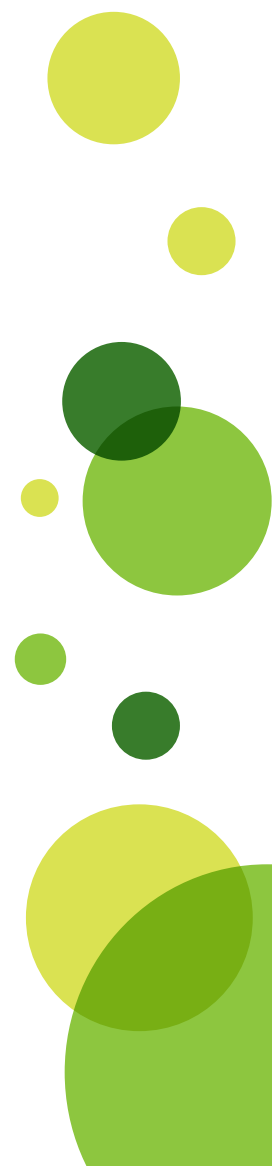
PERÚ

BENEFICIOS TOTTUS PERÚ

BENEFICIOS DE SALUD	
Ayuda Económica	Como compañía proporcionamos a nuestros colaboradores una asistencia económica con el fin de cubrir gastos inesperados en materia de salud
Afiliación Entidades Prestadoras de Salud (EPS)	Este beneficio de índole particular es otorgado a nuestros colaboradores a través de una póliza contratada con las entidades prestadoras de salud.
Seguro de Vida Grupo	Otorgado a todos nuestros colaboradores desde que ingresan a trabajar a Tottus hasta que cumplen cuatro años en la empresa, fecha en la cual ingresa al Seguro de Vida Ley.

BENEFICIOS ECONÓMICOS	
Bono de Ventas (Comercial)	Gratificación semestral otorgada a nuestros colaboradores, según las ventas realizadas con respecto al presupuesto.
Bono de Productividad (Operaciones/ Administración)	Gratificación semestral o anual que se otorga a nuestros colaboradores según la productividad realizada con respecto rendimiento, compras y rotación

OTROS BENEFICIOS	
Alimentación	Nuestros colaboradores reciben vales de alimentación de carácter no remunerativo
Canasta Navideña	Todos nuestros colaboradores reciben para Navidad una canasta de productos comestibles para compartir con sus familias durante las fiestas de fin de año.



A continuación, se detallan los montos invertidos por nuestra empresa en Chile en beneficios laborales tanto obligatorios como adicionales durante los años 2010 y 2011.

BENEFICIOS LABORALES TOTTUS CHILE

BENEFICIO	MM\$ AÑO 2010	MM\$ AÑO 2011
Aguinaldos	511	605
Aporte AFC Fondo Solidario	168	192
Aportes a Mutuales	416	489
Asignaciones de Caja de Compensación Los Andes	448	499
Bono Vacaciones	11	8
Comisiones	20	34
Gasto Seguro de Invalidez	412	425
Gratificaciones	4.127	4.735
Indemnización Feriado Legal	340	421
Movilización	641	661
Provisión Vacaciones	312	468
Sala Cuna	365	427
Servicio de Seguridad	2.015	3.263
Capacitación SENCE s/ Cobertura	2	1
Capacitación	4	1
Beneficios por Uniforme	537	546
Colación	2.044	2.706
TOTAL	12.373	15.481

FUENTE: TOTTUS CHILE

FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN

PLAN DE CAPACITACIÓN

Como compañía nos esforzamos por otorgar a nuestros colaboradores las herramientas necesarias para que desarrollen sus tareas de la mejor manera posible, motivo por el cual hemos implementado programas de capacitación, tanto para las necesidades específicas de cada cargo, como para su desarrollo integral desde la esfera profesional.

Por ello, durante 2011 nuestros colaboradores en Chile recibieron un total de 80.377 horas de capacitación, mientras que en Perú el total de horas de capacitación ascendió a 142.551.

HORAS DE CAPACITACIÓN POR ESTAMENTO 2011

	CHILE	PERU
Administradores, Jefes y Gerentes	12.420	1.186
Operativos	64.435	140.524
Administrativo - Profesional	3.522	841
TOTAL CORPORATIVO	80.377	142.551

FUENTE: TOTTUS

Es importante señalar que durante el período reportado, nuestros colaboradores en Chile fueron sometidos a una serie de programas de formación de habilidades, que les permitieron desarrollar sus actividades en óptimas condiciones, con el fin de entregar un servicio de calidad a nuestros clientes.

Entre las actividades de capacitación impartidas a nuestros colaboradores, se destacan las siguientes:

- Integración de equipos de trabajo para una mejora en el servicio interno y externo de la compañía.
- Merma y diferencia de inventario.
- Formación de habilidades, con el fin de capacitar a nuevos colaboradores.
- Grúa Horquilla.
- Capacitación en ventas de productos de línea electrónica.
- Curso formativo de armado de computadores y manejo del lenguaje de programación.
- Taller de reforzamiento lineal de cajas registradoras e inducción de manejo de cajas.
- Jornada de capacitación y perfeccionamiento para guardias de seguridad.
- Programa de fidelización.
- Cursos de inducción general de la compañía.
- Taller introductorio a la Ley 20.393 que regula la responsabilidad penal de las personas jurídicas.



El objetivo principal de la evaluación de desempeño es establecer compromisos y alinear la gestión individual con la estrategia de la compañía

EVALUACIONES DE DESEMPEÑO

Con el fin de potenciar la comunicación y cooperación entre los equipos de trabajo y valorar la gestión de cada persona en su trabajo diario, es que durante el año 2011, realizamos un importante proceso de evaluación de desempeño de 360°. La iniciativa, involucró a Gerentes de Tienda, Subgerentes y Jefaturas, alcanzando a 85 colaboradores de un total de 138, lo que corresponde a un 62% del total de dichos cargos y quienes al momento de la evaluación contaban con una antigüedad de seis meses en la empresa.

El objetivo principal de este proceso es establecer compromisos, potenciar el desarrollo de nuestros colaboradores y alinear la gestión individual con la estrategia de la compañía.

Para el año 2012, nos hemos propuesto evaluar a 900 colaboradores, ampliando el proceso a los cargos de coordinador, supervisor, profesionales y administrativos de la oficina central. Mientras que también se realizarán evaluaciones 180° y 90° a administradores y jefes de sección en tiendas.

INSTRUMENTO COLECTIVO

En Chile el porcentaje de colaboradores cubiertos por convenio colectivo en 2011 fue de 28,69% inferior a lo experimentado en 2010, que alcanzó a 37,11%. Es importante considerar que este porcentaje considera sólo los convenios colectivos (colaboradores sindicalizados o no sindicalizados), sin tomar en cuenta los contratos colectivos (sólo colaboradores sindicalizados).

Es interesante destacar que durante el período reportado nuestra compañía contó con 26 sindicatos, congregando a 3.032 colaboradores, equivalente al 33,58% de nuestra dotación.

	AÑO 2010	AÑO 2011
Número de colaboradores	7.898	9.029
Número de colaboradores sindicalizados	1.776	3.032
Porcentaje de sindicalización	22,49%	33,58%
Número de sindicatos	25	26

FUENTE: TOTTUS CHILE



En Chile, durante el 2011, nuestra compañía contó con 37 Comités Paritarios de Higiene y Seguridad



33,58% PORCENTAJE DE SINDICALIZACIÓN

En Chile hemos establecido con los 26 sindicatos, contratos colectivos que proporcionan un seguro de salud gratuito para los colaboradores más una carga, luego de 2 años de antigüedad en la empresa.

Asimismo en dos de nuestros locales - San Bernardo Plaza y La Florida - los colaboradores pueden acceder a este mismo beneficio tras cumplir un año de antigüedad.

En Perú, por otra parte, se constituyó en 2011 el primer sindicato de colaboradores, el cual congrega a 23 personas, representando un 0,30% de nuestra dotación.

	PERÚ
Número de colaboradores	7.765
Número de colaboradores sindicalizados	23
Porcentaje de sindicalización	0,30%
Número de sindicatos	1

FUENTE: TOTTUS PERÚ



0,30% PORCENTAJE DE SINDICALIZACIÓN

SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

COMITÉS PARITARIOS

En Chile, durante el período reportado, nuestra compañía contó con 37 Comités Paritarios de Higiene y Seguridad (CPHS), dando así cumplimiento a lo establecido en el Decreto Supremo N° 54, a Ley N° 16.744, que establece normas sobre accidentes del trabajo y enfermedades profesionales; y a la Ley N° 20.123 sobre Subcontratación y sistema de gestión interno de salud y seguridad ocupacional.

Estos comités paritarios representan al 100% de colaboradores considerado que reúnen a un total de 222 colaboradores de nuestra compañía.

En 2011 nuestros comités paritarios desarrollaron una serie de acciones para mejorar las condiciones de higiene y seguridad de nuestros colaboradores, destacándose las siguientes iniciativas:

- Planes de trabajo en conjunto con sindicatos
- Implementación de salas de primeros auxilios
- Difusión de información preventiva a través de murales
- Investigación de causas de accidentes del trabajo
- Análisis y mejoramiento de condiciones inseguras detectadas
- Campañas relativas al Día de la Mujer y del Trabajador.
- Concurso de dibujo para hijos de colaboradores.
- Premiación de acciones destacadas con motivo del Mes de la Prevención de Riesgos.



CHILE

11,25%

TASA DE ACCIDENTES
INFERIOR A 2010 QUE
FUE 13,59%

19,12%

DISMINUCIÓN TASA DE
AUSENTISMO RESPECTO
DE 2010

CAMPAÑAS DE SALUD Y SEGURIDAD

Como compañía desarrollamos durante el período reportado una serie de acciones tendientes a prevenir y controlar enfermedades graves que pudiesen afectar a nuestros colaboradores, sus familias y miembros de la comunidad.

En Chile, la primera de ellas estuvo orientada a una capacitación de gimnasia de pausa, en la que participaron 219 colaboradores de nuestra tienda localizada en Puente Alto Plaza, la cual estuvo orientada a disminuir las enfermedades osteomusculares. Tras esta capacitación, la administración de la tienda desarrolló un programa diario de gimnasia de pausa.

Durante las Fiestas Patrias, desarrollamos la campaña “Septiembre Seguro” en nueve de nuestras tiendas, en la que participaron 61 colaboradores de la sección carnicería y sus familias, oportunidad en la cual se dieron a conocer consejos útiles como peatón, en el hogar y al momento de conducir un vehículo.

Con motivo de la apertura de nuevas tiendas, desarrollamos jornadas de inducción masiva en las que participaron 611 colaboradores, quienes tuvieron la oportunidad de capacitarse en las siguientes áreas: evacuación de los espacios de trabajo, uso de extintor de incendios, procedimiento para levantar pesos críticos según lo establecido en la Ley N°20.001 sobre cargas admisibles, utilización de elementos de protección personal y normativa legal sobre accidentes del trabajo y enfermedades profesionales.

A ello se suma la campaña “Sienta bien a tu hijo”, orientada a aconsejar a nuestros clientes en el uso correcto de las sillas de bebe que se localizan en los carros de compra.

Como compañía desarrollamos durante 2011 una serie de acciones tendientes a prevenir y controlar enfermedades que pudiesen afectar a nuestros colaboradores, sus familias y a la comunidad

Por último, como compañía junto a las mutuales de seguridad - Asociación Chilena de Seguridad (ACHS) y Mutual de Seguridad- a las que pertenecemos, desarrollamos la campaña “Prevención del Cáncer de Mamas”, a través de la cual nuestras colaboradoras pudieron acceder a un descuento de un 50% para efectuarse exámenes de prevención de cáncer de mamas.

TASAS DE ACCIDENTES

Gracias a las capacitaciones mencionadas y el trabajo preventivo constante, hemos experimentado una disminución en las tasas de accidentabilidad, siniestralidad y enfermedades profesionales durante los últimos años.

Durante este período, en Tottus Chile la tasa de accidentabilidad fue de un 11,25%, porcentaje inferior a lo experimentado en periodo anterior, la cual correspondió a un 13,59%.

TASAS DE ACCIDENTES TOTTUS CHILE

	AÑO 2010	AÑO 2011
Número de Accidentes	994	944
Número de Enfermedades Profesionales	22	18
Días Perdidos	8.909	9.000
Tasa de Accidentes (IR)	13,59	11,25
Tasa de Enfermedades profesionales (ODR)	0,30	0,21
Tasa de Días Perdidos por Accidentes (IDR)	121,82	107,28
Tasa de Ausentismo (AR)	6,64	5,37

FUENTE: TOTTUS CHILE

IR: (Nº DE ACCIDENTES X 200.000) / TOTAL HORAS TRABAJADAS
 ODR: (Nº CASOS DE ENFERMEDADES OCUPACIONALES X 200.000) / TOTAL HORAS TRABAJADAS
 IDR: (Nº DÍAS PERDIDOS X 200.000) / TOTAL DE HORAS TRABAJADAS
 AR: (Nº DÍAS PERDIDOS POR AUSENCIA X 100) / Nº DÍAS TRABAJADOS POR EL COLECTIVO DE COLABORADORES)

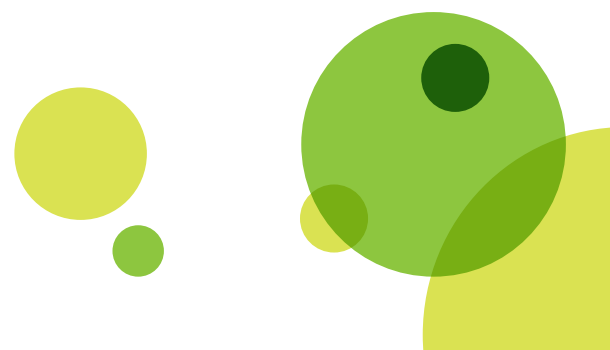
En cuanto a la tasa de enfermedades profesionales, disminuyó en un 0,9%, considerando que en 2011 fue de 0,21% en comparación con el 0,30% registrado en 2010.

La tasa de días perdidos por accidente, ya sea durante el trayecto, en el lugar de trabajo o enfermedades profesionales, presentó una disminución de un 14,54% respecto año anterior.

Por último, la tasa de ausentismo experimentó una disminución durante el período 2010 - 2011 de un 19,12%, considerando que en 2011 fue de un 5,37% y en 2010 de un 6,64%.

La disminución de estos índices, se debe principalmente a un trabajo profundo en los procesos preventivos y que se enmarcan en el Sistema de Gestión de Salud y Seguridad Ocupacional de la empresa.

A ello, se suma una serie de acciones tendientes a velar por la salud y seguridad de nuestros colaboradores, entre las cuales destacan: presencia de un prevencionista de riesgo en tiendas, implementación y cumplimiento de estándares de trabajo seguro en cada área de los locales, participación de los comités paritarios en la investigación y control de accidentes y capacitaciones de los colaboradores







RELACIÓN CON CLIENTES
Y RESPONSABILIDAD
DEL PRODUCTO

06

Buscamos adelantarnos a las necesidades de los clientes y entregar un servicio coherente con los tiempos y con el actual perfil del consumidor, cada vez mas exigente e informado

Los clientes son y serán siempre el foco principal de nuestra operación. Trabajamos para superar sus expectativas y responder con la mayor prontitud a sus necesidades diarias de alimentación. Conocemos bien nuestro negocio y sabemos que sin el contacto permanente con el público que día a día nos visita, sería imposible realizar nuestra tarea con éxito.

Reconocemos en nuestros clientes, personas informadas y empoderadas, que buscan un servicio cercano y preparado. Es por ello, que trabajamos en distintos proyectos que apoyen la relación con nuestros clientes y colaboren en la entrega de un servicio auténtico y cordial.

Nuestro Proyecto de Servicio al cliente - Girasol

Girasol es un proyecto que nace en 2010 y que durante 2011 continua reforzando el modelo de servicio orientado a nuestros clientes internos y externos, enmarcado dentro de los valores ejes de compromiso, respeto, empatía, calidad y excelencia.

En 2011 Girasol tuvo como objetivo principal robustecer el Plan de Calidad 2011, centrando el esfuerzo en los mandos medios de los locales de venta, formación en calidad de servicio para administradores y jefe de sección de tiendas. Asimismo, generamos instancias de diálogo entre gerentes zonales, gerentes de tiendas y personal en contacto de tiendas y se dio a conocer el protocolo de atención en tienda.

Nuestro foco de trabajo se centró de manera exclusiva en Gerentes de Tienda, Gerentes Zonales, Administradores de Área, Jefes de Sección y Personal en Contacto, capacitando durante 2011 un total de 2.180 colaboradores.



Como compañía, buscamos la excelencia en todo lo que hacemos y fomentamos una actitud de servicio en todo momento

JORNADAS DE FORMACIÓN · PROYECTO GIRASOL 2011



SEGURIDAD DE PRODUCTOS

Más allá de la normativa, para nuestra empresa es fundamental desarrollar e implementar todas las medidas que estén disponibles para asegurar la calidad e inocuidad de los productos que ponemos a disposición del público. Esto, tanto para aquellos alimentos de elaboración propia, como para los elementos que son puestos en nuestras góndolas por los proveedores del supermercado.

Trabajamos en que los mecanismos de control sean cada vez más acuciosos, de modo que nuestros proveedores también aseguren la trazabilidad de sus productos y que todos los eslabones de esta cadena asuman responsablemente la importancia del trabajo conjunto y de cara al cliente.

Esta área es fundamental en la cadena de servicio de nuestro supermercado y por ello, en el último año, nos hemos preocupado de dotarla de más y mejores herramientas para su correcto desarrollo.

El Departamento de Aseguramiento de Calidad tiene implementado un sistema basado en Buenas Prácticas de Manufactura y está trabajando en la implementación de sistema HACCP en áreas críticas de producción de Pastelería, Platos Preparados y Pizzas para Centro de Producción y Tiendas.

Como método para asegurar la calidad de nuestros productos y materias primas utilizadas, hemos aumentado la fiscalización a las plantas de producción de proveedores percibibles con el fin de conocer su sistema de calidad, de infraestructuras y manipulación. En el año 2011 se aumentaron las auditorías a proveedores en un 158% en comparación con las auditorías realizadas el año 2010.

Es interesante destacar que en Chile hemos implementado un sistema de aseguramiento de calidad correspondiente a Buenas Prácticas de Manufactura, para el 2012, está contemplado incorporar un plan de análisis microbiológico de los alimentos de elaboración propia en los supermercados, a modo de verificar el cumplimiento de las buenas prácticas de manufactura y los requisitos microbiológicos exigidos en el reglamento Sanitario de los Alimentos.

SEGURIDAD EN MARCAS PROPIAS

En el caso de los productos de marca propia, el 100% de ellos se testean y una vez obtenida la calidad buscada, los proveedores deben enviar las fichas técnicas y análisis de laboratorio que respalden y certifiquen la información de la ficha técnica, con la cual se rotula el envase del producto.

En el año 2011, el departamento de Marcas Propias aumentó la dotación de ingenieros en Alimentos y se contrató una empresa externa especializada para la evaluación, fiscalización y toma de muestras de los productos a la venta, para así evaluar el cumplimiento de condiciones microbiológicas y físico- organolépticas.

Las auditorías realizadas a proveedores se aumentaron en el año 2011 en un 76% en comparación al año 2010, aumentando el porcentaje mínimo de aprobación de un 75% a 80%.



Todos los productos que se comercializan en nuestros locales, deben cumplir con la normativa vigente establecida

ETIQUETA DE PRODUCTOS Y CUMPLIMIENTO NORMATIVO

Todos los productos que se comercializan en nuestros locales, deben cumplir con la normativa vigente de rotulación y etiquetado establecido en el Reglamento Sanitario de los Alimentos.

Para verificar esto, el equipo de aseguramiento de calidad chileno, incorporó en 2011 una nutricionista que confecciona y valida la información nutricional rotulada en los productos elaborados por nuestra empresa. Además, en el departamento de marcas propias, la rotulación de los productos se respalda con análisis de laboratorios externos certificados.

En tanto, en Perú disponemos de un sistema integrado de gestión, el cual aborda todos aquellos temas relacionados con calidad, inocuidad de alimentos, gestión ambiental, seguridad industrial y salud ocupacional. De esta manera, todos nuestros productos antes de ser comercializados, son sometidos a una evaluación, donde se verifica su correcto rotulado, para dar así cumplimiento a la normativa vigente de este país, emanadas por la Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA), por la Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas y por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI).

Esta evaluación de etiquetado de productos - alimentos y bebidas -, contempla el nombre comercial y marca del producto, ingredientes y aditivos, nombre y dirección del fabricante, código y registro sanitario, código o clave de lote, fecha de vencimiento, condiciones de conservación y contenido neto del producto.



RELACIÓN CON CLIENTES Y RESPONSABILIDAD DEL PRODUCTO

06

En Perú, con el propósito de velar por la seguridad alimentaria, nuestras tiendas y centros de producción han implementado la norma HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point), la cual nos permite identificar, evaluar y controlar peligros significativos, para así garantizar la inocuidad de los alimentos en las áreas de panadería y pastelería.

También hemos desarrollado un estricto Sistema de Control de Proveedores, cuyo objetivo principal está orientado a verificar las condiciones higiénico - sanitarias de las plantas de procesamiento y las instalaciones de nuestros proveedores, asegurando así, la calidad e inocuidad de los productos comercializados.

A través de este sistema de control, se inspeccionan y auditan los establecimientos dedicados a la fabricación, elaboración, almacenamiento, comercialización o expendio de alimentos y bebidas, cosméticos, productos de higiene personal, sanitaria y doméstica, insumos e instrumental, equipos de uso médico y productos non food, que abastecen nuestras tiendas en Perú.

Por la naturaleza de su operación, nuestros supermercados se encuentran bajo la constante fiscalización de la autoridad sanitaria, representada por la Secretaría Regional Ministerial de Salud en las respectivas regiones del país, procedimientos que han ido en aumento en comparación con el año anterior.

Nuestra cadena no ha estado ausente de este sistema de control, recibiendo a los fiscalizadores en múltiples oportunidades, donde se ha constatado en la mayoría de los casos el correcto funcionamiento de nuestros locales. En las ocasiones donde la autoridad ha determinado realizar observaciones, la mayoría relacionadas con la infraestructura, se han tomado inmediatamente las medidas reparatorias resolviendo las discrepancias en forma inmediata a su detección.

Dentro de nuestro espíritu de mejora continua, hemos reforzado la capacitación en esta área tanto a nuestros colaboradores como las empresas externas que prestan servicios en nuestros locales. También, hemos destinado más recursos para ejecutar los cambios y modificaciones necesarias de nuestra infraestructura, de modo de disminuir al mínimo los riesgos propios de una operación de esta índole.

INCIDENTES Y MULTAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS OFRECIDOS POR TOTTUS CHILE

	AÑO 2010	AÑO 2011	VARIACIÓN	AUTORIDAD QUE SANCIONÓ
Número total de incidentes	15	14	0,93%	Secretaría Regional Ministerial (Seremi) de Salud y Servicio Agrícola y Ganadero (SAG)
Valor en pesos de multas asociadas a incidentes sancionados por autoridades	14.120.000	15.080.000	1,06%	Secretaría Regional Ministerial (Seremi) de Salud y Servicio Agrícola y Ganadero (SAG)

FUENTE: TOTTUS CHILE

En todo momento, trabajamos en asegurar la calidad de nuestros productos y servicios

SATISFACCIÓN DE CLIENTES

No sólo queremos satisfacer a nuestros clientes. Queremos superar sus expectativas. Trabajamos para que su experiencia de compra sea un momento agradable. Que desde que entra a nuestro supermercado hasta que disfruta la compra en familia, sienta que optimizó su tiempo e hizo una elección inteligente. Esperamos que vuelva y nos haga parte de sus necesidades cotidianas de alimentación. Trabajamos por conocer estas necesidades con la mayor prontitud posible y nos gustaría saber de ellas, por nuestra capacidad de estar en contacto con el público.

Para ello, durante el año 2011 nuestra área de Servicio al Cliente en Chile desarrolló un plan de trabajo centrado en el análisis de los comentarios de los clientes sobre su experiencia con la empresa y el seguimiento como foco de mejora.

Este plan, que se terminará de implementar en 2012, se sustenta principalmente en llevar un registro y control de los comentarios y reclamos de clientes y dar respuesta de manera oportuna a sus requerimientos. En términos operativos, se han desarrollado procedimientos para

generar hábitos y cultura de servicio, partiendo por centralizar los ingresos en un canal único que concentra toda la información, estandarizando paulatinamente protocolos de respuesta.

El objetivo del proyecto, es detectar los focos de mejora a través del análisis de la información presentada por los clientes y transformarlos en planes de acción abordados por diferentes áreas de la compañía.

Otra de nuestras metas y para lo cual se trabajará en 2012, es mejorar e implementar módulos de Servicio al Cliente en cada uno de nuestros locales, donde el público pueda encontrar soluciones y respuestas certeras a sus requerimientos.

Perú también trabajará en esta línea y a partir de 2012, implementará una medición mensual por tienda en el área de cajas, donde además de otros factores, se evaluará la interacción con el cliente. Este mismo proyecto, pretende trabajar también con la presentación personal, los tiempos de espera y el orden y limpieza de áreas.



CARLA SAA CARVAJAL

CLIENTA TOTTUS SAN FELIPE

“La llegada de Tottus a la comuna de San Felipe ha sido un gran aporte, tanto por el mejoramiento del entorno que antes era peligroso, como por la alternativa de compra que significa. Ha sido muy bueno tener otro lugar donde comprar: hay de todo, tiene excelentes estacionamientos y precios muy convenientes. La calidad es muy buena y me he hecho asidua a los productos marca Tottus”.





RELACIÓN CON
PROVEEDORES

07

Nuestros proveedores
son verdaderos socios
estratégicos que comparten
nuestra visión



Dentro del proceso de servicio que presta un supermercado, los proveedores son un elemento fundamental. Son ellos, los que depositan su confianza en nuestras góndolas y nos encargan la comercialización final de sus productos. Como parte de nuestra cadena de valor, son aliados estratégicos con los cuales debemos compartir valores corporativos y estrategias comerciales.

Nuestra empresa, cuenta con una variedad de más de 25 mil productos, entre alimentos, vestuario, hogar, electro y bazar, provistos por un número importante y variado de proveedores, con los que buscamos relaciones transparentes y a largo plazo.

FOMENTANDO LAS RELACIONES

Durante el período reportado, nuestra empresa en Chile contó con 2.052 proveedores locales y 26 extranjeros, que generaron un gasto total de MM\$390.031, cifra superior a la registrada en el período anterior, que fue de MM\$331.513.

PROVEEDORES Y GASTO TOTTUS CHILE (MM\$)

	AÑO 2010	AÑO 2011
Proveedores Locales	2033	2052
Proveedores Extranjeros	26	26
TOTAL DE PROVEEDORES	2059	2078
Gasto Proveedores Locales	309.502	364.081
Gasto Proveedores Extranjeros	22.011	25.950
GASTO TOTAL EN PROVEEDORES	331.513	390.031

FUENTE: TOTTUS CHILE

2.078

PROVEEDORES EN CHILE

Nuestra empresa, cuenta con una variedad de más de 25 mil productos, entre alimentos, vestuario, hogar, electro y bazar

Dentro del perfil de nuestros proveedores, la empresa ha buscado dar cabida a pequeñas y medianas empresas, que ven en el supermercado una oportunidad única de comercializar sus productos. El trato con ellos y con los principales proveedores de la empresa, está a cargo de los Product Manager, quienes tienen la responsabilidad de gestionar y consolidar la relación existente, para lo cual realizan reuniones periódicas para revisar distintos aspectos comerciales.

CONTRATACIÓN DE PROVEEDORES

La contratación de los proveedores se efectúa de manera directa y transparente. Para ello, Tottus Chile fijó contratos con condiciones comerciales específicas, entre las que destacan:

- Inversión en marketing
- Plazos de pago
- Condiciones logísticas (lugar de entrega y periodicidad)
- Canales de información (EDI-B2B, Portal de Proveedores)
- Contratos de elaboración de productos (MMPP)

Por otro lado, las compras de materiales propios de la industria del retail, se efectúan de manera conjunta con Falabella, lo que genera mejoras en la gestión y economías de escala.

PAGO A PROVEEDORES

Como una manera de mantener una estrecha y fluida comunicación con los proveedores, en Tottus Chile el departamento de pago a proveedores de la gerencia de Finanzas, establece periódicamente instancias para revisar la situación del proveedor, analizar procedimientos internos y externos, entre otros temas de interés mutuo.

De manera de facilitar un contacto y el acceso a la información, la empresa dispone del Portal de Proveedores Tottus, donde se concentra toda la información necesaria en línea. Entre los datos que entrega, se encuentran el status de facturas; notas de crédito registradas y emitidas; status de pagos realizados a los proveedores; guías de devolución asociadas a las facturas; y facturas emitidas por concepto de rebates.



JULIO CORREA FIGARI

GERENTE GENERAL BAGNO

“Nuestra compañía lleva cuatro años trabajando con Tottus y ha sido un agrado, ya que en este negocio el trato personalizado que entrega es muy importante. Estamos en comunicación permanente para realizar operaciones comerciales y desarrollar nuevos productos. La relación que tenemos hoy con los compradores y personal de venta nos parece muy apropiada, ya que en conjunto resolvemos los temas que se presentan y nos proyectamos muy a futuro con la cadena”.





TOTTUS Y
EL MEDIOAMBIENTE

08

Estamos comprometidos
con el cuidado del
medioambiente y el uso
racional de los recursos

La incorporación de temas ambientales dentro de la estrategia corporativa es hoy parte inherente en el ejercicio completo de una empresa, es por eso que nosotros mantenemos un compromiso permanente con el cuidado y protección de nuestro entorno, haciendo un uso racional de los recursos y generando iniciativas corporativas encaminadas al respeto de la biodiversidad y a una operación responsable.

Este compromiso se traduce en acciones tendientes a la gestión de los residuos, iniciativas de eficiencia energética, consumo de materiales, uso adecuado del agua, cuidado del medio ambiente y de la biodiversidad, reducción de gases de efecto invernadero y transporte, entre otras acciones.

Nuestros Consumos



MATERIALES

Los principales materiales utilizados por nuestra compañía en Chile y Perú, producto de las operaciones de nuestras tiendas, se centraron principalmente en papel de impresión, jabón líquido, tintas - catridges y papel higiénico.

MATERIALES UTILIZADOS

MATERIAL	CORPORATIVO			CHILE		PERÚ	
	AÑO 2010	AÑO 2011	VARIACIÓN	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2010	AÑO 2011
Papel de impresión (Kg)	84.581,26	91.354,46	8,01%	44.234,98	54.115,70	40.346,28	37.238,76
Jabón líquido (Lt)	4.387	5.084	15,9%	3.999	4.520	388	564
Tintas - Catridges (U)	5.401	7.529	39,4%	1.738	2.402	3.618	5.127
Papel higiénico (U)	75.066	86.224	14,86%	45.876	51.670	29.190	34.554

Mantenemos un compromiso permanente con el cuidado y protección de nuestro entorno, haciendo un uso racional de los recursos y generando iniciativas corporativas encaminadas al respeto de la biodiversidad y a una operación responsable

Los incrementos de las distintas cifras, se deben principalmente al aumento de números de locales durante el período reportado, ya que el año 2011 estuvo marcado por las iniciativas dirigidas a reducir los consumos.

Es así como desde 2010 trabajamos con la Sociedad Comercializadora American Inck y Comercializadora Recyplanet Chile, a quienes les adquirimos los toners de impresoras que utilizan polvo reciclado, aportando con la disminución del consumo de este producto.

Otras de las medidas tomadas durante el año, fue la implementación de nuevos dispensadores de papel, que gracias a su sistema de autocorte, disminuyeron significativamente el consumo. Tanto así, que nuestro uso de toallas interfoliadas registró una disminución de -7,24 con respecto al período anterior.

En tanto, la disminución del uso del papel de impresión por parte de nuestras tiendas en Perú se debe a la reutilización de este insumo, ya que por política interna se utiliza sólo una cara del papel al momento de imprimir, utilizando la otra cara para una nueva etapa de impresión.

Es importante hacer mención que el aumento del uso de jabón líquido se debe a que este producto se integró a nuestras operaciones en tiendas a contar de octubre de 2010.

OTROS MATERIALES UTILIZADOS POR TOTTUS CHILE

MATERIAL	AÑO 2010	AÑO 2011	VARIACIÓN
Film pallets (Kg)	37.788	43.884	16,13%
Rollo de boletas (U)	101.120	121.740	20,39%
Cinta impresión cajas (U)	600	800	33,33%
Toalla interfoliada (U)	156.848	145.500	-7,24%

FUENTE: TOTTUS CHILE

OTROS MATERIALES UTILIZADOS POR TOTTUS PERÚ

MATERIAL	AÑO 2010	AÑO 2011	VARIACIÓN
Cinta embalajes (U)	27.036	30.888	14,25%
Bolsas (U)	80.031	101.962	27,40%

FUENTE: TOTTUS PERÚ





ENERGÍA

Como compañía estamos conscientes de la importancia en el uso adecuado de la energía, motivo por el cual hemos desarrollado una serie de acciones, tanto en Chile como en Perú, para minimizar nuestro consumo, generando así un menor impacto en la naturaleza producto de nuestras operaciones.

CONSUMO INDIRECTO DE ENERGÍA

MATERIAL	CORPORATIVO			CHILE		PERÚ	
	AÑO 2010	AÑO 2011	VARIACIÓN	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2010	AÑO 2011
Consumo Eléctrico (kWh)	130.619.434,88	154.107.983,42	17,98%	66.923.010	73.808.559	63.696.424,88	80.299.424,42
GLP (Lt)	960.728,36	1.172.423,40	22,03%	897.831	1.075.103	62.897	97.320
GN (m ³)	789.505,35	914.447,72	15,83%	769.516,46	855.010,58	19.989	59.437

FUENTE: TOTTUS

El incremento del consumo de las distintas fuentes de energía, tanto en Chile como en Perú, se debe principalmente a la apertura de seis nuevos locales. Es así como el consumo eléctrico, por ejemplo, aumentó en un 17,98%, donde también influyó el cambio de luminarias y equipos de aire acondicionado de locales ya operativos.

A nivel corporativo, la empresa ha implementado algunas iniciativas para disminuir los consumos. En Perú, por ejemplo, hemos desarrollado un programa de ahorro de energía con el propósito de reducir el consumo de Kw en tienda. Entre las medidas ejecutadas se encuentra la implementación de equipos de ahorro de energía, el uso de válvulas de expansión electrónica en los equipos de frío, un timer de encendido y apagado de motores, la reducción de potencia de rack de frío y la implementación de luminaria led.

A ello, se suma el cambio de matriz energética, a gas natural, en los equipos de cocina y panadería en nuestras tiendas de La Marina, Atocongo, Zorritos y Tusilagos, logrando un ahorro promedio de 30.000 Kw/mes. También, hemos implementado el cambio progresivo de las islas de congelados instaladas al rack de frío por islas de congelados autocontenidas, reduciendo la capacidad del rack entre 10.000 a 12.000 Kw/mes en las tiendas de Begonias, La Marina, Chorrillos, Puente Piedra e Ica.

Por último, se implementó un sistema Oro Luz en la tienda Crillón para reducir el amperaje y voltaje en las lámparas de halogenuro.

En Perú, una de las iniciativas de reducción energética fue el uso de válvulas de expansión electrónica en los equipos de frío, un timer de encendido y apagado de motores y la implementación de luminaria led



En todos nuestros locales utilizamos los servicios de agua potable proporcionados por las empresas sanitarias de cada ciudad o comuna donde operamos. No usamos ninguna otra fuente de agua y por lo mismo, no afectamos ningún afluyente o recurso hídrico. Tampoco reciclamos ni reutilizamos agua producto de nuestras operaciones.

De esta manera, en las 64 salas de ventas (37 en Chile y 27 en Perú) en 2011 se consumieron 653.714 metros cúbicos de agua.

CAPTACIÓN TOTAL DE AGUA POR FUENTES

MATERIAL	CORPORATIVO		CHILE		PERÚ	
	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2010	AÑO 2011
Consumo (m ³)	572.266	653.714	356.382	391.433	215.884	262.281

FUENTE: TOTTUS

Si bien el incremento del consumo se explica por el aumento de locales, es interesante hacer mención que si bien en Perú el consumo de agua aumentó en 46.397,45 metros cúbicos, la relación m³/m² disminuyó en 0,138, ya que en 2011 esta fue de 1,150 en comparación con el año anterior, que alcanzó un 1,012.

Esta disminución se debe principalmente a la implementación de una política de uso eficiente del agua, la que ha establecido una serie de medidas, entre las que se consideran la utilización de urinarios secos, la implementación de equipos que permiten el ahorro agua, la eliminación de fugas de agua en los baños de clientes y colaboradores. Además, se han establecido ratios con relación a los metros cuadrados y las ventas, para que cada tienda apoye en el ahorro.



Cuidando Nuestro Medioambiente



RETIRO Y RECICLAJE DE MATERIALES

Tottus tiene la responsabilidad de gestionar los residuos que genera, por ello mantiene acciones tendientes a controlar la cantidad de materiales que se desechan producto de las operaciones desarrolladas por cada una de nuestras tiendas.

En Chile, trabajamos junto a Ecológica - empresa especialista en la administración de residuos industriales - que se encarga de recolectar, seleccionar, acopiar y compactar todos los materiales de desecho asociados a la producción y operación de nuestra compañía.

De esta manera, se garantiza un tratamiento sustentable de los desechos, tras lo cual Ecológica certifica la trazabilidad de los residuos, acorde a la legislación vigente.

El siguiente cuadro describe los residuos que se procesan, considerando destinatarios y resoluciones sanitarias.

RESIDUO	1° DESTINATARIO	RESOLUCIÓN SANITARIA	DESTINATARIO FINAL	RESOLUCIÓN SANITARIA
Aceite	ECOLOGICA	N°44.005 del 27/08/2010	· Moraga y Rojas · Bravo Energy	· N°15.061 del 09/04/2008 · N°4.217 del 27/02/1998
Barrido harina	ECOLOGICA	N°44.005 del 27/08/2010	Gustavo Dimter	N°15.754 del 09/12/2009
Grasa animal	ECOLOGICA	N°44.005 del 27/08/2010	Marión Palominos	N°41.394 del 28/09/2006
Papel Blanco	ECOLOGICA	N°44.005 del 27/08/2010	SOREPA	N°51.631 del 21/11/2008
Papel Publicidad	ECOLOGICA	N°44.005 del 27/08/2010	SOREPA	N°51.631 del 21/11/2008
Plásticos	ECOLOGICA	N°44.005 del 27/08/2010	INPROPLAS	N°21.821 DEL 15/05/2009
Cartón	SOREPA	N°51.631 del 21/11/2008	SOREPA	N°51.631 del 21/11/2008

FUENTE: TOTTUS

Es importante señalar que el aumento en el total de residuos retirados en 2011 en comparación con el año anterior, se debe a la apertura de nuevas tiendas.

En el siguiente cuadro se puede apreciar en detalle el total de residuos gestionados por nuestra compañía en Chile:

MATERIALES RETIRADOS POR TOTTUS CHILE

MATERIAL	TOTAL KG-MES 2010	TOTAL KG - MES 2011	VARIACIÓN
Aceite	26.821	36.464	26,40%
Barrido harina	8.982	7.351	-22,20%
Grasa animal	19.297	29.383	34,30%
Papel Blanco	1.211	1.563	22,50%
Papel Publicidad	1.262	2.391	47,20%
Plásticos	23.250	27.522	15,50%
Sacos	6.311	7.984	21%
TOTAL	87.134	112.658	

FUENTE: TOTTUS CHILE

Es interesante destacar que nuestra empresa en Chile, a través de la Sociedad Recuperadora de Papel (Sorepa), recuperó 5.468.169 kilos de cartón y papel, logrando así una serie de beneficios medioambientales, de acuerdo a los factores de conversión establecidos por Environmental Protection Agency (EPA) de Estados Unidos de Norteamérica:

Árboles	92.959 árboles que se dejaron de cortar
Energía	30.075 Mwk de ahorro de energía
Agua	144.896 metros cúbicos de agua que se ahorraron
Espacio en vertedero	68.352 Mt ³ que no se ocuparon
Emisión de gases	5.468 toneladas de carbono equivalente (MTCE), Efecto Invernadero

Sorepa, dos veces por semana, retira de todos nuestros locales estos materiales, los cuales son despachados posteriormente a la Compañía Manufacturera de Papeles y Cartones (CMPC) para su reciclaje.



JOSÉ DE LOS SANTOS

EJECUTIVO DE COMPRA - SOREPA

“Llevamos muchos años trabajando con Tottus y en todo este tiempo la comunicación siempre ha sido muy fluida y preocupada de buscar mejoras. Hemos trabajado en conjunto la forma en cómo aumentar la preocupación por el medioambiente y todas las personas involucradas en este tema han tenido una disposición que ha facilitado avanzar permanentemente”.



EFICIENCIA ENERGÉTICA

Para Tottus es de suma importancia efectuar iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía. De esta manera, en Chile durante 2011 se iniciaron los primeros estudios en materia de eficiencia energética, enfocados en el cambio de iluminación en dos locales de la Región Metropolitana: Buin y San Bernardo Estación.

El objetivo era impactar en la mejora de la operación en dichas tiendas, con foco en la calidad de la iluminación. Estos proyectos son avalados por los estudios realizados en la Mesa de Eficiencia Energética Retail (MEER) de la Agencia Chilena de Eficiencia Energética (AChEE).

Otra iniciativa, se materializó en un plan piloto de monitoreo de las temperaturas de los equipos de frío en las tiendas Calama Mall, Calama Centro, San Felipe y Talca, para buscar mejoras energéticas y operacionales.

Este sistema consistió en registrar las temperaturas de los muebles, cámaras y señales de alarma de falla, con el propósito de poder controlar y administrar la operación de los equipos a distancia, y poder hacer eficiente la mantención y operación. Para ello se contrató a la empresa NuovaService, proveedor que proporciona este servicio las 24 horas del día, de manera de poder mantener un control completo de los sistemas.



Fomentamos la reutilización de la nueva bolsa de material non woven, que está fabricada en un material altamente ecológico, que permite reutilizarla en un período prolongado



BIODIVERSIDAD

Nuestras tiendas en Chile, por la naturaleza del negocio, no afectan ni alteran espacios naturales protegidos o de alta diversidad, por operar en zonas urbanas.

Cada uno de nuestros proyectos, antes de comenzar la etapa de construcción, es sometido a declaraciones de impacto ambiental, donde se evalúa los efectos de nuestras operaciones que atenten contra la flora y fauna local, estableciéndose allí las acciones necesarias para evitar posibles daños de biodiversidad. Nuestros locales no están emplazados en espacios naturales protegidos o restaurado y ninguna especie de flora y fauna que se encuentran en nuestras instalaciones integra la Lista Roja de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (IUCN).

Un aspecto a destacar en nuestro constante cuidado y preocupación por el medio ambiente, es el trabajo que realizamos en Chile con las bolsas camisetas oxibiodegradables, las cuales están fabricadas en polietileno de alta densidad y que tienen la cualidad de ser biodegradables, gracias a la incorporación en su cadena de producción del aditivo químico epi.

Este aditivo permite que las bolsas tengan la propiedad de autodegradarse en un 100% dentro de un período de 18 meses, en el caso de cumplir requisitos como luminosidad, temperatura, humedad y capacidades mecánicas de compactación en los vertederos.

En el período reportado, se usaron 155 millones de unidades de bolsas oxibiodegradables, en las 37 tiendas de la empresa Chile.

BOLSAS OXIBIODEGRADABLES TOTTUS CHILE



EMBALAJE SOSTENIBLE	PRODUCTOS RECUPERADOS (UNIDADES)	RECUPERABILIDAD
Bolsa Oxobiodegradable	155.000.000	100%

FUENTE: TOTTUS CHILE

Como una forma de disminuir el uso de bolsas plásticas, fomentamos la reutilización de la nueva bolsa de material non woven, que está fabricada en un material altamente ecológico, lo cual permite reutilizarla en un período prolongado, ya que es lavable y así el cliente puede usarla en sus compras cuantas veces estime conveniente.

BOLSAS TOTTUS CHILE

BOLSAS REUTILIZABLES / OXIBIODEGRADABLES	AÑO 2010	AÑO 2011
Bolsa Reutilizable	86.000	69.400
Bolsa Oxobiodegradable	135.000.000	155.000.000
N° Tiendas	31	37

FUENTE: TOTTUS CHILE

REDUCCIÓN DE GAS EFECTO INVERNADERO

En nuestras tiendas en Chile, se realizan mediciones de emisiones de material particulado, que se pudieran producir por la operación de generadores de energía de respaldo, utilizados principalmente cuando las empresas de energía no nos proporcionan el servicio correspondiente. Dicha medición estableció que nuestras emisiones de material particulado durante el período reportado fueron de 270.633 Kg/Año. También se efectúa esta medición en nuestros hornos de cocción de la sección de panadería, registrando un total de 1.811.520 kg/año de CO.

ALMACENAJE

Nuestra compañía ha implementado un adecuado procedimiento de almacenaje de productos para evitar su contaminación. Desarrollamos procesos de disposición intermedia antes de ser retirados por las empresas externas respectivas, entre las que se cuentan las siguientes acciones:

Aceite	Tambor de 200 litros en sala de aceite de cada tienda.
Barrido harina	Sacos harineros en bodega.
Grasa animal	Cámara de carnicería.
Papel blanco	Contenedor de papel en cada oficina.
Papel publicidad	Contenedor en sala de publicista.
Plásticos	Sacos plásticos en patio de camiones
Cartón	Contenedores en patios de camiones

FUENTE: TOTTUS CHILE

VERTIDOS LÍQUIDOS

Respecto a las aguas residuales, Tottus Chile vierte estas descargas al alcantarillado público, según lo establece la legislación vigente, por ser de uso doméstico no industrial.

DERRAMES ACCIDENTALES

Durante el período reportado, en Tottus Chile no hemos registrado incidentes de derrames de residuos peligrosos, no afectando recursos hídricos ni hábitats protegidos.

En junio de 2011 se realizó el lanzamiento a público de Tottus.cl, cubriendo 11 comunas en la Región Metropolitana



Como parte de la estrategia de negocios durante el segundo semestre del 2011, nuestra compañía centralizó sus operaciones en la comuna de Pudahuel en un solo punto de distribución, generando eficiencias y disminuyendo los despachos a locales en un 5%. A este centro de distribución, se suman los localizados en las comunas de Paine y Maipú. Siendo este, un logro importante en materia de distribución de mercadería y como medida inicial para mitigar impacto ambiental.

TOTAL CENTROS DE DISTRIBUCIÓN TOTTUS CHILE

AÑO 2010	AÑO 2011
4 Pudahuel	1 Pudahuel
1 Paine	1 Paine
1 Maipú	1 Maipú

FUENTE: TOTTUS CHILE

Nuestra compañía realizó desde sus centros de distribución 24.531 despachos a locales Tottus, recorriendo un total de 3.212.265 kilómetros, consumiendo 1.003.833 litros de combustible.

A ello se suma, el proceso de centralización de entrega de proveedores, lo que disminuyó los fletes de proveedor a nuestra cadena en una relación 37 a 1 para el 20% del total de entregas de proveedores a Tottus.

Por otra parte, en junio de 2011 se realizó el lanzamiento a público de Tottus.cl, sitio Web de comercio electrónico que cubre 11 comunas de la Región Metropolitana.

Por último, es importante hacer mención que Tottus Chile no ha transportado durante el período reportado sustancias peligrosas según lo establecido por el Convenio de Basilea.

CUMPLIMIENTO NORMATIVO

En Chile durante el período reportado nuestra compañía no registró multas ni sanciones no monetarias por incumplimiento a la normativa ambiental.

Sin embargo, en Perú recibimos dos sanciones no monetarias producto de nuestras operaciones en Canta Callao y Huaylas (Chorrillos), por infracción de la Norma R.C.D. N° 011-2007 de la Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento y del Decreto Supremo N° 021-2009 de Vivienda, motivo por el cual se realizó una limpieza de la trampa de grasa y ductos, y jornadas de capacitación del personal, en materia de efluentes y buenas prácticas en el área de perecibles.





COMUNIDAD

09

Buscamos ser un vecino
más en las comunidades
donde estamos instalados



Nuestra Relación con la Comunidad

Como compañía comprendemos la importancia de establecer y mantener relaciones de colaboración con las comunidades en las cuales operan nuestras tiendas.

La apertura de nuevos locales involucra una serie de cambios positivos para los habitantes del sector, ya que pueden acceder en un solo lugar a un gran número de productos y servicios, junto con la posibilidad de optar a nuevas oportunidades laborales y al desarrollo de proveedores locales.

Tottus desarrolla una serie de acciones tendientes a apoyar a organizaciones sociales y al mejoramiento urbano de las comunas donde nos insertamos, con el fin de minimizar impactos producto de nuestras operaciones y de escuchar atentamente las diferentes necesidades de la comunidad.

APOYO A FUNDACIONES Y ONG`S

La manera en como nos relacionamos y contribuimos a minimizar los impactos que nuestras operaciones producen en las comunidades es esencial, es por eso que reconocemos la importancia de apoyar proyectos de acción social y comunitaria. En Chile apoyamos la campaña de donación del vuelto para Fundación Nuestros Hijos, mediante la cual les otorgamos a nuestros clientes la posibilidad de constituirse en un agente solidario que contribuye al financiamiento de esta entidad, que asiste integralmente a niños enfermos de cáncer de escasos recursos.



Como compañía comprendemos la importancia de establecer y mantener relaciones de colaboración con las comunidades en las cuales operan nuestras tiendas

Los fondos recaudados a través de esta campaña, permiten solventar aspectos tales como alimentación, movilización, medicamentos e insumos, atención dental y psicológica, canastas familiares y terapias alternativas. Además, como compañía colaboramos de manera constante con las siguientes organizaciones sociales:

- Fundación Paréntesis.
- Fundación Niños Piel de Cristal
- Hogar de Cristo (Buin).
- Corporación de Ayuda al Niño Quemado, Coaniquen (Antofagasta).
- Hospital Parroquial de San Bernardo
- Cuerpos de Bomberos de las ciudades de Antofagasta, La Calera, San Antonio, Melipilla, Peñaflor, Santiago, Conchalí, El Monte, Talagante, San Bernardo, Rengo y San Fernando.

A ello, se suma que cada una de nuestras tiendas desarrolla actividades específicas en las comunidades donde operan. Ejemplo de ello, es el trabajo desarrollado por la administración de Plaza Puente Alto, que durante el período reportado invitó a alumnos de colegios y jardines infantiles de la comuna a recorrer las instalaciones de la tienda, junto con explicarles el funcionamiento de un supermercado.

Por otra parte, los colaboradores de nuestra tienda localizada en la comuna de Rengo, visitaron con motivo del Día del Niño el Campamento Río Claro, oportunidad en la cual compartieron con los pequeños y sus familias,

entregándoles golosinas y regalos en un día tan especial. También tuvieron oportunidad de visitar el hogar de menores de esta ciudad con motivo de las fiestas de Navidad, ocasión en que nuestros colaboradores apadrinaron a cada uno de los pequeños del hogar, entregándoles un regalo, junto con compartir con ellos una tarde de entretenimiento y felicidad.

De igual manera, nuestras tiendas en Perú contribuyen al desarrollo de las comunidades en donde operamos, a través de una serie de iniciativas de mejoramiento urbano, entre las que destacan:

TIENDA	ACCIÓN
Tottus Próceres	Donación a la municipalidad distrital de Santiago de Surco de cuatro cámaras de seguridad para el servicio de vigilancia de Serenazgo. Contribuyendo así a mejorar las medidas de seguridad ciudadana establecidas por las autoridades locales.
Tottus Belaunde y Lora	Ejecución de obras de asfalto de la avenida del mismo nombre, logrando así a contribuir al mejoramiento urbano del departamento de Chiclayo.
Tottus Campoy	Donación a la municipalidad de San Juan de Lurigancho de seis semáforos vehiculares, ocho semáforos peatonales, cuatro semáforos aéreos, cinco postes y un controlador de tráfico, para el mejoramiento vial del distrito.
Tottus Pachacutec	Donación a la municipalidad Metropolitana de Lima de semáforos vehiculares y peatonales para ser instalados frente a nuestra tienda, mejorando así las vías de entrada y salida de nuestro local en beneficio de nuestros clientes y de la comunidad en general.



También en Perú, mediante la Corporación Tottus, hemos desarrollado a través del Programa Haciendo Escuela, una serie de acciones tendientes a mejorar la calidad de vida de miles de niños pertenecientes a los colegios Fe y Alegría, entre las que destacan:

- Construcción de un comedor de diario para los 500 alumnos del Colegio Fe y Alegría N°59 (Ventanilla).
- Término de las obras de cierre perimetral del Colegio Fe y Alegría N°28 (Chiclayo).
- Implementación de la biblioteca del Colegio Fe y Alegría N°12 (Puente Piedra).

Desde junio de 2011, nuestra compañía en Perú actúa como recaudador de las donaciones de sencillo de vuelto de los clientes a favor de la Asociación Fe y Alegría, logrando así brindar un apoyo adicional a esta entidad, que con los recursos recaudados desarrolla acciones de mejoramiento de infraestructura en sus establecimientos educacionales tanto en Lima como en provincias.

Además, junto al Grupo Fundades - entidad que busca contribuir a mejorar la calidad de vida de personas vulnerables, especialmente con discapacidad -y Kimberly Clark, participamos de la campaña "Recíclame, Cumple tu Papel 2011", en la cual logramos reunir, gracias a nuestros colaboradores y clientes, 22.861 toneladas de papel, siendo reconocidos por Kimberly Clark como una de las diez empresas que más papel reunió en Perú.



Nuestro mayor aprendizaje ha sido cuestionarnos cuál es nuestro rol social que jugamos en el entorno y preocuparnos de nuestro impacto como organización

A través de esta iniciativa, logramos salvar 114 árboles de ser talados, ahorramos 91 metros cúbicos de agua y 137.164 Kw/Hora de energía. También dejamos de emitir 87 kilogramos de CO₂ y otorgamos 15 becas destinadas al tratamiento de rehabilitación de niños pertenecientes a Fundades.

Por último, Tottus Perú firmó en diciembre de 2011 un convenio de colaboración con la Corporación Lindley y la Asociación de Ayuda al Niño Quemado (Aniquem) a través del cual nos sumamos a la campaña “Reciclar para ayudar”, donde nuestra compañía actuará como punto de acopio de botellas de plástico, a través de nuestra red de tiendas en Lima. Los fondos recaudados irán en beneficio de Aniquem, entidad que brinda apoyo en la rehabilitación de niños con quemaduras severas en la piel.

OTRAS INICIATIVAS DE APOYO A LA COMUNIDAD

Dentro de las iniciativas de apoyo a la comunidad realizadas por la empresa en Chile, destaca el proyecto de renovación urbana realizado en el sector contiguo a nuestro local de Llole, donde se restauró el espacio público respetando el espíritu original de la antigua estación de trenes ubicada en el lugar, con una inversión de 1.292 UF.

	UNIDAD	CANTIDAD	UF
Palmeras	Unidad	3	405
Pavimento Palmeta Cemento	Global	1	368,78
Césped	Global	1	30
Restauración de portal de acceso	Global	1	350
Cambio de cubierta de paradero de trenes	Global	1	89
Barrera de paso peatonal de línea férrea	Global	1	50
			1.292,78

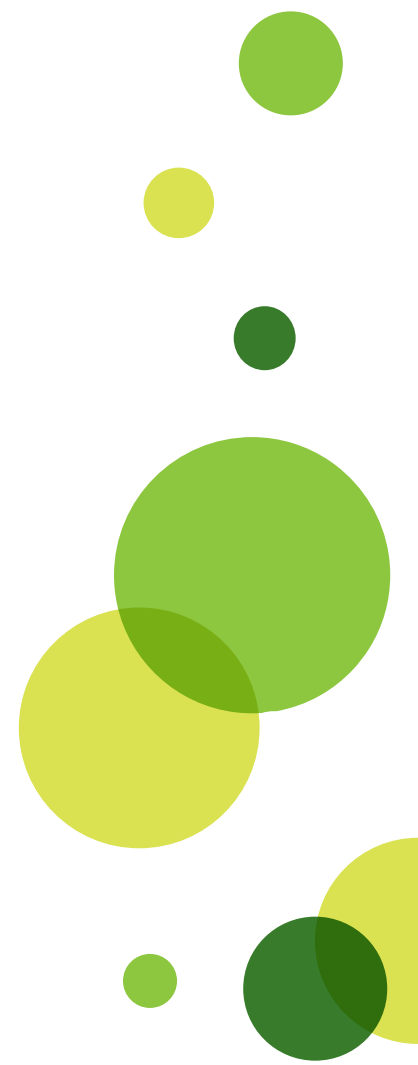






TABLA
CONTENIDOS
GRI

2011

ESTRATEGIA Y PERFIL

PERFIL

INDICADOR (CÓDIGO)	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
1	PERFIL	
1.1	Declaración de la alta dirección.	2, 3
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	2, 3
2	PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN	
2.1	Nombre de la organización informante.	2, 14
2.2	Marcas, productos y servicios.	2, 3, 14, 19
2.3	Estructura operativa de la organización.	28, 29
2.4	Ubicación de la casa matriz.	18, Contratapa
2.5	Países en los que opera la organización.	2, 14, 16, 17
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma legal.	14, 27
2.7	Principales mercados de destino.	2, 3, 14, 17
2.8	Dimensión de la organización informante.	2, 3, 4, 14, 16, 17, 18
2.9	Principales decisiones adoptadas durante el periodo que cubre la memoria.	2, 3, 18, 19
2.10	Premios recibidos en el período reportado.	20
3	PARÁMETROS DEL REPORTE	
3.1	Periodo que cubre el reporte.	4
3.2	Fecha del reporte inmediatamente anterior.	2, 4
3.3	Ciclo del reporte.	4
3.4	Punto de contacto.	5, Contratapa
3.5	Proceso para definir el contenido del reporte.	5
3.6	Límites del reporte (países, regiones, divisiones, instalaciones, filiales, etc).	4
3.7	Informar sobre alguna limitación en el alcance o límite del reporte.	4
3.8	Base para reportear sobre Joint ventures, divisiones subsidiarias, operaciones tercerizadas y otras.	4
3.9	Técnicas para la medición de datos y bases de cálculos.	5
3.10	Explicación del efecto de cualquier cambio en la información entregada en los reportes previos.	4
3.11	Cambios significativos en el alcance, límites o métodos de medición aplicados en este reporte, respecto del anterior.	4
3.12	Tabla indicadora de la localización de la información estándar dentro de la memoria.	5, 91-97
3.13	Políticas y prácticas relacionadas con la búsqueda del aseguramiento externo del reporte.	5
4	GOBIERNO, COMPROMISOS E INVOLUCRAMIENTO	
4.1	La estructura de gobierno de la organización.	27
4.2	Función del más alto ejecutivo.	28
4.3	Estructura directiva.	27
4.4	Participación de accionistas y empleados.	27-33

4.5	Vínculo entre las compensaciones y el desempeño de la organización a los miembros del más alto órgano de gobierno.	No Reportado
4.6	Procedimiento del más alto órgano de gobierno para evitar conflictos de intereses.	27
4.7	Proceso para determinar las calificaciones y la experiencia de los miembros del más alto órgano de gobierno para guiar la estrategia de la organización sobre temas económicos, de medio ambiente y sociales.	27
4.8	Declaraciones de misión y valores.	30, 31
4.9	Proceso de los miembros del más alto órgano de gobierno para supervisar la identificación y la gestión del desempeño social, medioambiental y económico de la organización.	27
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño del más alto órgano de gobierno.	27
4.11	Explicación si la organización ha adoptado un enfoque o principio precautorio.	No Reportado
4.12	Cartas, principios u otras iniciativas externas de tipo económicas, ambientales y sociales a las cuáles la organización suscribe o apoya .	23
4.13	Membresía en Asociaciones y/o organizaciones nacionales e internacionales de asesoramiento.	22
4.14	Lista de grupos de interés involucrados con la organización.	21
4.15	Base para la identificación y selección de los grupos de interés.	21
4.16	Enfoque del involucramiento con los distintos grupos de interés.	21
4.17	Principales cuestiones y asuntos de interés que hayan surgido a través de la participación de los stakeholders.	No Reportado

INDICADORES ECONÓMICO FINANCIEROS

INDICADOR (CÓDIGO)	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
ASPECTO: DESEMPEÑO ECONÓMICO		
EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costos de explotación; retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	36, 37, 38, 39
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	No Reportado
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	54
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	39, 41
ASPECTO: PRESENCIA EN EL MERCADO		
EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	47
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	70, 71
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	50
ASPECTO: IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS		
EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono o en especie.	87-89
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	40

**INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL
PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA DEL TRABAJO**

INDICADOR (CÓDIGO)	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
ASPECTO: EMPLEO		
LA1	Desglose del colectivo de colaboradores por tipo de empleo, por contrato y por región.	44, 45, 46
LA2	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	18, 45
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosados por actividad principal.	51, 52, 53
ASPECTO: RELACIONES EMPRESA/COLABORADORES		
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	33, 56, 57
LA5	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	No Reportado
ASPECTO: SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO		
LA6	Porcentaje del total de colaboradores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	57
LA7	Tasas de ausentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo, por región.	58, 59
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los colaboradores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	58, 59
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	57
ASPECTO: FORMACIÓN Y EDUCACIÓN		
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	55
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los colaboradores y que les apoyen en la gestión de sus carreras profesionales.	55
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	56
ASPECTO: DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES		
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	48, 49, 50
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	47

DERECHOS HUMANOS

INDICADOR (CÓDIGO)	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
ASPECTO: PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO		
HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	No Reportado
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	No Reportado
HR3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	No Reportado

ASPECTO: NO DISCRIMINACIÓN		
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	32
ASPECTO: LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS		
HR5	Actividades de la compañía en las que el derecho de libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	33, 56
ASPECTO: EXPLOTACIÓN INFANTIL		
HR6	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	32
ASPECTO: TRABAJO FORZADO		
HR7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	32
ASPECTO: PRÁCTICAS DE SEGURIDAD		
HR8	Porcentaje de personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	32
ASPECTO: DERECHOS DE LOS INDÍGENAS		
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	33

SOCIEDAD

INDICADOR (CÓDIGO)	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
ASPECTO: COMUNIDAD		
SO1	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo la entrada, operación y salida de la empresa.	86, 87, 89
ASPECTO: CORRUPCIÓN		
SO2	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	11
SO3	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	11
SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	10
ASPECTO: POLÍTICA PÚBLICA		
SO5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	22
SO6	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	11
ASPECTO: COMPORTAMIENTO DE COMPETENCIA DESLEAL		
SO7	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados-	11
ASPECTO: CUMPLIMIENTO NORMATIVO		
SO8	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	11

RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS

INDICADOR (CÓDIGO)	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
ASPECTO: SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE		
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y la seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	63, 64, 65, 66
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 resultados de dichos incidentes.	66
ASPECTO: ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS		
PR3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	65, 66
PR4	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultados de dichos incidentes.	No Reportado
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	67
ASPECTO: COMUNICACIONES DE MARKETING		
PR6	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	No Reportado
PR7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	No Reportado
PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	No Reportado
ASPECTO: CUMPLIMIENTO NORMATIVO		
PR9	Costo de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	66

INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL

INDICADOR (CÓDIGO)	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
ASPECTO: MATERIALES		
EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	74, 75
EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	No Reportado
ASPECTO: ENERGÍA		
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	No Reportado
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	76
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	No Reportado
EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	76, 80
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	76, 80

ASPECTO: AGUA		
EN8	Captación total de agua por fuentes.	77
EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	77
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y utilizada.	77
ASPECTO: BIODIVERSIDAD		
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	81
EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	81
EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	81
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	81
EN15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenazas de la especie.	81
ASPECTO: EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS		
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	82
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	No Reportado
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	No Reportado
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	No Reportado
EN20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire, por tipo y peso.	No Reportado
EN21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	82
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	79
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	82
EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideren peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	83
EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	82
ASPECTO: PRODUCTOS Y SERVICIOS		
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	81
EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son reciclados al final de su vida útil por categorías de productos.	78
ASPECTO: CUMPLIMIENTO NORMATIVO		
EN28	Costo de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	83
ASPECTO: TRANSPORTE		
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte del personal.	83
ASPECTO: GENERAL		
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	No Reportado

ENCUESTA DE RETROALIMENTACIÓN

2011

Agradecemos responder este cuestionario y enviarlo a jguevara@falabella.cl

1.- ¿A QUÉ GRUPO DE INTERÉS DE TOTTUS PERTENECE USTED?

<input type="checkbox"/>	Accionista
<input type="checkbox"/>	Clientes
<input type="checkbox"/>	Colaboradores
<input type="checkbox"/>	Proveedores
<input type="checkbox"/>	Comunidad
<input type="checkbox"/>	Autoridades
<input type="checkbox"/>	Entidades Gremiales

2.- SELECCIONE LAS SECCIONES QUE MÁS INTERÉS TIENEN PARA USTED, COLOCANDO UN NÚMERO, DÓNDE 1 ES LA MÁS IMPORTANTE

<input type="checkbox"/>	Mensaje del Gerente General
<input type="checkbox"/>	Nuestros primeros pasos hacia la sostenibilidad
<input type="checkbox"/>	Nuestra empresa
<input type="checkbox"/>	Gobierno Corporativo y Organización
<input type="checkbox"/>	Desempeño Económico - Financiero
<input type="checkbox"/>	Relación con colaboradores y colaboradores
<input type="checkbox"/>	Relación con Clientes y Responsabilidad del Producto
<input type="checkbox"/>	Relación con Proveedores
<input type="checkbox"/>	Compromiso con el Medio Ambiente
<input type="checkbox"/>	Compromiso con la Comunidad
<input type="checkbox"/>	Tabla GRI
<input type="checkbox"/>	Cuestionario de Retroalimentación

3.- EN RELACIÓN A LAS SIGUIENTES CARACTERÍSTICAS, ¿QUÉ LE HA PARECIDO NUESTRO REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2011?

EXTENSIÓN (Cantidad de información presentada y/o número de páginas)

<input type="checkbox"/>	Muy Bueno	<input type="checkbox"/>	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo
--------------------------	-----------	--------------------------	-------	--------------------------	---------	--------------------------	------

UTILIDAD (Satisfacción de expectativas en cuanto al contenido presentado, es decir: ¿le es de utilidad para su actividad diaria?)

<input type="checkbox"/>	Muy Bueno	<input type="checkbox"/>	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo
--------------------------	-----------	--------------------------	-------	--------------------------	---------	--------------------------	------

PRESENTACIÓN (Diseño, fotografía, grafica, formato, otros)

<input type="checkbox"/>	Muy Bueno	<input type="checkbox"/>	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo
--------------------------	-----------	--------------------------	-------	--------------------------	---------	--------------------------	------

CALIDAD (Información entendible y ordenada; lenguaje claro)

<input type="checkbox"/>	Muy Bueno	<input type="checkbox"/>	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo
--------------------------	-----------	--------------------------	-------	--------------------------	---------	--------------------------	------

4.- LE AGRADECEMOS HACERNOS LLEGAR CUALQUIER TIPO DE INFORMACIÓN Y SUGERENCIA SOBRE EL PRESENTE REPORTE:

<input type="text"/>
<input type="text"/>
<input type="text"/>

TOTTUS OFICINAS CENTRALES

DIRECCIÓN

Nataniel Cox N° 620
Santiago
Chile
Teléfono: (56-2) 8270200
www.tottus.cl

CONTACTO PARA ASUNTOS RELACIONADOS CON EL REPORTE

Judith Guevara

Jefe Proyectos de Desarrollo Organizacional
Teléfono: (56-2) 8270200
e-mail: jguevara@falabella.cl
Nataniel Cox N° 620
Santiago
Chile

EQUIPO ASESOR

Centro Vincular- RSE, PUCV

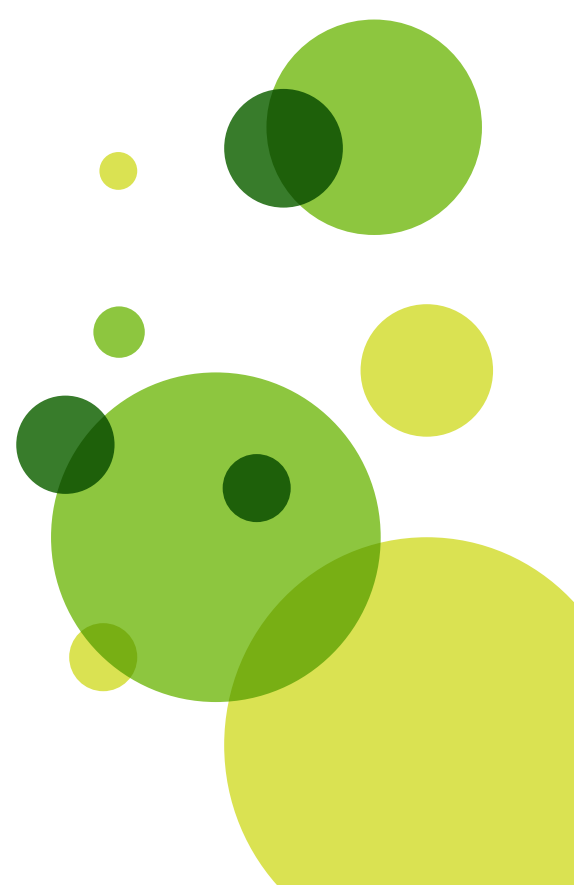
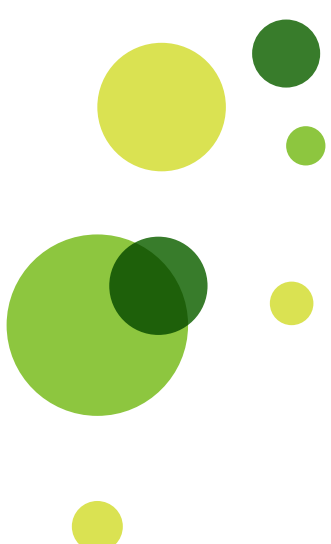
DISEÑO

Interfaz Diseño

FOTOGRAFÍAS

Archivo Tottus





 **TOTTUS**

www.tottus.cl