





G4-3, G4-5

Hipermercados TOTTUS S.A.

Dirección:

TOTTUS Chile

Nataniel Cox 620, Santiago de Chile.

Teléfono: (562) 28270200

www.TOTTUS.cl

TOTTU Perú

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

Teléfono: (511) 5139400

www.TOTTUS.com.pe

Desarrollo y coordinación de contenidos

Gerencia de Personas y Sostenibilidad

Equipo Asesor

Asesoría Metodológica y Redacción

Inspira Corp - Sostenibilidad Corporativa

www.inspiracorp.cl

Diseño

www.negro.cl

Fotografías

Archivo TOTTUS

Índice de Contenidos

Palabras de Nuestros Líderes < p. 06 >	Gobernanza y Ética Corporativa < p. 35 >
Acerca de Nuestro Reporte < p. 10 >	Generando Valor para la Sociedad < p. 45 >
Quiénes Somos < p. 21 >	
Nuestro Compromiso con la Comunidad < p. 82 >	Quiénes son Nuestros Colaboradores < p. 49 >
Programas de Voluntariado < p. 84 >	Desarrollo de Nuestros Colaboradores < p. 56 >
Nuestro Compromiso con el Cambio Climático < p. 88 >	Medimos Nuestro Clima Laboral < p. 59 >
Construcción Sustentable < p. 89 >	Salud y Seguridad Laboral < p. 62 >
Nuestra Gestión de Residuos < p. 90 >	
Nuestro Uso Eficiente de la Energía < p. 93 >	
Calidad y Conveniencia < p. 66 >	Credibilidad de la Promesa < p. 75 >
Experiencia de Compra < p. 72 >	Adquisiciones Responsables < p. 76 >

Nuestros Hitos en Sostenibilidad



Generamos nuestro Modelo de Gestión de Sostenibilidad.



Generamos empleo para 19.241 colaboradores en la región.



Hemos construido a la fecha 746.675 m2 en Chile y Perú.



Logramos la certificación LEED ORO del primer supermercado en Perú



Contamos con un Comité de Sostenibilidad en Chile y Perú.



Completamos 434.742 horas de capacitación a nuestros colaboradores.



Inauguramos 14 nuevas tiendas a nivel corporativo.



Somos una de las 15 Mejores Empresas para trabajar en Perú según GPTW.



Lanzamos el programa ¡Qué rico es crecer sano con TOTTUS! en Chile.



Nuestras ventas alcanzaron los MMUS 2.019 a nivel regional.



Contamos con un total de 101 locales en diversos formatos.



Lanzamos el formato “HIPERBODEGA PRECIO UNO” en Perú.



Nos certificamos en la norma HACCP de inocuidad alimentaria en Perú.



Reporte de Sostenibilidad 2014

01 Empresa, Gobernanza y Ética Corporativa

- › Palabras de Nuestros Líderes
- › Acerca de Nuestro Reporte
- › Quiénes Somos
- › Gobernanza y Ética Corporativa
- › Generando Valor para la Sociedad





Mensaje de nuestro Gerente Corporativo

G4-1

Por quinto año consecutivo ponemos en sus manos nuestro Reporte de Sostenibilidad que da cuenta de la gestión de nuestra compañía en materia de Responsabilidad Social correspondiente al año 2014.

Compartimos con ustedes nuestro Modelo Estratégico de Sostenibilidad con objetivos claros y precisos. Desde esta lógica, los capítulos de este documento abordan de manera explícita los tres pilares de nuestro Modelo de Sostenibilidad que son: Mejor Experiencia de Compra, Mejor Supermercado para Trabajar y Ser un Buen Vecino.

Para cada uno de estos pilares hemos acordado objetivos, compromisos y acciones ordenados en un cuadro de mando que nos brinda un horizonte de tiempo razonable para su cumplimiento.

Entre estos compromisos, destacan a nivel de Gobierno Corporativo, la continuidad y la difusión del Sistema Ético, herramienta fundamental de denuncia y transparencia para nuestros trabajadores. Otro hito ha sido el despliegue de nuestra Filosofía de Servicio implementada en Chile, un proyecto de cambio cultural profundo que impactará en todas las actividades de nuestro negocio

Pensando en nuestros clientes hemos implementado el Programa LEAN, una metodología de mejora continua, que cuenta con su propia gerencia y su objetivo principal es generar la máxima eficiencia en todos aquellos procesos que impacten a nuestros consumidores. Al mismo tiempo, en mayo de 2014 iniciamos, por primera vez, la aplicación de la encuesta Net Promoter System (NPS), con el

"Compartimos con ustedes nuestro Modelo Estratégico de Sostenibilidad con objetivos claros y precisos"

objetivo de medir y gestionar de forma estandarizada, junto a todos los negocios del Grupo, las percepciones de nuestros clientes respecto de la atención recibida en una tienda.

Con nuestros proveedores de Marcas Propias, dimos la partida a un Programa de Responsabilidad Social en el marco de las auditorías de comercio ético, implementadas para empresas miembros de SEDEX. También logramos avances significativos en la certificación en inocuidad alimentaria bajo la norma HACCP para todas nuestras tiendas en Perú y la certificación en Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) para el 100% de nuestros proveedores y productores de frutas y verduras en Chile.

En materia ambiental, no puedo dejar de felicitar el esfuerzo de nuestros ejecutivos y todo el personal responsable que hizo posible la primera certificación LEED ORO de nuestra tienda de Miraflores en Perú. Este hito sienta un precedente a considerar en las próximas construcciones y la importancia del Cambio Climático para nuestra compañía.

En nuestra relación con la comunidad, es preciso mencionar el inicio, en Chile, del Programa de alimentación saludable “!Qué rico es crecer sano con TOTTUS!”. Una iniciativa con excelentes resultados en su etapa piloto y que con seguridad se convertirá en un proyecto emblemático porque se ubica en el corazón de nuestro negocio, aportando al mejoramiento de la calidad de vida de las familias y de las comunidades donde estamos presentes.

Esperamos que este reporte sea un material importante para conocer nuestras acciones, desafíos y los impactos de nuestro negocio. Y al mismo tiempo una base para continuar y profundizar el diálogo con nuestras Partes Interesadas.

Cristóbal Irrarázabal Philippi,
Gerente Corporativo TOTTUS



"Esperamos que este reporte sea un material importante para conocer nuestras acciones, desafíos y los impactos de nuestro negocio".



Conversando con Nuestros Gerentes

G4-2

Pedro Colombo (PC),

Gerente General de TOTTUS Chile



Juan Fernando Correa (JFC),

Gerente General de TOTTUS Perú



¿Qué aporta a la empresa reportar bajo la metodología del GRI y específicamente con G4?

PC Esta metodología ha fortalecido en la empresa, la necesidad de identificar los impactos de nuestras operaciones a lo largo de la cadena de valor y mostrar con más claridad la gestión que venimos realizando con nuestros proveedores.

JFC La metodología del GRI-G4 pone énfasis en la “materialidad”, es decir, nos ha permitido identificar los temas que son relevantes para la compañía y para nuestros grupos de interés y desde ahí construir nuestro relato.

¿Qué otras herramientas usa la compañía para avanzar hacia una gestión socialmente responsable?

PC Contamos con un Plan de Responsabilidad Social y una Estrategia de Sostenibilidad alineados con los objetivos de nuestro negocio y las expectativas de nuestros grupos de interés. Y durante 2014, conformamos un Comité de Sostenibilidad en cada país con la función de supervisar y dar seguimiento a los objetivos comprometidos.

JFC Además de reportar con GRI, nuestro Plan o Modelo Estratégico de Sostenibilidad se encuentra alineado con la Guía ISO 26000 de Responsabilidad Social y con los Principios del Pacto Global. Ponemos atención a los Principios de la OCDE para la transparencia de nuestro gobierno corporativo y a las directrices de la OIT en la relación con nuestros colaboradores.

¿Cuáles fueron los principales riesgos y dificultades de TOTTUS en este camino hacia la sostenibilidad corporativa durante 2014?

PC Nuestros riesgos más grandes están en la rotación de nuestros colaboradores más jóvenes y en los índices de accidentabilidad. Ambos se relacionan, pero gracias a un fuerte trabajo en 2014 hemos comenzado a mejorar nuestros resultados.

JFC Nuestra principal dificultad está en mejorar la comunicación y sensibilización de nuestros objetivos y compromisos de sostenibilidad con nuestros colaboradores. Fundamentalmente entre los menores de 30 años, debido a la alta rotación que experimentamos en este segmento.

"Contamos con un Plan de Responsabilidad Social y una Estrategia de Sostenibilidad alineados con los objetivos de nuestro negocio y las expectativas de nuestros grupos de interés."



¿Cuál es entonces la visión de sostenibilidad corporativa de TOTTUS y cuál es su aporte a la sociedad?

PC Queremos mejorar la calidad de vida de las familias donde estamos presentes, poniendo a su alcance productos a precios convenientes con la mejor calidad y seguridad para su salud. En este contexto, queremos aportar hacia una educación en alimentación saludable y nutritiva a través de nuestro Programa ¡Qué rico es crecer sano con TOTTUS!. Una iniciativa dirigida a escuelas vulnerables con niños entre 4 y 8 años en etapa de aprendizaje sobre alimentación saludable.

JFC Nuestra visión de sostenibilidad se relaciona con aportar valor al desarrollo de las sociedades en las que nos toca trabajar. Uno de nuestros aportes concretos es la generación de empleos y capacitaciones especializadas en retail. Al mismo tiempo, estamos fortaleciendo nuestro Programa “TOTTUS Inclusivo” para ampliar la empleabilidad hacia personas de la tercera edad y personas con discapacidad.

En materia de sostenibilidad, ¿cuáles son los desafíos de TOTTUS corporativo para los próximos períodos?

PC Nuestra sostenibilidad va de la mano con nuestros proveedores; con ellos estamos trabajando y fortaleciendo nuestra comunicación y gestión para lograr efectivamente pagos en 30 días con proveedores Pymes. También hemos iniciado un trabajo de selección y capacitación a través de SEDEX en materia de ética y buenas prácticas. Y nuestro desafío corporativo es lograr que el 100% de nuestros proveedores de alimentos perecibles tengan certificación HACCP en inocuidad alimentaria.

JFC Nuestro desafío es seguir creciendo, especialmente con nuestro nuevo formato HIPERBODEGA PRECIO UNO, beneficiando a un mayor número de clientes que no tenían acceso a nuestros productos. Y al mismo tiempo, a 2018, lograr índices de rotación y accidentabilidad laboral por debajo de los promedios de la industria en ambos países.



"Nuestro desafío es seguir creciendo, especialmente con nuestro nuevo formato HIPERBODEGA PRECIO UNO, beneficiando a un mayor número de clientes que no tenían acceso a nuestros productos."

¿A Quién le Hablamos?

G4-24, G4-25, G4-26, G4-27

Este reporte está dirigido a nuestros principales grupos de interés con quienes hemos realizado un proceso de diálogo acotado.

Para el levantamiento de los “temas materiales o relevantes” de este reporte, mantuvimos la división de grupos de interés empleada en 2013 y nos alineamos con el mapeo de públicos y levantamiento de expectativas realizado en 2014 por TOTTUS Perú. Paralelamente hemos considerado otros medios y herramientas de escucha que también nos permiten levantar las opiniones y percepciones, principalmente de nuestros trabajadores, proveedores y clientes.



GOBIERNO CORPORATIVO

Canales de Escucha y Diálogo

- Reuniones con el Directorio
- Informes al Directorio
- Reuniones con el Comité de Gerencia
- Informes al Comité de Gerencia
- Reuniones con el Comité de Sostenibilidad
- Informes al Comité de Sostenibilidad
- Línea directa, teléfono y correo electrónico
- Sitio web
- Reporte de Sostenibilidad
- Memoria S.A.C.I. Falabella

Intereses y Expectativas

- Rentabilizar el crecimiento del negocio
- Difusión de la Estrategia y Modelo de Sostenibilidad
- Alineamiento de estrategia comercial y sostenibilidad
- Difusión de los planes y metas de sostenibilidad
- Plan de integración y crecimiento corporativo
- Crecimiento alineado con Grupo Falabella



CLIENTES

Canales de Escucha y Diálogo

- Libro de reclamos en tienda
- Call Center
- Sitio web
- Contacto@tottus.cl
- Servicio Nacional del Consumidor (Chile)
- Instituto Nacional de Defensa del Consumidor (Perú)
- Redes sociales Facebook y Twitter
- Reporte de Sostenibilidad (GRI)
- Observador incógnito
- Cuestionario de satisfacción (NPS)
- Asistencia telefónica

Intereses y Expectativas

- Buenos precios y buena calidad
- Respetar las ofertas y precios publicados en los medios.
- Disponibilidad y variedad de productos
- Atención rápida en las caja
- Atención rápida en panadería, carnes y fiambrería.
- Información y Etiquetado claro
- Seguridad en el local
- Atención posventa (devoluciones y cambios)
- Locales limpios y ordenados

¿A Quién le Hablamos?

G4-24, G4-25, G4-26, G4-27



COLABORADORES

Canales de Escucha y Diálogo

- Gerente de Tienda
- Reuniones diarias de información
- Intranet
- Revista interna TOTTUS
- Reuniones periódicas con sindicatos
- Negociaciones colectivas
- Evaluación de desempeño con retroalimentación
- Diálogo con Comités Paritarios
- Encuesta del Great Place to Work
- Línea y Canal Ético TOTTUS
- Comités de Clima en TOTTUS Perú

Intereses y Expectativas

- Equilibrio trabajo - familia
- Buen trato de pares y superiores
- Capacitación y desarrollo
- Oportunidad de hacer carrera
- Equilibrio de beneficios entre administración y tiendas
- Buen clima con los compañeros
- Salud y seguridad laboral



PROVEEDORES

Canales de Escucha y Diálogo

- Plataforma web de proveedores
- Reuniones con gerentes de área
- E-mail contacto directo
- Programas de desarrollo de proveedores
- Sedex Members Ethical Trade Audit (SMETA)
- Acuerdo de Venta (Vendor Agreement)
- Certificación de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA)

Intereses y Expectativas

- Pago a tiempo (30 días en caso de Pymes)
- Capacitación y traspaso de buenas prácticas
- Capacitación en manejo del portal de proveedores
- Visita ocasionales a las instalaciones
- Incentivo para las buenas calificaciones en auditorías
- Mejorar proceso logístico para proveedores



COMUNIDAD

Canales de Escucha y Diálogo

- Gerente de Tienda
- Contacto@tottus.cl
- Sitio web
- Redes sociales Facebook y Twitter
- Call Center o fono del local
- Municipalidad del sector

Intereses y Expectativas

- Ruidos, camiones de carga durante la construcción
- Aumento de congestión vehicular en accesos
- Levantamiento de muros (luz y visibilidad)
- Seguridad e iluminación nocturna en torno al local
- Mejoramiento de áreas verdes en el sector
- Integración del local a la vida vecinal o regional

¿A Quién le Hablamos?

G4-24, G4-25, G4-26, G4-27



MEDIOAMBIENTE

Canales de Escucha y Diálogo

- Gerente de Tienda
- Contacto@tottus.cl
- Sitio web
- Redes sociales Facebook y Twitter
- Call Center o fono del local
- Juntas de Vecinos
- Municipalidad o alcaldía
- Autoridades y fiscalizadores ambientales

Intereses y Expectativas

- Disminuir los impactos acústico y vibratorios
- Controlar las emisión de gases de camiones y vehículos
- Correcta eliminación de efluentes y residuos líquidos
- Gestión de residuos sólidos (reciclaje, reducción)
- Mejoramiento en el consumo de agua
- Mejoramiento de la eficiencia energética
- Eliminación del uso de bolsas plásticas
- Cultura del reciclaje en el consumidor



AUTORIDADES

Canales de Escucha y Diálogo

- Sitio web
- Línea directa con SERNAC (Chile) e INDECOPI (Perú)
- Informes a autoridades ambientales y económicas
- Reuniones con organismos de interés
- Reporte de Sostenibilidad

Intereses y Expectativas

- Cumplimiento de normativas aplicables
- Respuesta a reclamos en tiempos oportunos
- Disminución de reclamos y denuncias
- Colaboración mutua con nuevas normativas
- Aportar con el conocimiento experto del negocio



ONGs

Canales de Escucha y Diálogo

- Sitio web
- Contacto@tottus.cl
- Redes sociales Facebook y Twitter
- Reuniones específicas
- Participación en actividades gremiales
- Reporte de Sostenibilidad

Intereses y Expectativas

- Generación de actividades relacionadas
- Compromiso con actividad de impacto en el negocio
- Respuesta a las inquietudes de ONGs estratégicas
- Participación activa en entidades pertinentes
- Diálogo con ONGs estratégicas

Proceso de Materialidad en TOTTUS

Entendemos por “materialidad”, aquel proceso que permite identificar los temas más relevantes para nuestra organización desde el punto de vista de los impactos (internos o externos) de las operaciones del negocio y de la importancia que tienen para los públicos de interés.



¿Qué Incluimos en este Reporte?

G4-6, G4-13, G4-17, G4-28, G4-29, G4-30, G4-32, G4-33

En este, nuestro quinto Reporte Anual de Sostenibilidad de Hipermercado TOTTUS, incluimos la gestión y desempeño del negocio en Chile y Perú correspondiente al período comprendido entre el 1º de enero y el 31 de diciembre de 2014. Nuestro reporte anterior fue publicado en julio de 2014 cubriendo el período 2013.

A menos que se indique lo contrario, los datos económicos, ambientales y laborales cubren todas nuestras operaciones de adquisición, distribución, ventas y post ventas, además de oficinas administrativas y Centros de Distribución.

Durante 2014 no registramos cambios relevantes a nivel de tamaño, estructura, propiedad o cadena de suministro. Tampoco existen cambios significativos en la cobertura de los aspectos reportados en el período anterior y no tenemos empresas asociadas o coligadas sobre las cuales reportar.

¿Por qué usamos la Metodología del GRI - G4?

Elegimos la metodología internacional de la Iniciativa Global de Reporte (GRI) porque está alineada con la Guía de ISO 26000 de Responsabilidad Social, el Pacto Global de las Naciones Unidas y, a través de sus indicadores, nos permite el seguimiento, la gestión de procesos y la comparabilidad internacional en materia de sostenibilidad.

Abordamos la versión más reciente de la Guía GRI denominada G4 y optamos por reportar en conformidad con la Opción Esencial, incluyendo 40 indicadores de Contenidos Generales, 29 indicadores de Contenidos Básicos y 3 indicadores del Suplemento para el Sector de Procesamiento de Alimentos elaborado por el GRI.

Aquellas reexpresiones o cambios de cifras con respecto a períodos anteriores se encuentran debidamente señaladas e informadas a pie de tablas o de la página correspondiente.

Decidimos no realizar una verificación externa de nuestro reporte, por encontrarnos en un período de revisión de nuestra estrategia de sostenibilidad, a partir de la cual se han trazado una serie de objetivos y metas que abordaremos durante el período 2015 - 2018.



¿Cómo Determinamos los Temas de este Reporte?

G4-18, G4-19, G4-20, G4-21

Para identificar los “temas materiales o relevantes”, seguimos los pasos de la metodología del Global Reporting Initiative (GRI) en su cuarta versión (G4).

Proceso de Materialidad

Participación de los Grupos de Interés

Identificación de los temas

Priorización de los temas

Validación de los temas



En ambos países, revisamos documentación secundaria como antecedentes del negocio, planes de sostenibilidad, mapeo de grupos de interés y mecanismos de diálogo entre otros. Al mismo tiempo, realizamos una treintena de entrevistas internas y externas a los principales grupos de interés priorizados. Desarrollamos un análisis comparado con empresas líderes del sector en ambos países. Y se complementó con la revisión de los temas relevantes de la industria publicados en RobecoSAM.

Con esta información realizamos un “Taller de Materialidad o Relevancia de los Temas” con el Comité de Sostenibilidad, integrado por los principales ejecutivos y presidido por el Gerente General de TOTTUS Chile. Para la elaboración de este taller, se incluyeron los temas materiales levantados y documentados por TOTTUS Perú y se analizó la pertinencia, impactos y su cobertura en la cadena de valor del negocio.

Construida la Matriz de Temas, desarrollamos un *workshop* de difusión y análisis estratégico con la participación de altos ejecutivos y mandos medios de la administración de TOTTUS en Chile. En esta instancia se asignaron objetivos, metas y áreas a cargo. Dicho insumo fue la base para la elaboración de la Estrategia y el Modelo de Sostenibilidad de TOTTUS.

Temas Materiales TOTTUS

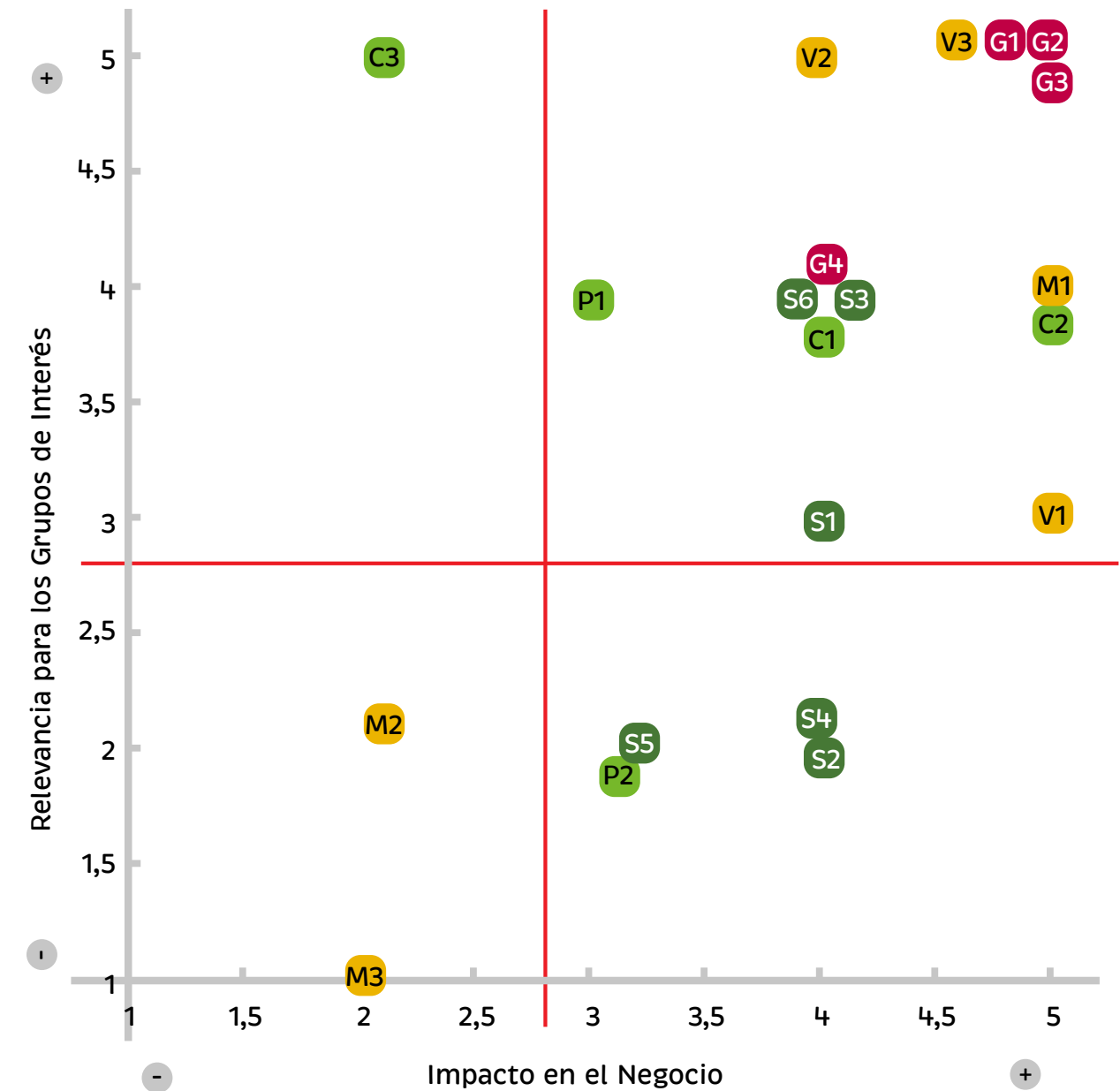
Pilares TOTTUS	Código	Temas Materiales TOTTUS	Cobertura
Empresa Gobernanza y Ética	G1	Código de conducta y sistema ético	Dentro y Fuera de TOTTUS
	G2	Rendición de cuentas y transparencia	Dentro y Fuera de TOTTUS
	G3	Crecimiento rentable y sostenible	Dentro y Fuera de TOTTUS
	G4	Diálogo y compromiso con partes interesadas	Dentro y Fuera de TOTTUS
Mejor Supermercado para Trabajar	S1	Desarrollo de trabajadores	Dentro de TOTTUS
	S2	Beneficios y remuneraciones	Dentro de TOTTUS
	S3	Salud y seguridad de trabajadores	Dentro de TOTTUS
	S4	Calidad de vida laboral	Dentro de TOTTUS
	S5	Diálogo con trabajadores y relación con sindicatos	Dentro de TOTTUS
	S6	Rotación de personal	Dentro de TOTTUS
Mejor Experiencia de Compra	C1	Calidad y conveniencia	Dentro y Fuera de TOTTUS
	C2	Experiencia de compra	Dentro y Fuera de TOTTUS
	C3	Credibilidad de la promesa	Dentro y Fuera de TOTTUS
	P1	Relación con los proveedores	Fuera de TOTTUS
	P2	Desarrollo de proveedores	Fuera de TOTTUS
	P3	Adquisiciones responsables	Fuera de TOTTUS
TOTTUS Ser un Buen Vecino	V1	Educación y alimentación saludable	Dentro y Fuera de TOTTUS
	V2	Involucramiento con la comunidad	Fuera de TOTTUS
	V3	Generación de empleo	Fuera de TOTTUS
	M1	Eficiencia energética	Dentro de TOTTUS
	M2	Gestión de residuos	Dentro y Fuera de TOTTUS
	M3	Construcción sustentable	Dentro y Fuera de TOTTUS

Nota:

Dentro de TOTTUS: refiere a las operaciones en Chile y Perú, incluyendo Centros de Distribución, Centros de Producción, Oficina Central en Perú y Casa Matriz en Chile.

Fuera de TOTTUS: refiere a las operaciones externas, principalmente con clientes y proveedores.

Matriz de Temas Materiales TOTTUS



Nota:

Los temas relevantes se encuentran en el cuadrante de “alta relevancia” y “alto impacto”. Sin embargo, este reporte aborda todos los temas materiales registrados.

Reconocemos la sostenibilidad como una visión estratégica de negocio que debe ser compartida y actualizada en un permanente diálogo con los grupos de interés; y que nos permite mantener conciencia y lucidez sobre los riesgos e impactos económicos, sociales y ambientales de nuestras operaciones.

G4-14

**Sostenibilidad TOTTUS:
Una Visión Compartida de Futuro**

A partir de un *Workshop Estratégico*, desarrollamos un Modelo de Sostenibilidad que considera 3 focos fundamentales y 15 compromisos con nuestras partes interesadas.

Para estos compromisos, nos propusimos 61 iniciativas de cumplimiento entre 2015 y 2018, materializando nuestros esfuerzos de manera progresiva y basados en un proceso de aprendizaje y mejora continua.

Nuestros focos, compromisos e iniciativas consideran también los 3 pilares estratégicos de S.A.C.I. Falabella que son Crecimiento, Rentabilidad y Sostenibilidad y que tienen como promesa fundamental: agregar valor a nuestros clientes.



Modelo de Sostenibilidad TOTTUS 2015 – 2018



Compromisos de Sostenibilidad

- 01 Calidad y Conveniencia
- 02 Experiencia de Compra
- 03 Credibilidad de la Promesa
- 04 Adquisiciones Responsables

- 05 Desarrollo de Trabajadores
- 06 Salud y Seguridad
- 07 Calidad de Vida Laboral
- 08 Beneficios y Remuneraciones
- 09 Escucha y Diálogo

- 10 Involucramiento con la Comunidad
- 11 Educación y Alimentación Saludable
- 12 Generación de Empleo
- 13 Gestión de Residuos
- 14 Eficiencia Energética
- 15 Construcción Sustentable

Con el Foco en la Sostenibilidad

Hemos elaborado una Estrategia Corporativa de Sostenibilidad para TOTTUS, que define compromisos e iniciativas a lograr entre el año 2015 y 2018. La consecución de sus metas y el nivel de implementación son monitoreados internamente a través de un Cuadro de Mando liderado por el Comité de Sostenibilidad en cada país.

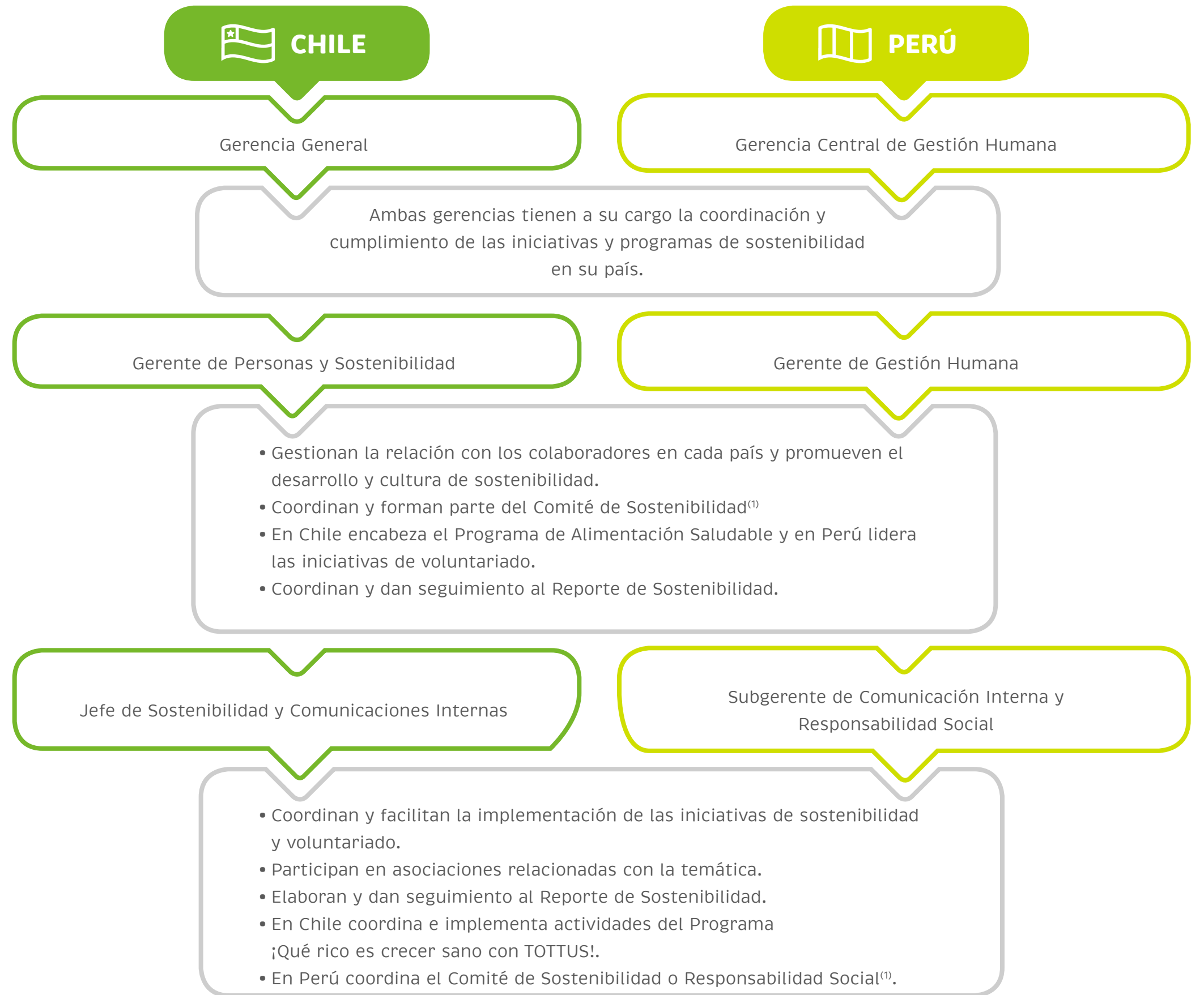


Así Gestionamos Nuestra Sostenibilidad

G4-36, G4-48

Para supervisar nuestros compromisos y metas, disponemos de un Comité de Sostenibilidad en cada país⁽¹⁾, formado por los principales gerentes de cada empresa y liderado por el Gerente General respectivo.

Para supervisar la gestión de los pilares de sostenibilidad, nuestros compromisos y metas, disponemos de un Comité de Sostenibilidad en cada país⁽¹⁾.







Nota:

(1) En Perú el Comité de Sostenibilidad se constituirá formalmente en 2015. A la fecha la Gerencia General y Gerencia Central de Gestión Humana toman las decisiones relacionadas con Responsabilidad Social.

Compromisos de Sostenibilidad 2015 - 2018

G4-2

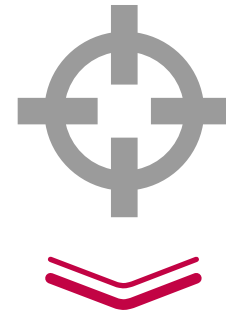
Presentamos algunas iniciativas destacadas y planificadas sobre la base de nuestra Estrategia de Sostenibilidad.

Focos de Sostenibilidad	Compromisos de Sostenibilidad	Iniciativas	Año
Empresa Gobernanza y Ética 	Crecimiento rentable y sostenible	Formalizar sostenibilidad en liderazgo, operaciones y plan de comunicaciones interna	2015
	Rendición de cuenta y transparencia	Plan de comunicaciones internas	2015
	Código de conducta y sistema ético	Incorporar la ética en la identidad cultural	2015
	Diálogo y compromiso con partes interesadas	Mapeo formal de partes interesadas	2015
Mejor Supermercado para Trabajar 	Desarrollo de trabajadores	Política de capacitación y desarrollo de carrera	2015
	Salud y seguridad	Plan comunicacional de salud y seguridad laboral	2015
	Calidad de vida laboral	Plan de clima	2015
	Beneficios y remuneraciones	Escalas y bandas salariales en oficina central, centro distribución y centro productivo	2015
Mejor Experiencia de Compra 	Escucha y diálogo	Política y plan de comunicaciones para trabajadores	2015
	Calidad y conveniencia	Desarrollar marcas propias bajo norma ISO 9001	2015
	Experiencia de compra	Plan de mejora de experiencia de compra	2015
	Credibilidad de la promesa	Compromiso de stock garantizado en promociones	2015
Ser un Buen Vecino 	Relación con proveedores	Incluir cláusulas de responsabilidad social (rs) en contratos	2015
	Adquisiciones responsables	Generar sistema de autoevaluación de proveedores en sostenibilidad	2017
	Desarrollo de proveedores	Mapeo y segmentación de proveedores	2016
	Involucramiento con la comunidad	Estrategia de relacionamiento con la comunidad	2015
	Educación en alimentación saludable	Generar programa de voluntariado corporativo	2015
	Generación de empleo	Plan de integración de personas con discapacidad	2016
Gestión de residuos	Puntos limpios para la comunidad	2018	
Eficiencia energética	Plan de comunicaciones y formación en temas de eficiencia energética con trabajadores	2015	
Construcción sustentable	Determinación de parámetros de eficiencia energética	2016	

Nuestro Perfil: Crecemos con Responsabilidad

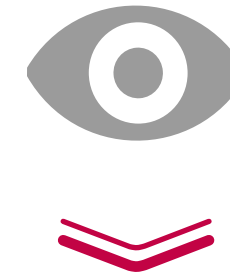
G4-56

Somos una empresa joven y en crecimiento, que forma parte de la unidad de negocios del Grupo S.A.C.I. Falabella dedicada a la operación de supermercados. Las bases de nuestra sostenibilidad se fundamentan en la integridad, la excelencia y la innovación, tres Valores que guían nuestro accionar y conforman nuestra identidad basada en la Cultura del Servicio, teniendo siempre al cliente y su familia como foco principal.



Nuestra Misión

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



Nuestra Visión

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



Nuestros Valores

Integridad

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

Innovación

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

Excelencia

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

TOTTUS un Supermercado Joven

G4-9

Nuestro primer TOTTUS abrió sus puertas en Lima, Perú en 2002, mientras en Chile lo hacemos por primera vez en 2005. Desde entonces hemos experimentado un fuerte crecimiento en ambos países, llegando a tener en 2014 una participación de mercado en esta industria del 5,2 % aproximado en Chile y del 24,1% en Perú.

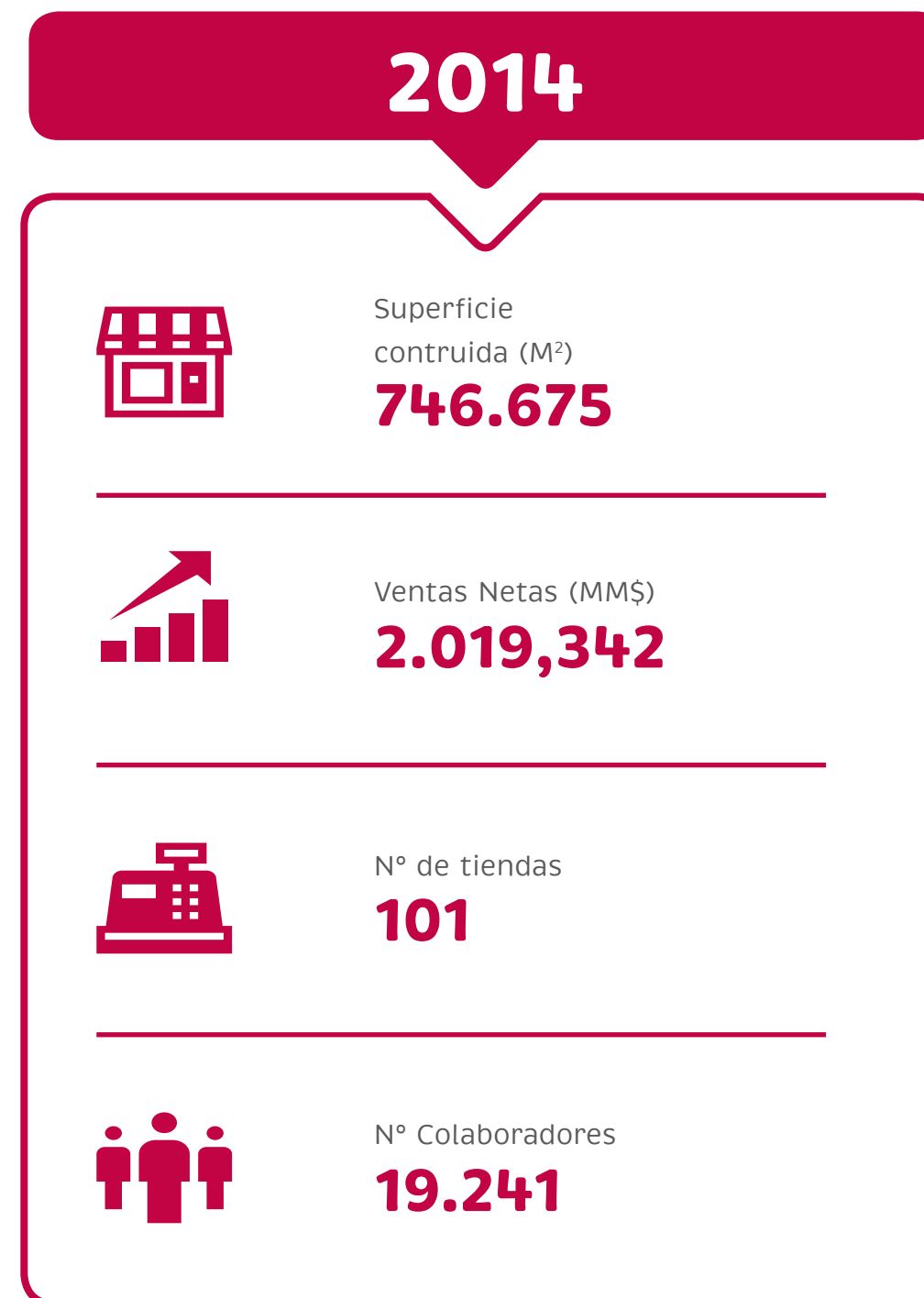
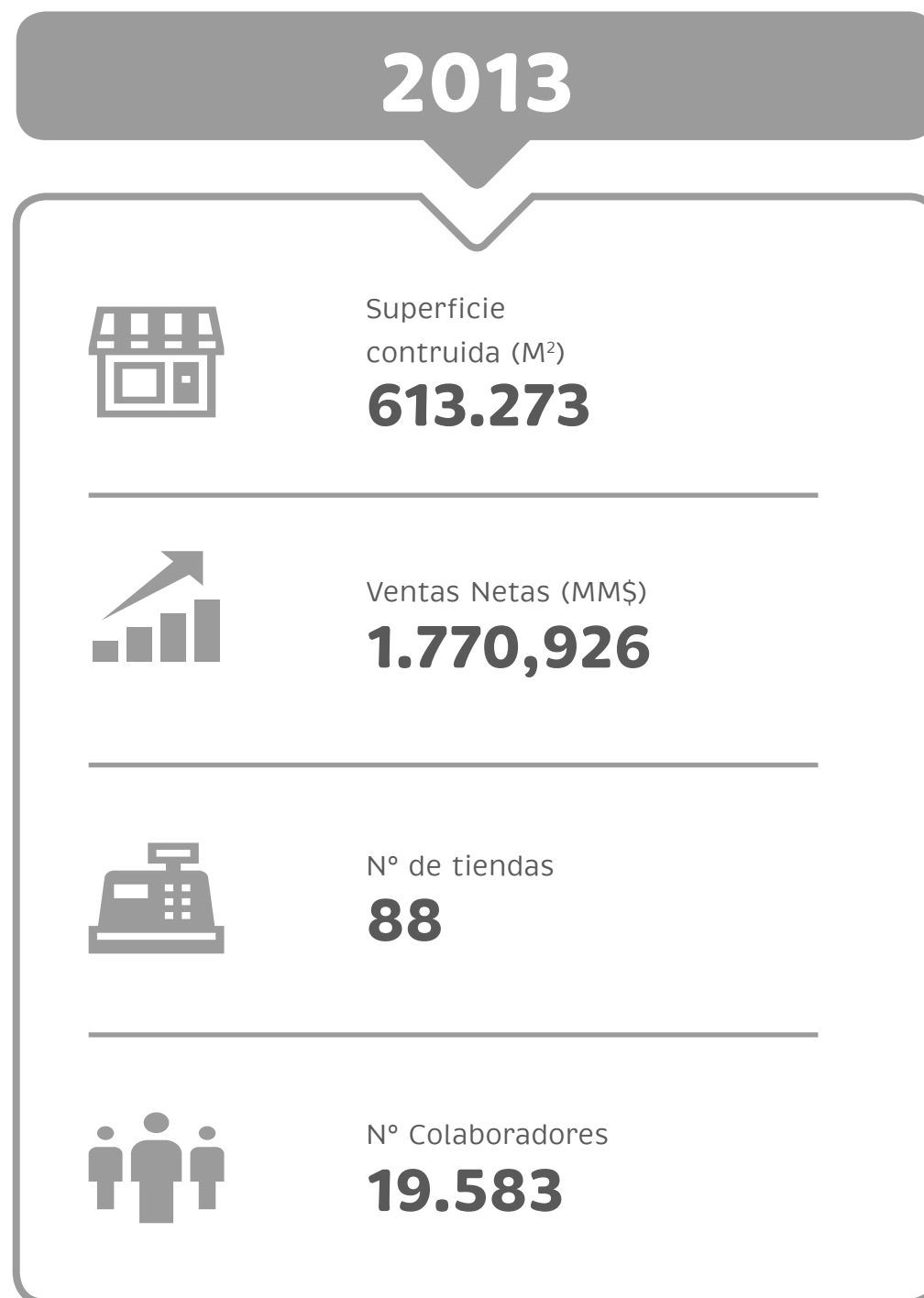
Al cierre de este reporte, contamos con 101 locales, 49 en Perú y 52 en Chile. Además de dos Centros de Distribución, uno de ellos recién inaugurado en Huachipa, Perú; dos Centros de Producción para nuestros productos de panadería y platos preparados; una oficina central en Perú y nuestra Casa Matriz en Chile.

Durante el período reportado, nuestros colaboradores en la región sumaron 19.241, quienes nos ayudaron a generar ventas por MMUS 2.019 entre ambos países y en una superficie total construida de 746.675 M².

Este mismo año, inauguramos 14 nuevas tiendas de las cuales dos pertenecen al formato HIPERBODEGA PRECIO UNO, lanzados en Perú y cuyo foco está en los productos “no perecibles” a precios más convenientes.

Al cierre de este reporte, contamos con 101 locales, 49 en Perú y 52 en Chile.

Desarrollo Operativo de TOTTUS



Fuente: TOTTUS Corporativo.
Nota:
- Tipo de cambio Chile: \$ 606,75
- Tipo de cambio Perú: \$ 2,989
- Valor al 31 de diciembre de 2014

TOTTUS: Un supermercado joven, pero con raíces

2002



La marca TOTTUS se incorpora al Grupo Falabella y abre el primer supermercado en Lima Perú.

2004



Grupo Falabella adquiere el 88% de la cadena de supermercados San Francisco en Chile.

2005



Se inaugura el primer supermercado con la marca TOTTUS en Chile.

2014



TOTTUS forma el Comité de Sostenibilidad en Chile y Perú presidido por sus respectivos Gerentes Generales.

2010



TOTTUS publica su primer Reporte de Sostenibilidad Corporativo bajo metodología GRI.

2009



TOTTUS Chile realiza primer diagnóstico alineado a ISO 26000 de RS.

Dónde Estamos Ubicados

G4-6, G4-8

Para estar más cerca de nuestros clientes, hemos levantado 101 locales en 16 diferentes regiones de Chile y Perú.

Este año, de las 14 tiendas inauguradas, cinco se encuentran en Chile en los sectores de Copiapó, Concón, Reñaca, Walker Martínez y Chamisero. Mientras que las otras nueve se abrieron en Perú; siete de ellas en los sectores de San Luis, Miraflores, Ica Centro, Huánuco, Cajamarca, San Hilarión y Chepén; y dos tiendas en el nuevo formato HIPERBODEGA PRECIO UNO, en Puente Piedra y en Huaycán.

TOTTUS en Chile

01 Región de Antofagasta

- Antofagasta Mall
- Antofagasta Centro
- Calama Mall
- Calama Centro

02 Región de Atacama

- Mall Plaza Copiapó

03 Región de Valparaíso

- La Calera
- Concón
- Llo-Lleo
- Quillota
- Quilpué
- Reñaca
- San Antonio
- San Felipe
- Santa Julia

04 Región de Coquimbo

- Ovalle

05 Región Metropolitana

- Alameda
- Buin
- Catedral
- Colina
- Chamisero
- El Bosque
- El Monte
- Huechuraba
- Kennedy
- La Florida
- Mall Plaza Oeste
- Mall Plaza Tobalaba
- Mall Plaza Egaña
- Melipilla
- Nataniel

- Padre Hurtado
- Pedro Fontova
- Peñaflor
- Peñalolen
- Puente Alto Concha y Toro
- Puente Alto Eyzaguirre
- San Bernardo Estación
- San Bernardo Plaza
- Talagante Cordillera
- Talagante Plaza
- Vicuña Mackenna
- Vitacura
- Walker Martinez

06 Región de O'Higgins

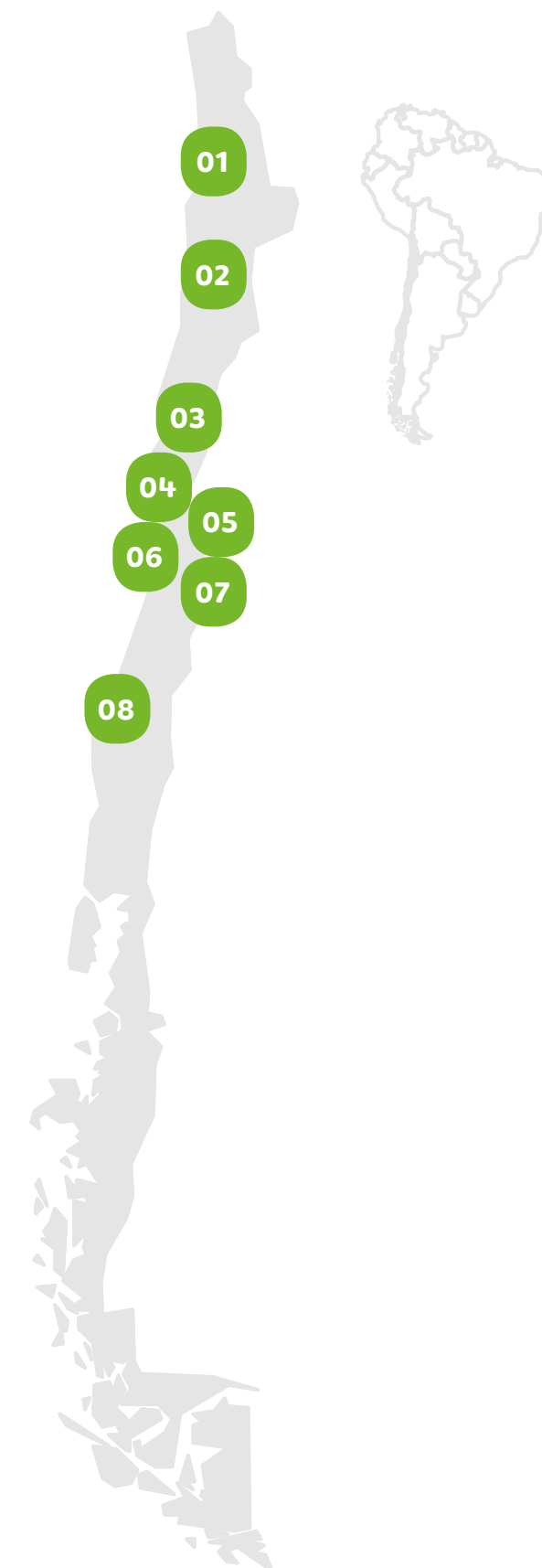
- Rengo
- San Fernando
- Machalí
- Rancagua

07 Región del Maule

- Talca

08 Región de Biobío

- Chillán
- Mall Plaza Biobío
- Mall Plaza Los Ángeles
- Mall Plaza Trébol



Dónde Estamos Ubicados

G4-6, G4-8

TOTTUS en Perú

01 Piura

- Piura
- Sullana

02 Lambayeque

- Chiclayo
- Chiclayo Belaúnde y Lora
- Chiclayo San José
- Chiclayo Leguía

03 Cajamarca

- Cajamarca

04 La Libertad

- Trujillo 1
- Trujillo 2
- Pacasmayo
- Chepen

05 Ucayali

- Pucallpa

06 Ancash

- Chimbote

07 Huánuco

- Huánuco

08 Lima Metropolitana

- Megaplaza
- La Begonias
- La Marina
- Atocongo
- Huaylas
- Zorritos
- Quilca
- Sáenz Peña
- El Agustino
- Lima Centro
- Canta Callao
- Bellavista
- Pachacútec
- Puente Piedra
- Tusílagos
- La Fontana
- Angamos
- Jockey Plaza
- Próceres
- Campoy
- Santa Anita
- Los Olivos
- Av. Central
- San Luis
- Miraflores
- San Hilarion

09 Lima Provincia

- Cañete

10 Ica

- Ica
- Chincha
- Ica Centro

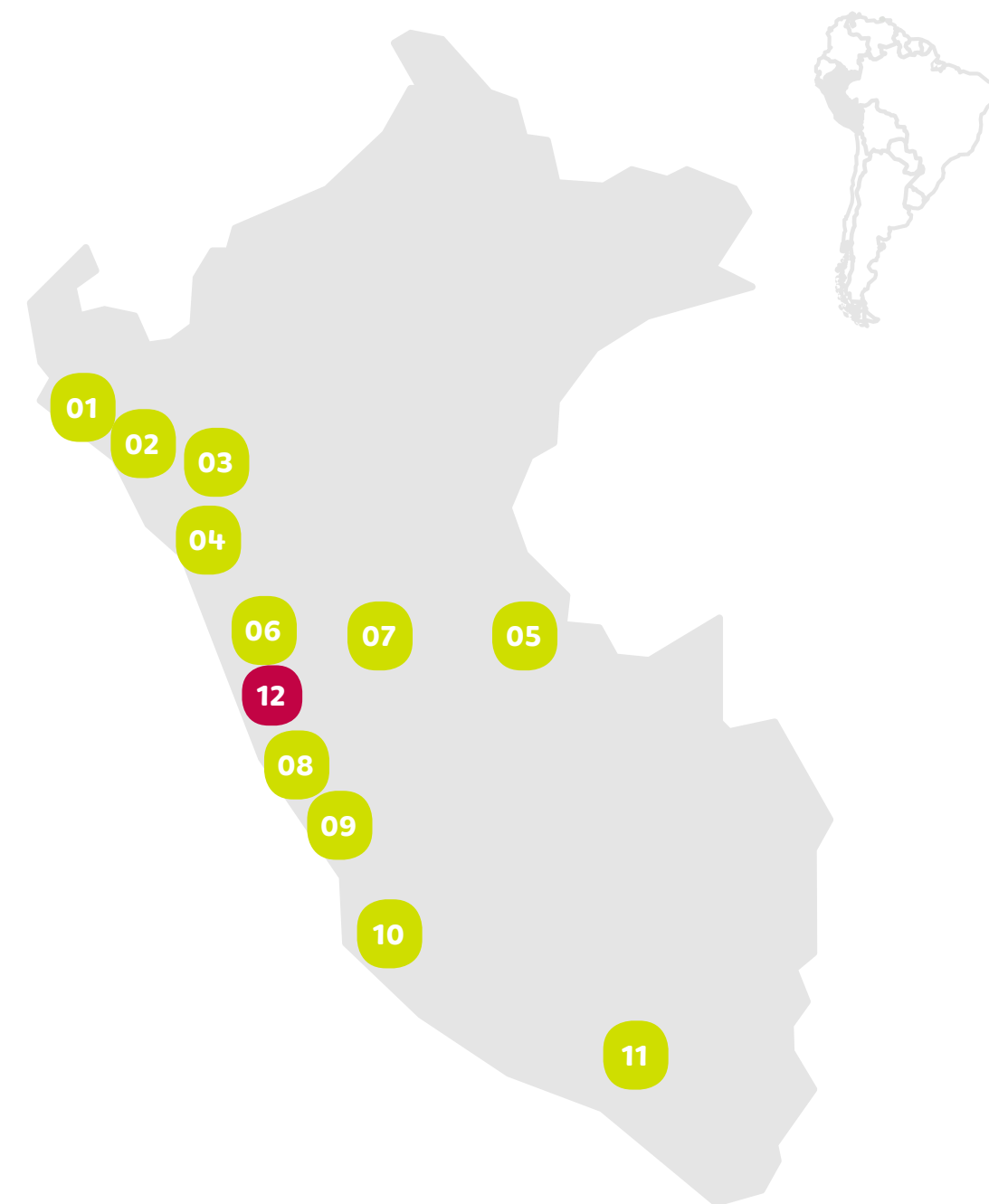
11 Arequipa

- Arequipa Cayma
- Arequipa Porongoche
- Arequipa Parra

HIPERBODEGA PRECIO UNO

12 Lima

- Puente Piedra
- Huaycán



Nuestro Modelo de Negocio

G4-4

La comercialización de nuestros productos la realizamos a través de cuatro formatos de negocio que son los locales llamados TOTTUS Express, Supermercados TOTTUS, los Hipermercados TOTTUS y las HIPERBODEGA PRECIO UNO de la cual se inauguraron dos locales este año en Perú.



TOTTUS Express

Enfocado a cubrir las necesidades básicas en la compra al paso. Con una propuesta de productos perecibles de reposición frecuente, y alta presencia de Marcas Propias.



TOTTUS SUPERMERCADOS

Comercializa principalmente las categorías tradicionales de alimentos y productos de higiene.



TOTTUS HIPERMERCADOS

Oferta ampliada de bienes durables básicos, línea blanca, vestuario, productos electrónicos y artículos para el hogar.

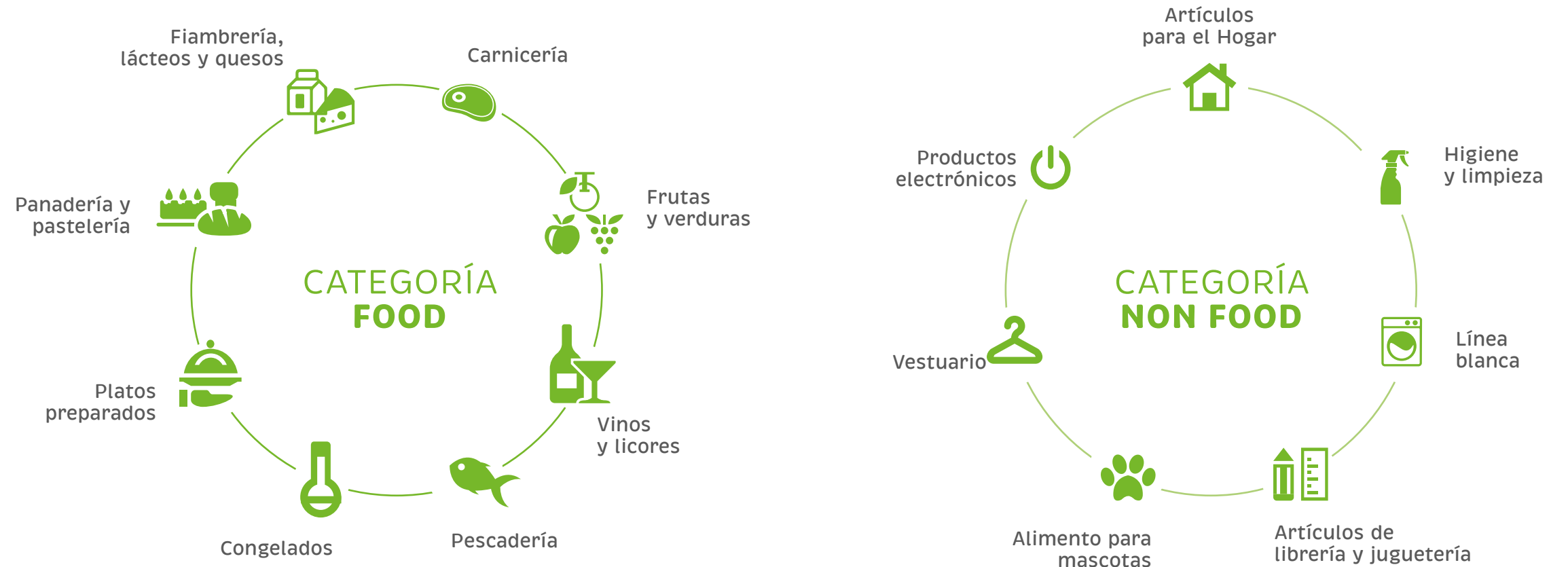


HIPERBODEGA PRECIO UNO

Surtido de productos con un mayor foco en los productos no perecibles, privilegiando la conveniencia en los precios. Actualmente sólo presente en Perú.

En cada uno de estos formatos de negocio ofrecemos una amplia variedad de productos y servicios que se clasifican en dos grandes categorías: Food y Non Food en las que nuestros clientes pueden encontrar productos y marcas nacionales e internacionales.

Ofrecemos una amplia variedad de productos y servicios que se clasifican en dos categorías: Food y Non Food.



Queremos brindar un servicio y atención de excelencia. Por eso, en ambas categorías, hemos reunido un grupo de Marcas Propias, cuyos proveedores cumplen con rigurosos estándares de calidad y que nos permiten entregar una garantía del 200% en productos Marca TOTTUS y perecibles.

G4-4



En la línea de alimentación, contamos con nuestros propios Centros de Producción en Chile y Perú asegurando la selección, control y producción con rigurosos estándares de inocuidad. Al mismo tiempo, potenciamos las certificaciones y cumplimiento de normativas de nuestros proveedores para la marca TOTTUS y PRECIO UNO.

Marcas Propias

La Panadería TOTTUS

Artículos de panadería y pastelería marca TOTTUS.

TOTTUS - Alimentación

Productos no perecibles posicionados en “Precio y Conveniencia”.

PRECIO UNO - Alimentación

Productos no perecibles de “Primer Precio”.

Casajoven

Línea con productos para decoración, menaje, textil, hogar y aseo.

Ofiscool

Artículos de oficina, cuadernos y útiles escolares.

Recco

Marca de “Primer Precio” en productos electrodomésticos y video.

Wurden

Nueva marca de electrodomésticos de excelente diseño y calidad.

D-desing

Accesorios de audio y tecnología.

Allbasics

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

HIPERBODEGA PRECIO UNO

Este formato nace como parte de nuestra estrategia de negocio en compromiso con nuestros grupos de interés y aquellas comunidades que necesitan acceder a nuestros productos, sin necesidad de campañas y presentaciones elaboradas en los lugares de venta. PRECIO UNO se basa en la comercialización

de productos con foco en los “no perecibles” que son exhibidos en sus embalajes originales, especialmente diseñados en conversación con nuestros proveedores, manteniendo la calidad y certificaciones.

Vivimos la Cultura de Servicio

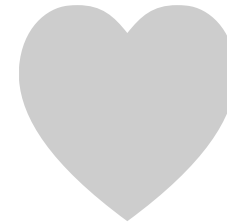
Hemos dado un gran paso para reafirmar y robustecer nuestra identidad. Desde 2013 iniciamos el proyecto “Cultura de Servicio TOTTUS” en Chile, buscando transformar a la compañía en una marca extraordinaria que impacte en nuestra cultura y operación de servicio.

Nuestro lema es “entregar la mejor experiencia de compra a nuestros clientes, cada uno contribuyendo desde su espacio respectivo de acción y responsabilidad”. Nuestra “Filosofía de Servicio” está basada en ocho atributos, cuyos lineamientos hemos construido de forma conjunta con todas las gerencias y transmitido a nuestros equipos de trabajo.

Nuestro lema es “entregar la mejor experiencia de compra a nuestros clientes, cada uno contribuyendo desde su espacio respectivo de acción y responsabilidad”.



Ocho Atributos de Nuestra Filosofía de Servicio



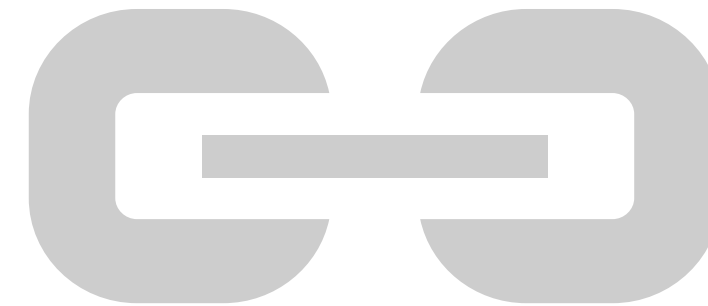
- ✓ **Cuidamos a nuestras personas** para lograr una experiencia memorable en nuestros clientes.
- ✓ **Somos rigurosos y disciplinados** con atención en los detalles del servicio como base del éxito.
- ✓ **Nos centramos en el cliente** y su experiencia de servicio para lograr éxito en los resultados.
- ✓ **Celebramos logros y aprendemos de errores** sin perder el deseo por mejorar.
- ✓ **Jugamos en equipo** entendiendo nuestro rol para lograr un servicio de excelencia.
- ✓ **Nos apropiamos con urgencia** de los problemas y actuamos con inmediatez.
- ✓ **Perseguimos la excelencia** con convicción y una actitud por hacer las cosas mejor.
- ✓ **Dominamos nuestra área de responsabilidad** capacitándonos con excelencia.

Cambios que Fortalecen Nuestro Desarrollo

G4-13

Durante 2014, incorporamos en Chile dos nuevas áreas de gestión. Por un lado, la Gerencia de Remodelación y Nuevas Tiendas; y por otro, la Subgerencia de Servicio al Cliente a cargo de medir la percepción del cliente a través del sistema Net Promoter System (NPS). Esta sección también gestionará los reclamos de nuestros consumidores en Chile, desarrollando el área de Cliente Interno con indicadores de seguimiento y metas.

En conjunto con estos cambios organizacionales, hemos logrado consolidar y fortalecer una serie de procesos y programas emblemáticos a lo largo de nuestra cadena de valor, entre los cuales podemos destacar los siguientes:



Hemos logrado consolidar y fortalecer una serie de procesos y programas emblemáticos a lo largo de nuestra cadena de valor.



Proceso de Mejora Continua y Proyecto LEAN: desde 2014 contamos con una Gerencia, cuyo objetivo es reducir las acciones innecesarias que no aportan a la satisfacción de las necesidades y expectativas de nuestros clientes.



Nuevo Centro de Distribución en Perú: inaugurado en 2014 en el poblado de Huachipa Perú con el objetivo de centralizar y optimizar costos de logística y mejorar indicadores de cobertura.



Certificación LEED Oro en Perú: nuestra tienda TOTTUS de Miraflores se convirtió en el primer supermercado de Perú y Latinoamérica que cumple con todos los requisitos de sustentabilidad exigidos por el U.S. Green Building Council.

¡Qué rico es crecer sano con TOTTUS!



La Feria TOTTUS



¡Qué rico es crecer sano con TOTTUS!: es nuestro nuevo programa que promueve la alimentación saludable y nutritiva en escuelas vulnerables de Chile. La iniciativa se alinea con nuestra misión de “mejorar la calidad de vida de las familias donde estamos presentes”.

La Feria TOTTUS: se ha convertido en una propuesta innovadora al comunicar ofertas de frutas y verduras frescas, todos los días con la mejor calidad a precios competitivos y con proveedores certificados en Buenas Prácticas Agrícolas (BPA).

Auditoría de Proveedores en Comercio Ético (SMETA): un programa internacional iniciado con nuestros Proveedores de Marcas Propias que nos permite identificar malas prácticas, disminuir riesgos y realizar capacitaciones de mejora.

Programa TOTTUS Inclusivo: promueve en la empresa la inclusión laboral de adultos mayores y la integración de trabajadores con discapacidad, permitiéndonos cumplir con nuestro compromiso de generar valor en las comunidades donde estamos presentes.



Nuestras Alianzas en el Retail

G4-16

La naturaleza de nuestro negocio nos ha llevado a interactuar y ser parte activa en diversas organizaciones, gremios y asociaciones como una forma de generar sinergias, compartir aprendizajes y colaborar con el crecimiento y mejoramiento de nuestra actividad. Entre estos organismos podemos destacar:

La naturaleza de nuestro negocio nos ha llevado a interactuar y ser parte activa en diversas organizaciones, gremios y asociaciones.

Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC)

Asociación Gremial Supermercados de Chile A.G. (ASACH)

Asociación Nacional de Anunciantes de Perú (ANDA)

Cámara de Comercio de Lima (CCL)

Comisión de Seguridad, Antidelincuencia y Defensa del Comercio Formal (CNC)

Sociedad Peruana de Marketing

Sociedad de Comercio Exterior del Perú (Comex)

Consejo Directivo de GS1 Perú

Comité de Comerciantes de Artefactos Electrodomésticos de Perú

La Sociedad Reconoce Nuestro Esfuerzo

Cada año nuestros ejecutivos, colaboradores y proveedores ponen su máxima dedicación dentro de las diferentes áreas de la compañía para brindar un servicio de excelencia y calidad al precio más conveniente para nuestros consumidores. Los reconocimientos, por pequeños que sean, son una señal de que estamos haciendo las cosas bien. Queremos compartir la alegría cuando recibimos un premio por este esfuerzo colectivo



"Los reconocimientos, por pequeños que sean, son una señal de que estamos haciendo las cosas bien."

15° Lugar en GPTW

El Great Place to Work Institute, reconoce a TOTTUS Perú como una de las 15 empresas con Mejor Clima Laboral en la categoría "más de mil trabajadores".

GPTW: "Mi Empresa es lo Máximo"

Reconocimiento de TOTTUS Perú en el concurso de videos "Mi Empresa es lo Máximo", organizada por el Great Place to Work.

Mejor Marca Empleadora 2014

TOTTUS reconocida como la Mejor Marca Empleadora en la categoría Supermercados e Hipermercados del Perú, según el estudio realizado por Laborum y Arellano Marketing.

Excelencia en Prevención de Riesgos Laborales

Premio a TOTTUS Perú por el caso de éxito en la plataforma de prevención y control de accidentes en las áreas de Fiambres-Carnes y Bodega, organizado por Rímac Seguros.

Recíclame, cumple tu Papel

Séptimo lugar entre las empresas que más acopian y reciclan con un total de 12,112 toneladas de papel. Reconocimiento de la iniciativa de Kimberly-Clark Perú.

Formamos Parte del Grupo S.A.C.I. Falabella

G4-7

Somos la unidad de negocio dedicada a la operación de supermercados de S.A.C.I. Falabella¹; Grupo comercial con presencia en Chile, Perú, Colombia, Argentina, Brasil y recientemente en Uruguay y que se organiza en cinco áreas de negocios que son: Tiendas por Departamento, Mejoramiento del Hogar, Supermercados, Servicios Financieros e Inmobiliaria.

Su estrategia de negocio está basada en 3 pilares fundamentales que son crecimiento, rentabilidad y sostenibilidad.

Crecimiento



Expansión responsable en nuevos mercados

Rentabilidad



Control de riesgos y mejora de oportunidades

Sostenibilidad



Legitimidad social para ser una empresa respetada y valorada

Al cierre de este reporte, S.A.C.I. Falabella logró ingresos por US\$ 12.464 millones con un total de 440 tiendas, distribuidas en 2.591.000 m² de superficie de venta, además de 38 centros comerciales y 207 sucursales del banco. Generó fuentes de empleo a 106.053 personas en la región y durante los últimos años, ha desarrollado una plataforma de ventas online que convierten al Grupo en uno de los principales operadores de comercio electrónico de la región.



Tiendas
440



Ingresos por
US \$12.464²
millones



Empleo a
106.053

A Argentina

- Colaboradores: 5.392
- ingresos: 7%

CH Chile

- Colaboradores: 51.968
- ingresos: 60%

B Brasil

- Colaboradores: 3.172
- ingresos: 3%

P Perú

- Colaboradores: 30.503
- ingresos: 24%

C Colombia

- Colaboradores: 15.018
- ingresos: 7%

Nota:

(1) Sociedad Anónima Comercial e Industrial Falabella (S.A.C.I. Falabella).

(2) Reporte Anual 2014, S.A.C.I. Falabella, pág. 40.

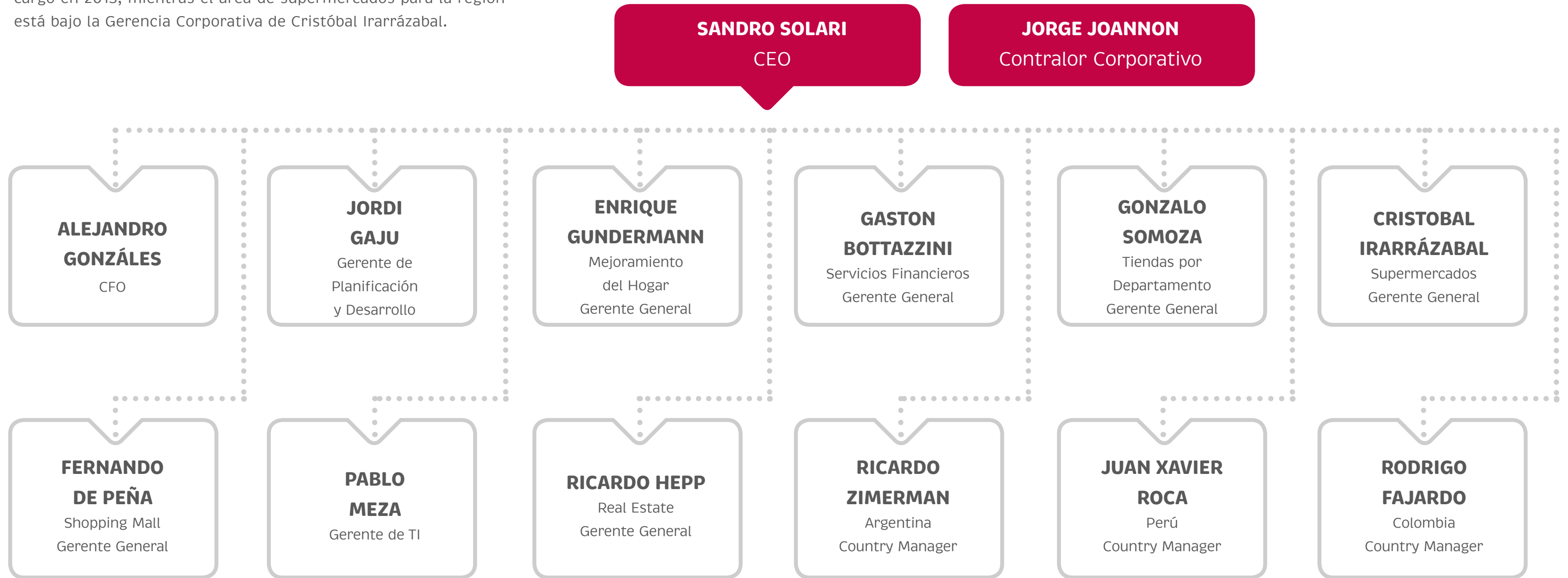
El Directorio de S.A.C.I. Falabella se compone de nueve miembros, tres de ellos mujeres. La mayoría son accionistas de la empresa, excepto un director independiente. Todos ejercen el cargo por tres años desde la fecha de elección, pudiendo ser reelegidos en forma indefinida.



Nombre	Cargo	Ejecución del cargo desde
Carlo Solari donaggio	Presidente	2014
Juan Carlos Cortés Solari	Vice-Presidente	2014
José Luis del Rio Goudie	Director	2003
Carlos Heller Solari	Director	2002
Paola Cuneo Queirolo	Director	2014
María Cecilia Karlezi Solari	Director	2003
Segio Cardone Solari	Director	1986
Hernán Büchi Buc*	Director	1996
Carolina del Rio Goudie	Director	2011

*Miembro independiente

La administración ejecutiva del holding Falabella se encuentra en manos de Sandro Solari, Gerente General, quien asumió el cargo en 2013, mientras el área de supermercados para la región está bajo la Gerencia Corporativa de Cristóbal Irarrázabal.



A través de Inversiones Falabella Ltda y Dinalsa SpA, el Grupo controla el 88% de la propiedad de Hipermercados TOTTUS S.A.

Gobernanza y Ética Corporativa

G4-34, G4-39

Nuestra estructura de gobierno corporativo para la región está compuesta por dos directorios. Uno en Chile, que opera con nueve miembros, dos de ellos mujeres, cuyo presidente es Juan Carlos Cortés Solari. Y otro en Perú, integrado por tres miembros y presidido por Sandro Solari Donaggio.

En ambos casos los directorios responden a la confianza de la Junta de Accionistas del Grupo S.A.C.I. Falabella.

Por estatutos del Grupo y la compañía los directores no pueden desempeñar cargos ejecutivos en la empresa; esto asegura la independencia en la toma de decisiones del equipo ejecutivo en las materias de gestión trazadas por el Directorio.

A nivel de Gobernanza, estamos convencidos que el fortalecimiento de la sostenibilidad de nuestras actividades, pasa por instalar mecanismos que promuevan el respeto por los derechos humanos, los principios éticos, y el rechazo a las prácticas de corrupción.



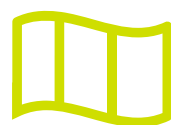
Directorios de TOTTUS

G4-38



Directorio de TOTTUS Chile

Nombre	Cargo	Profesión
Juan Carlos Cortés Solari	Presidente	Ingeniero Comercial
María Cecilia Karlezi Solari	Director	Empresaria
Giorgianna Cuneo Queirolo	Director	Publicista
Carlo Solari Donaggio	Director	Ingeniero Civil
Silvio Rostagno Hayes	Director	Ingeniero Civil Industrial
Francisco Leyton Francione	Director	Empresario
Victor Pucci Labatut	Director	Ingeniero Civil
Alberto Morgan Lavín	Director	Abogado
Felipe del Río Goudie	Director	Ingeniero Civil



Directorio de TOTTUS Perú

Nombre	Cargo	Profesión
Sandro Solari Donaggio	Presidente	Ingeniero Civil Industrial Químico
Carlo Solari Donaggio	Director	Ingeniero Civil
Juan Xavier Roca Mendenhall	Director	Economista
Cristóbal Irarrázabal	Director	Ingeniero Civil Industrial

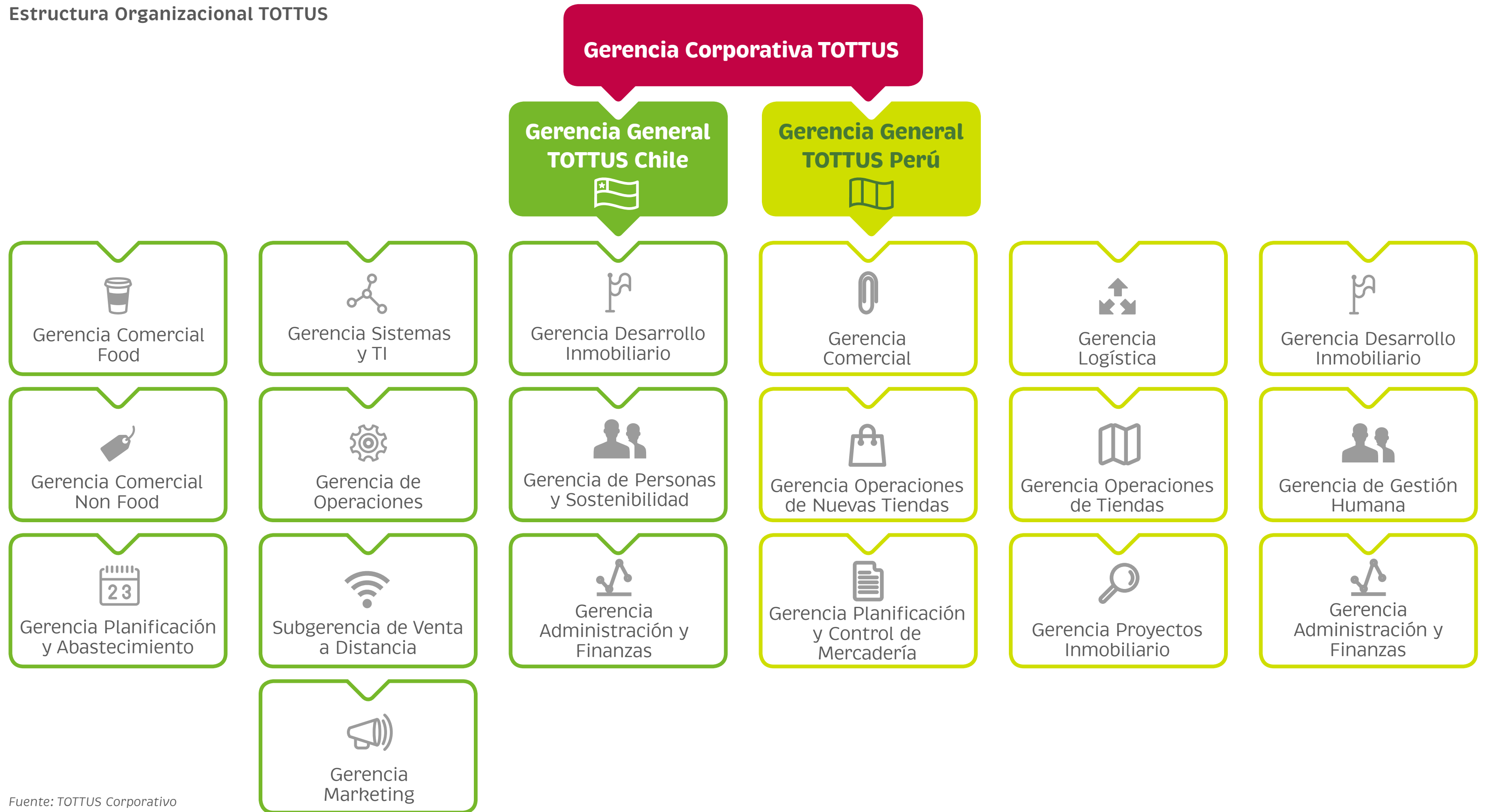
Comités Ejecutivos Latam

Nuestra plana ejecutiva está encabezada por Cristóbal Irarrázabal, Gerente Corporativo para la región, al cual reportan Pedro Colombo, Gerente General de TOTTUS Chile y Juan Fernando Correa, Gerente General de TOTTUS Perú.

Bajo la gerencia general de cada país se despliegan los Comités Ejecutivos, cuya misión es lograr en sus respectivos mercados un crecimiento responsable, respetando la cultura local y las características propias de cada país.



Estructura Organizacional TOTTUS



Nuestro Modelo de Ética y Prevención

G4-56

Comprometidos con el respeto por los derechos humanos, los principios éticos y el rechazo a las prácticas de corrupción, hemos implementado nuestro “Código de Ética”, el “Sistema Ético Corporativo” y el “Sistema de Prevención de Delitos”.

Estas herramientas promueven el correcto comportamiento de nuestros colaboradores, la protección de los valores de la empresa y la vigilancia, seguimiento y sanción a las prácticas de corrupción.



Nuestro Código de Ética

En nuestra Declaración o Código de Ética se abordan los valores, la visión y misión de la compañía; el funcionamiento del Sistema Ético y los canales de denuncia; el compromiso y relación con nuestros Grupos de Interés; cómo actuar frente a dilemas éticos y el Decálogo de Ética que sienta las bases de nuestra labor.

Decálogo de Ética TOTTUS

- | | |
|--|--|
| <p>1 Actuar de manera honesta e íntegra</p> | <p>6 Mantener con nuestros proveedores relaciones transparentes y correctas</p> |
| <p>2 Entregar el mejor servicio a nuestros clientes</p> | <p>7 Ser una empresa socialmente responsable</p> |
| <p>3 Trabajar siempre en equipo</p> | <p>8 Respetar las normas de la libre competencia</p> |
| <p>4 Promover el desarrollo laboral</p> | <p>9 Proteger la información</p> |
| <p>5 Fomentar la innovación y la creatividad</p> | <p>10 Mantener buenas relaciones</p> |

Sistema Ético en TOTTUS

G4-58

Para proteger y hacer efectivas cada una de las cláusulas del Código de Ética, hemos implementado el Sistema Ético; una estructura conformada por un Coordinador General de Ética a cargo de la organización y gestión del sistema.

Canales de denuncias

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

TOTTUS Chile

Línea Ética Gratuita
1230-020-9915

Correo Electrónico
denunciasTOTTUS@kpmg.com

Página Web
www.denunciasTOTTUS.kpmg.cl

TOTTUS Perú

Línea telefónica gratuita:
0800-5466

Email:
eticaentottus@kpmg.com.ar

Página web:
<https://eticaentottus.kpmg.com.ar>

Correo postal:
a Pamela Sayas (KPMG),
Av. Javier Prado Oeste 203, San Isidro

Coordinador de ética por zona

Responderá tus inquietudes sobre faltas al valor de la integridad o conductas irregulares, y casos no éticos ocurridos en tu tienda.



Comité de ética

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

TOTTUS Chile

Gerente General

Gerente de Personas y Sostenibilidad

Gerente de Administración y Finanzas

Subgerente de Auditoría Interna

TOTTUS Perú

Gerente General

Gerente de Gestión Humana

Gerente Controlador Corporativo

Coordinador general de ética

Está a cargo de la organización general y gestión del Sistema Ético TOTTUS para revisar los casos reportados en cada unidad.



Canales de Denuncia Ética

G4-HR3

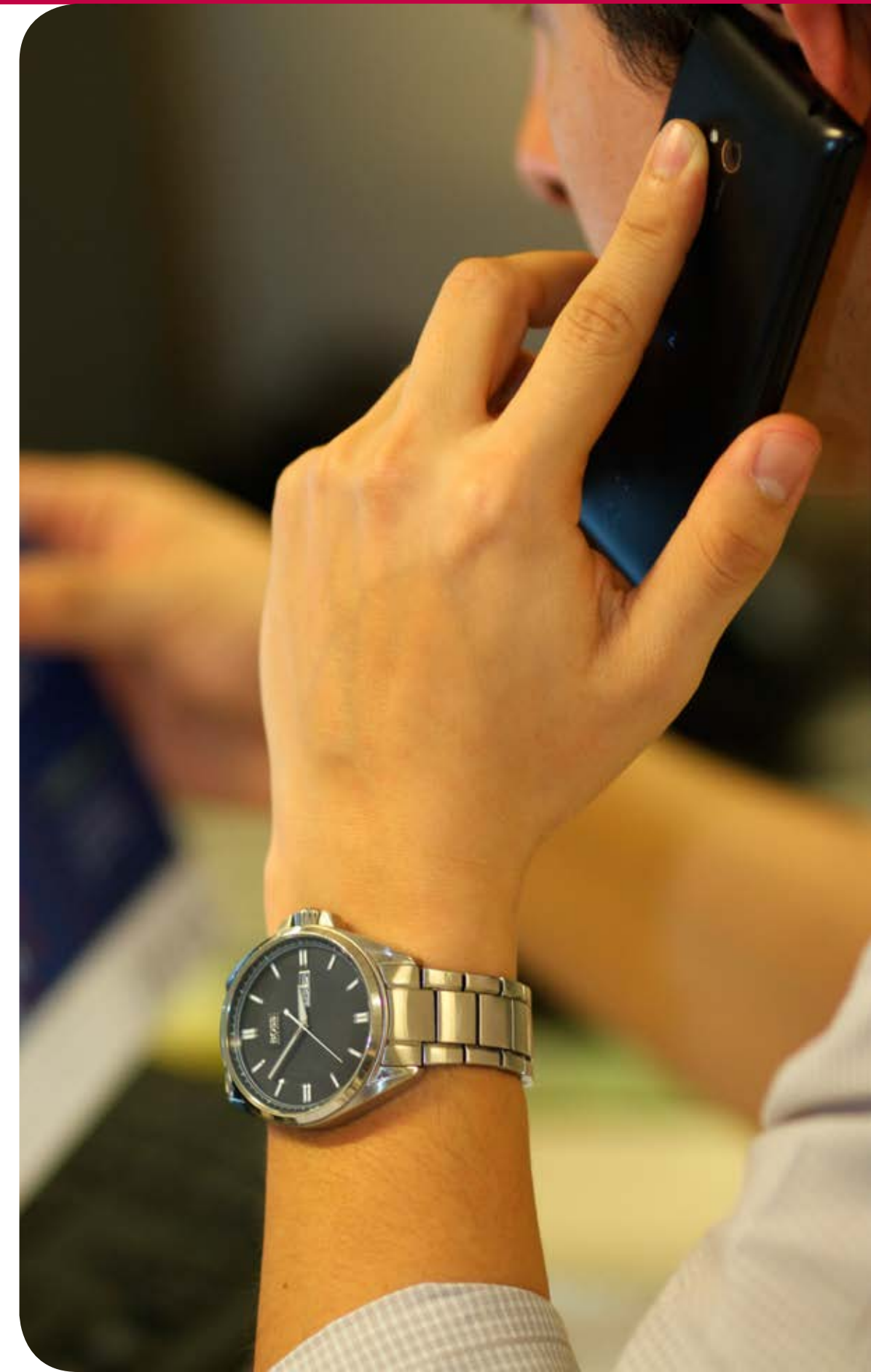
Desde el lanzamiento del Sistema Ético en Chile, en octubre de 2013, y el tercer año de implementación de la Línea Ética en Perú, hemos recibido un total de 130 denuncias de las cuales 125 están asociadas a temáticas de relaciones laborales.

Del total de denuncias recibidas el 100% fueron investigadas porque se hicieron con información clara, medios de prueba suficientes y especificación de la unidad o área en que sucedieron los hechos.



Denuncias en el Sistema y Línea Ética	Chile		Perú		Total	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Denuncias Realizadas	14	26	86	104	100	130
Denuncias Laborales	14	22	82	103	96	125
Denuncias Investigadas	10	14	77	104	87	118
% de Denuncias Solucionadas	80%	100%	89%	100%	87%	100%

Fuente: TOTTUS Corporativo



Sistema de Prevención de Delitos

G4-S03 y G4-S04

El tercer pilar que forma parte de nuestro Modelo es el “Sistema de Prevención de Delitos”. En Chile el sistema incluye mecanismos de prevención, investigación, denuncias y sanciones, además de cláusula en contratos de trabajo, reglamento interno y en la documentación de nuestros proveedores.

Como parte de la estrategia de internalización en nuestras operaciones cotidianas, se realizan talleres de capacitaciones con aquellos colaboradores que trabajan en áreas de mayor riesgo. En 2014 capacitamos a 719 personas en prevención de delitos completando 11.504 horas. Esto se suma a los 1.585 colaboradores en 2013 y a los 4.328 colaboradores capacitados en 2012.

En 2014 capacitamos a 719 personas en prevención de delitos completando 11.504 horas.

Nuestro Compromiso con los Derechos Humanos

G4-15

Para avanzar en el camino hacia la sostenibilidad, los temas de probidad, los derechos y libertad de las personas, nos hemos acercado y comprometido con algunas iniciativas nacionales e internacionales que apoyan y promueven esta temática.



ISO 26000 de Responsabilidad Social

Adherimos a esta Guía de acuerdo internacional en Responsabilidad Social como plataforma básica en el camino hacia la sostenibilidad que se han trazado los países y sociedades a nivel mundial.



Global Reporting Initiative (GRI-G4)

Para dar una cuenta equilibrada, comparable y verificable sobre nuestra gestión de sostenibilidad en las dimensiones económica, social y ambiental, hemos adoptado la metodología del Global Reporting Initiative (GRI) de reconocimiento internacional en su versión más reciente que es la Guía G4.



Principios Rectores de Empresas y Derechos Humanos

En el ámbito de las relaciones con nuestros grupos de interés, reconocemos los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de las Naciones Unidas, y nos comprometemos a respetarlos y avanzar instalando los mecanismos necesarios para su difusión, educación y denuncia.



Principios de la OCDE de las Naciones Unidas

Chile es parte de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) y como tal, las empresas aportamos al país haciendo nuestros sus principios, entre los cuales destacan el mejoramiento de la calidad de vida, desarrollo de empleo y la transparencia de nuestros gobiernos corporativos.



Principios y Directrices de la OIT

Nuestros colaboradores son una pieza fundamental para el desarrollo de nuestra actividad. En este sentido reconocemos la igualdad de género entre hombres y mujeres, apoyamos y fortalecemos las instancias de diálogo y respetamos profundamente el derecho de libre asociación. Trabajamos con empeño para promover un entorno laboral favorable, el cuidado en la salud y seguridad y procuramos la formación y promoción de sus competencias.



SEDEX: Aprovisionamiento Responsable

El compromiso con los derechos del trabajador no sólo se encuentra dentro de la compañía. También debemos promover las buenas prácticas laborales con nuestros proveedores y contratistas. Bajo esta mirada y como parte del Grupo Falabella, nos hemos incorporado a SEDEX, una plataforma de alcance mundial en temas de responsabilidad social en la cadena de valor.



Great Place to Work Institute

Para medir nuestro clima laboral y conocer de los casos emblemáticos en la industria a nivel mundial, trabajamos en equipo con este Instituto dedicado a promover las buenas prácticas laborales. Nuestras tiendas participan anualmente en este ranking y nos hacemos cargo de nuestras brechas a través de programas específicos.



US. Green Building Council

Este programa de certificación voluntaria fue creado por el Green Building Council de Estados Unidos y se ha convertido en un parámetro mundial en la construcción de edificios con un mínimo impacto en el medioambiente.



Para avanzar en el camino hacia la sostenibilidad, los temas de probidad y los derechos y libertad de las personas, nos hemos acercado y comprometido con algunas iniciativas nacionales e internacionales.

Estamos conscientes que las decisiones basadas en nuestra estrategia de desarrollo generan impactos positivos y negativos en nuestros Grupos de Interés. Por eso estamos trabajando de forma responsable para que nuestro desempeño y crecimiento económico genere beneficios y agregue valor para nuestros clientes, trabajadores, proveedores y las comunidades en las que operamos.



Generando Valor para la Sociedad

Durante 2014 tuvimos que redoblar nuestros esfuerzos debido a un menor dinamismo económico en la región, marcado por un aumento en el precio del dólar con la consecuente depreciación de las monedas locales y un incremento de la inflación.

Sin embargo, en TOTTUS continuamos extendiendo nuestras operaciones con la inauguración de 14 nuevas tiendas en la región; incluida la apertura de las dos primeras HIPERBODEGA PRECIO UNO en Perú, un logro que nos permitirá abordar nuevos segmentos de mercado en alimentación con un enorme potencial de desarrollo.

Con el foco en la centralización y el control de gastos, también inauguramos un nuevo Centro de Distribución en Perú, un paso que nos permitirá seguir creciendo con más eficiencia y flexibilidad en la logística de nuestra industria.

A pesar de las dificultades económicas de la región, nuestra participación de mercado llegó al 5,2 % en Chile y al 24,1 % en Perú, con un ingreso a nivel regional de MMUS 2.019, un 12,3 % superior respecto del período anterior.

En TOTTUS continuamos extendiendo nuestras operaciones con la inauguración de 14 nuevas tiendas en la región; incluida la apertura de las dos primeras HIPERBODEGA PRECIO UNO en Perú.

Nuestro Valor Económico Generado y Distribuido

G4-EC1

La siguiente tabla permite visualizar que TOTTUS generó a nivel regional un valor económico de MMUS 2.019 representado por las ventas totales realizadas para el período 2014.

De este valor generado en 2014, podemos decir que distribuimos (Valor Económico Distribuido) el 98,7 % de todos los ingresos entre nuestros grupos de interés, es decir, MM US 1.993.

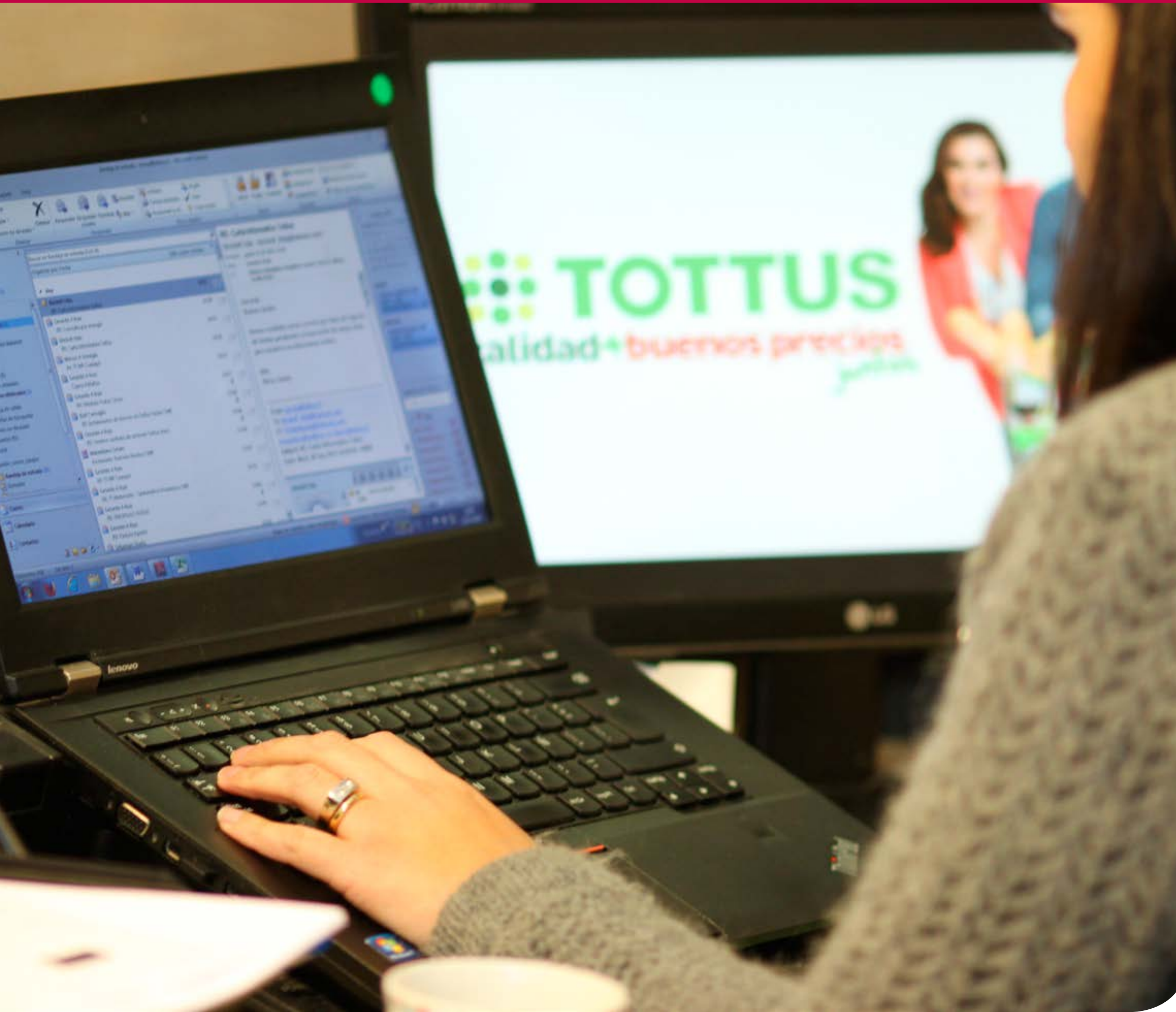


Valor Económico Generado y Distribuido en MM US

	Chile		Perú	
	2013	2014	2013	2014
Valor económico generado (A)	895,993	1.014,059	874,933	1.005,283
a) Ingresos Operacionales	895,993	1.014,059	874,933	1.005,283
Valor económico distribuido (B)	889,023	1.007,730	853,650	985,577
a) Gastos Operacionales	789,628	898,274	765,169	888,729
b) Sueldos y prestaciones a colaboradores	92,460	105,281	66,322	71,441
c) Pagos a los Proveedores de Capital	4,870	2,869	10,105	12,486
d) Pagos al Gobierno/Estado	1,905	1,114	11,797	12,851
d) Inversión en la Comunidad	0,160	0,192	0,257	0,070
Valor económico retenido (A-B)	6,970	6,329	21,283	19,706

Nota:
 Tipo de cambio Chile: \$ 606,75
 Tipo de cambio Perú S 2,989
 Valor: 31 de diciembre de 2014.

🏠	Empresa, Gobernanza y Ética Corporativa	Mejor Supermercado para Trabajar	Mejor Experiencia de Compra	Ser un Buen Vecino	Anexos
◀ 47 ▶	Palabras de Nuestros Líderes	Acerca de Nuestro Reporte	Quiénes Somos	Gobernanza y Ética Corporativa	Generando Valor para la Sociedad



Los “gastos operacionales” en 2014 entre Chile y Perú llegan a los MMUS 1.787 y concentran el 89,65% de nuestro Valor Económico Distribuido (VED). El aumento de estos “gastos operacionales” entre 2013 y 2014 se explica por el crecimiento del negocio representado en la apertura de nuevas tiendas.

El segundo ítem con mayor “distribución” durante el mismo período, es el pago de remuneraciones y beneficios a nuestros trabajadores con un total de MMUS 177 representando el 8,87 % del Valor Económico Distribuido. El aumento en 2014 también se explica por la mayor contratación de personal para las nuevas tiendas.

El pago a nuestros “proveedores de capital” es menor en Chile debido al bajo endeudamiento y solicitud de préstamos con entidades bancarias. En Perú son más elevados debido a la necesidad de financiamiento para la construcción del nuevo Centro de Distribución y de la tienda con certificación LEED de Miraflores.

Nuestros aportes al Estado a través del pago de impuestos y multas corresponden al cumplimiento de las obligaciones según las normativas vigentes de cada país.

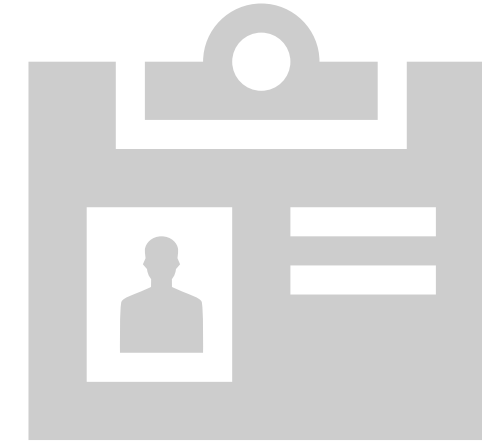
Los aportes a la comunidad durante 2014 alcanzan los MMUS 0,262 a nivel regional con un porcentaje por debajo del 1% del Valor Económico Distribuido. Esto se explica por la incipiente creación de programas con la comunidad que aún se encuentran en etapa piloto en el caso de Chile. Nuestros esfuerzos estratégicos están fuertemente concentrados las instancias de capacitación de nuestros trabajadores.



02 Mejor Supermercado para Trabajar

- › Quiénes son Nuestros Colaboradores
- › Desarrollo de Nuestros Colaboradores
- › Medimos Nuestro Clima Laboral
- › Salud y Seguridad Laboral





Nuestra política laboral se basa en un profundo respeto por nuestros colaboradores en su diversidad e inclusión. Promovemos su desarrollo profesional a través de evaluaciones de desempeño, la promoción interna, el desarrollo de liderazgos y la formación permanente.

¿Quiénes son Nuestros Colaboradores?

G4-10, G4-LA1, G4-LA12

Queremos ser el “Mejor Supermercado para Trabajar” y centrados en este pilar de nuestro Modelo de Sostenibilidad, nos hemos comprometido al 2018 con cinco temas fundamentales que son: Desarrollo de Nuestros Trabajadores, Calidad de Vida Laboral, Beneficios y Remuneraciones, Escucha y Diálogo y Salud y Seguridad.

Nos hemos comprometido al 2018 con cinco temas fundamentales que son: Desarrollo de Nuestros Trabajadores, Calidad de Vida Laboral, Beneficios y Remuneraciones, Escucha y Diálogo y Salud y Seguridad.



Colaboradores por Categoría 2014	Chile		Perú	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Gerentes y Subgerentes	44	7	120	57
Profesionales y Técnicos	535	375	1.452	788
Operarios	2.945	5.241	3.896	3.781
Subtotal H/M	3.524	5.623	5.468	4.626
TOTAL	9.147		10.094	

Fuente: TOTTUS Corporativo

Nota: Para efectos de la consolidación de los datos de este reporte, nuestro personal se ha dividido en tres categorías que son Gerentes y Subgerentes, Profesionales y Técnicos y Operarios

Mujeres y Jóvenes en TOTTUS

Durante 2014 generamos 19.241 puestos de trabajo a nivel regional de los cuales el 53,3% fueron ocupados por mujeres, mientras el 58,5% de nuestros colaboradores sumando Chile y Perú, tenía menos de 30 años.

Colaboradores por Edad	Chile		Perú		Total	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Hombres	3.709	3.521	5.256	5.468	8.965	8.989
Menor de 30	1.816	1.719	3.559	3.869	5.375	5.588
Entre 30 y 50	1.253	1.381	1.637	1.548	2.890	2.929
Más de 50	640	421	60	51	700	472
Mujeres	5.904	5.626	4.714	4.626	10.618	10.252
Menor de 30	2.736	2.535	3.134	3.139	5.870	5.674
Entre 30 y 50	2.203	2.568	1.542	1.450	3.745	4.018
Más de 50	965	523	38	37	1.003	560
TOTAL	9.613	9.147	9.970	10.094	19.583	19.241

Fuente: TOTTUS Corporativo

Colaboradores por Tipo
de Contrato

	Chile		Perú	
	2013	2014	2013	2014
Género	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Contrato Plazo Fijo	454	590	2.320	1.669
Contrato Indefinido	3.070	5.033	2.645	1.930
Subtotal	3.524	5.623	5.468	4.626
TOTAL	9.147		10.094	

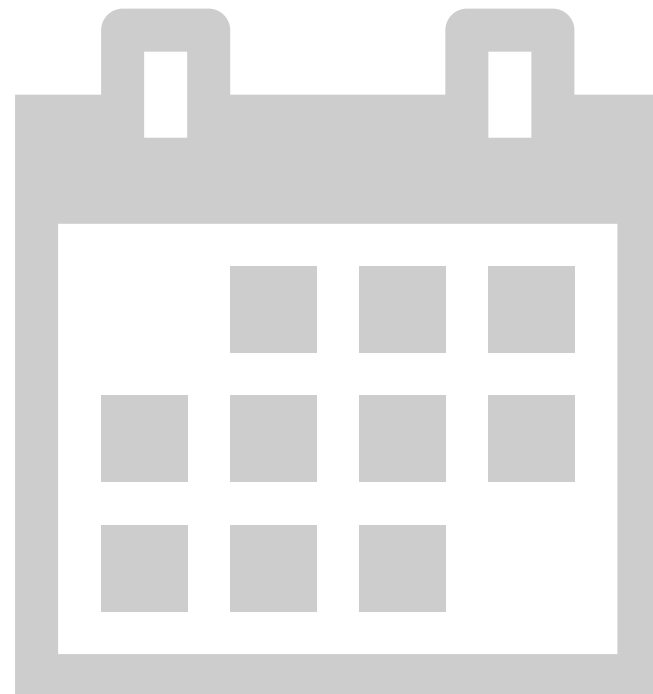
Fuente: TOTTUS Corporativo

En TOTTUS privilegiamos las relaciones laborales de largo plazo. El 88,6% de nuestros colaboradores en Chile posee contrato indefinido, mientras el 62,6% trabaja en jornada completa.



Colaboradores por Tipo de Jornada	Chile		Perú	
	2013	2014	2013	2014
Género	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Jornada completa	2.646	3.083	4.965	3.599
Jornada parcial	878	2.540	503	1.027
Subtotal	3.524	5.623	5.468	4.626
TOTAL	9.147		10.094	

Fuente: TOTTUS Corporativo



Rotación: Nuestro Desafío

G4-LA1

Nuestra industria se caracteriza por la alta rotación de trabajadores, especialmente en el rango menores de 30 años, quienes salen al mercado laboral por primera vez o se encuentran en etapa de estudios superiores y en la búsqueda de nuevas oportunidades.

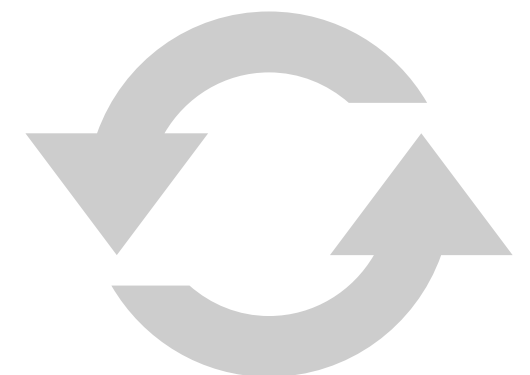
Tasa de Rotación TOTTUS	Chile		Perú		Total	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Total Dotación	9.613	9.147	9.970	10.094	19.583	19.241
Total Egresos	7.221	5.861	5.241	6.744	12.462	12.605
Hombres	4.147	2.556	2.924	3.830	7.071	6.386
Mujeres	3.074	3.305	2.317	2.914	5.391	6.219
Tasa Rotación	75,1%	64,1%	52,6%	66,8%	63,6%	65,5%

Fuente: TOTTUS Corporativo

Nota: Se realizaron ajustes y precisiones de cálculo al período 2013.

Frente a esta realidad y liderados por la Gerencia de Personas y Sostenibilidad en Chile y la Gerencia de Gestión Humana en Perú, iniciamos un trabajo profundo sobre nuestro sistema y perfiles de selección. Hemos fortalecido los procesos de inducción y ampliamos la cobertura en la evaluación de desempeño.

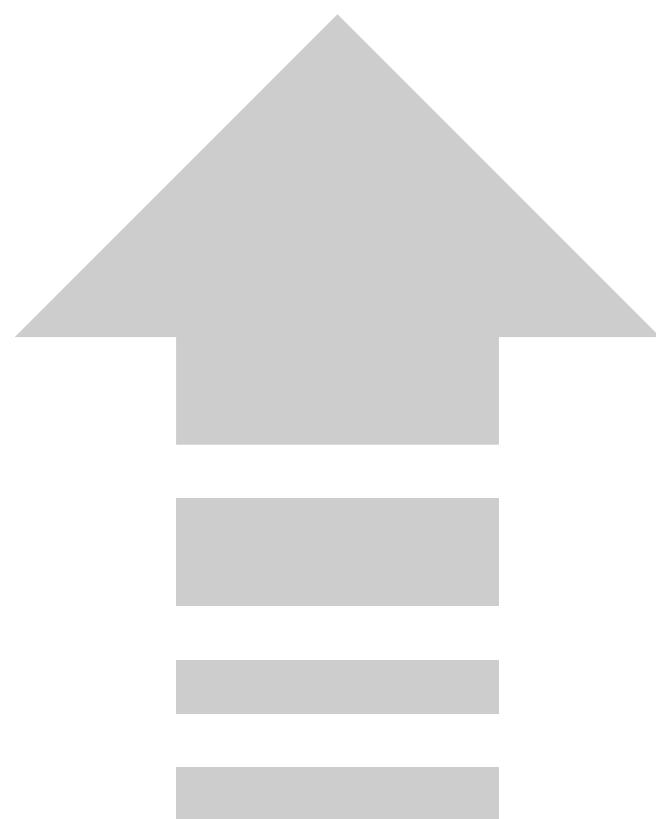
Además de importantes ajustes a nuestra política de remuneraciones, dimos un fuerte impulso a la formación de nuestros líderes, quienes tienen la capacidad de influir poderosamente en la relación y el clima de nuestros equipos de trabajo.



Fortaleciendo Nuestras Remuneraciones

G4-EC5, G4-LA13

Conscientes de nuestros desafíos, la competitividad dentro de la industria y la necesidad de retener a nuestros mejores elementos, en 2013 iniciamos el rediseño de un nuevo sistema de remuneraciones basado en incentivos. El objetivo fue otorgar una mecánica más clara en la retribución al desempeño de las personas y que nos permita alcanzar las metas económicas trazadas por la compañía.



Salario Inicial TOTTUS 2014 en US\$	Chile		Perú	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Salario mínimo Empresa (E)	379	379	259	259
Salario mínimo País (P)	371	371	251	251
Relación % E/P	1,02	1,02	1,03	1,03
Salario Promedio y Relación % H/M en US\$				
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Profesionales y técnicos	1.496	1.091	500	562
Relación % H/M	1,37		0,89	
Operarios	564	479	279	280
Relación % H/M	1,18		1,00	

Fuente: TOTTUS Corporativo
 Nota: Tipo de cambio Chile: \$ 606,75
 Tipo de cambio Perú S 2,989
 Valor: 31 de diciembre de 2014.

Estos esfuerzos dieron como resultado que el sueldo base en el cargo de menor jerarquía dentro de la empresa, sea siempre superior al salario mínimo nacional de cada país. De esta forma, la remuneración inicial para Chile y Perú en 2014 fue de US\$ 379 (230 mil pesos chilenos) y de US\$ 259 (775 soles peruanos) respectivamente para la categoría “operarios”, quienes representan el 89,5% de nuestra plantilla total.

Mejorando Nuestros Beneficios

G4-LA2

Para cumplir con este objetivo, los beneficios de TOTTUS se dividen en tres categorías equivalentes para Chile y Perú. En cada una de ellas tuvimos mejoras y avances durante el período reportado.

Salud y Seguros / Vívelo:

Disponemos de un seguro de vida desde el primer año laboral en Perú y desde el segundo año en Chile. Diseñamos un mapa con los convenios de salud disponibles a nivel nacional. Realizamos exámenes preventivos de salud en el 40% de nuestras tiendas en Chile. Elaboramos una minuta nutricional de desayunos estandarizada e implementamos las colaciones saludables para nuestras colaboradoras embarazadas. En Chile, contamos con una importante red de salas cunas, mientras en el 90% de las tiendas de Perú, hemos implementado zonas de lactancia materna.

Celebraciones y Reconocimientos / Disfrútaló:

Este año estandarizamos nuestros formatos de celebraciones entre los que destacan los cumpleaños, reconocimientos, estímulos y beneficios. Además de los eventos especiales como el día de la madre, día del padre, día del niño, aniversario de la tienda, Navidad y Año Nuevo entre otros.

Educación y Apoyo Social / Compártelo:

Contamos con un equipo de Asistentes Sociales que brinda atención y apoyo a nuestros colaboradores en temas de salud, educación y familia entre otros. Estas profesionales disponen de un protocolo de atención especial para casos críticos, relacionados con siniestros o enfermedades catastróficas. Adicionalmente, todos nuestros colaboradores en Chile pueden acceder a préstamos, créditos, bonos por nacimiento, matrimonio, fallecimiento, matrículas escolares entre otros, a través del sistema de Cajas de Compensación disponibles en el país por ley.



Cuidar a Nuestras Personas y ser El Mejor Supermercado para Trabajar, es uno de nuestros objetivos y pilar estratégico de sostenibilidad.

Beneficios Transversales en TOTTUS



Salud y Seguros / **Vívelo**

Seguros de vida, salud y dental.

Convenios con centros de salud, dentales, ópticas.



Celebraciones y Reconocimientos / **Disfrútaló**

Beneficios por celebración de Fiestas Nacionales, Aniversario, Navidad y Año Nuevo.

Día de cumpleaños, Día de la Madre, Día del Padre, Día del Niño



Educación y Apoyo social / **Compártelo**

Beneficios por nacimiento, matrimonio, fallecimiento de familiar y enfermedades familiares directos.

Tarjeta institucional con descuentos y bonificaciones en TOTTUS.

Desarrollo de Nuestros Colaboradores

G4-LA9, G4-LA10

Nuestros colaboradores son el rostro de TOTTUS frente al cliente. Con este objetivo, nos enfocamos en la planificación y gestión de personas orientado a la identificación de los mejores talentos internos y externos.

En 2014 ofrecimos un total de 434.792 horas de capacitación a nivel regional con un promedio de 22,6 horas por colaborador.



Horas de Capacitación TOTTUS	Chile		Perú		Total	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Total Dotación	9.613	9.147	9.970	10.094	19.583	19.241
Total Horas de Capacitación	236.632	247.311	246.507	187.481	483.139	434.792
Promedio H/H Capacitación	24,6	27	24,7	18,6	24,7	22,6

Fuente: TOTTUS Corporativo

Nota: Se realizaron ajustes y precisiones de cálculo al período 2013.

Liderazgo y Filosofía de Servicio

Durante este período en Chile, nuestros focos de capacitación se concentraron en el Programa de Liderazgo y el Programa de Filosofía de Servicio. En el primero capacitamos a 413 colaboradores, correspondiente a los cargos de Gerentes, Administradores y Jefes de Sección, completando 6.608 horas teóricas y prácticas.

En el Programa Filosofía de Servicio, sensibilizamos a 1.222 de nuestros colaboradores con un total de 38.981 horas respecto del cambio cultural que hemos iniciado en la compañía, dando a conocer y reflexionando sobre los 8 atributos de un extraordinario proceso que estamos viviendo en TOTTUS Chile. Ver recuadro, pág. 28 y 29.



Promovemos el Liderazgo



En TOTTUS, estamos comprometidos con nuestros líderes. Promovemos su desarrollo y les entregamos herramientas que permitan una mejor gestión de sus equipos. Creemos firmemente que “liderar es inspirar a través de la coherencia, el respeto, la visión, la pasión, el reconocimiento del otro, y el compromiso”.



Estos cinco valores representan las convicciones de la compañía, marcan el camino y nos conducen hacia el éxito.

Valores de Nuestro Líder TOTTUS

1

Respeto: Valora integralmente a tus colaboradores, escucha y respeta su opinión.

2

Credibilidad: Sé coherente en tus acciones y promete sólo lo que puedas cumplir.

3

Pasión: Disfruta del trabajo y transmite tu entusiasmo en el logro de metas comunes.

4

Empatía: Conoce y potencia en el otro las fortalezas que dan valor al negocio.

5

Inspirador: Sé auténtico y un referente para tu equipo aún en la adversidad.

Programas Formativos

Programa ALPA

En TOTTUS Perú, mantenemos el Programa de Desarrollo Líderes TOTTUS en alianza con diversas consultoras y el Centro de Liderazgo Adaptativo de la Universidad Adolfo Ibáñez. Adicionalmente incorporamos la metodología basada en el enfoque Actitud, Lógica, Proceso y Acción (ALPA), que considera actividades orientadas a modificar actitudes, detectar oportunidades de mejora en los procesos e individuos, automatización de procesos conocidos y aplicación de herramientas en el puesto de trabajo.

Programa Telenttus

También contamos con Talenttus un programa orientado a brindar una línea de carrera a nuestros colaboradores, entre los cuales destacan las escuelas formativas para las áreas de Cajas, Percibibles y Prevención. Y dentro del Programa Oportunidades de Crecimiento Interno (OCI) en Perú, comunicamos las vacantes producidas al interior de la empresa, generando oportunidades de cambios a una tienda cercana al domicilio del colaborador.

Cursos E-Learning

En Chile continuamos fortaleciendo los cursos e-learning que nos permite realizar capacitaciones a nivel nacional. Bajo este mecanismo, en Chile realizamos 58.674 horas de capacitación, siendo el indicador que más contribuyó en el total horas hombre al 2014, aumentando un 4,5% respecto del año anterior.



Nos Evaluamos para Mejorar

G4-LA11

La Evaluación de Desempeño es un instrumento basado en el mejoramiento continuo que permite a nuestros colaboradores, acceder a instancias de desarrollo laboral de acuerdo a sus capacidades y rendimiento. A la empresa gestionar ascensos, ajustes de renta, movilidad y capacitaciones entre otros.

Realizamos Evaluación de Desempeño en 360, 180, 90 y 45 grados, involucrando al total de la empresa; estos rangos incluyen a los líderes de la compañía, profesionales, administrativos, jefaturas y personal operativo en tiendas.

Evaluación de Desempeño	Chile		Perú		Total	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Total Dotación	9.613	9.147	9.970	10.094	19.583	19.241
Colaboradores Evaluados	3.407	5.639	5.921	6.666	9.328	12.305
% del total de Colaboradores	35,4	61,6	59,4	66	47,6	64

Fuente: TOTTUS Corporativo

Durante 2014, evaluamos a 12.305 colaboradores a nivel regional, un 64% de la dotación total de la compañía. En TOTTUS se puede evaluar a cualquier persona con más de 6 meses de antigüedad en la empresa.

Medimos nuestro Clima Laboral

Ser el Mejor Supermercado para Trabajar, es uno de los pilares de nuestro Modelo de Sostenibilidad. Para avanzar, todos los años, desde hace 12 en TOTTUS Perú y por tercer año en TOTTUS Chile, aplicamos la encuesta de clima del Great Place To Work (GPTW) que nos permite identificar los resultados por área, unidad y tiendas de la compañía. A partir de los resultados realizamos nuestros planes de mejora en cada país.

Encuesta de Clima Laboral (GPTW)	Chile		Perú	
	2013	2014	2013	2014
Total Dotación	9.613	9.147	9.970	10.094
Colaboradores que responden	5.594	4.855	4.604	5.587
% de respuesta	58,1%	64%	46,1%	55,34%
Índice GPTW	52%	53%	83%	81%

Índice GPTW: Resultado a la pregunta si TOTTUS es una buena empresa para trabajar.

Fuente: TOTTUS Corporativo



Dentro del GPTW de empresas de Perú, TOTTUS se encuentra entre las 15 mejores empresas para trabajar.

En Perú, las mediciones se han mantenido por sobre los 80 puntos de percepción, logrando en 2014 un promedio de 81. Dentro del GPTW de empresas de Perú, TOTTUS se encuentra entre las 15 mejores empresas para trabajar.

En el caso de TOTTUS Chile, la medición se aplicó en 2012 por primera vez. En 2013 logramos un índice del 52 por ciento. En 2014, de los 4.855 colaboradores que contestaron la encuesta, un 53% percibe a TOTTUS como una buena empresa para trabajar. Esto nos impone metas y desafíos importantes en Chile que debemos abordar durante los próximos períodos.

Diálogo con Nuestros Sindicatos

G4-11, G4-HR4

En TOTTUS reconocemos el derecho de libertad de asociación y promovemos el diálogo y las relaciones transparentes con sus organizaciones sindicales y liderazgos.

Con esta mirada, a diciembre de 2014, en Chile se formaron 5 nuevos sindicatos y una federación (FENASIT), dejando un total de 50 sindicatos más tres federaciones. En Perú tenemos un sindicato conformado por 108 colaboradores.

A la fecha, hemos efectuado 13 procesos de negociación colectiva en Chile y una en Perú, todas realizadas con total éxito.

En julio de 2014, tuvimos una huelga en TOTTUS Chile en un local de San Antonio. El conflicto duró dos días e involucró a 67 trabajadores. Sin embargo, logramos la solución inmediata y satisfactoria para ambas partes.

Sindicatos en TOTTUS	Chile		Perú		Total	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Total Dotación	9.613	9.147	9.970	10.094	19.583	19.241
Colaboradores Sindicalizados	5.234	4.803	86	108	5.320	4.889
% de sindicalización	54,14	52,5	0,86	1,07	27,7	25,4

Fuente: TOTTUS Corporativo

Como parte de nuestra política de relaciones sindicales, hemos establecido en común acuerdo, una estructura de diálogo liderada por la Gerencia de Personas y Sostenibilidad en Chile y Gestión Humana en Perú, con canales de comunicación claros y una agenda de temas con una periodicidad de reuniones bimensual que permita la solución rápida y directa sobre cualquier necesidad.

Esta misma política, establece una serie de protocolos para los gerentes de tiendas relacionadas con el cumplimiento de reuniones mensuales, instruirse en materias de legislación laboral, preparar adecuadamente las negociaciones colectivas e informar oportunamente cambios en el Reglamento Interno, horarios, políticas y procedimientos.



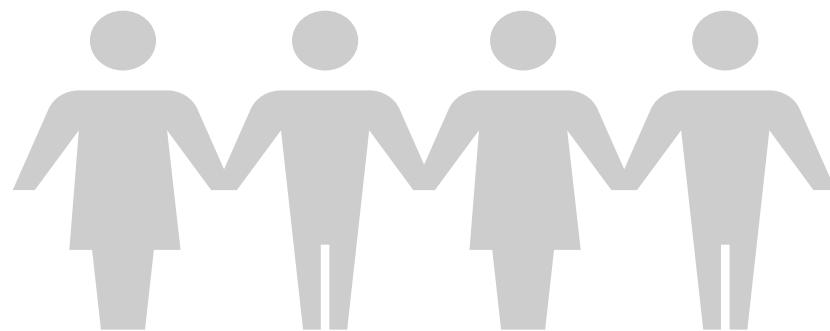
Programa TOTTUS Inclusivo

G4-LA12

Comprometidos con las comunidades en las que estamos presentes, en Chile iniciamos el Programa TOTTUS Inclusivo. El objetivo es hacernos partícipes de las soluciones y aportar en la construcción de sociedades más justa y más inclusivas.

El Programa de Inclusión Laboral se instauró formalmente en la Compañía en 2012 con el respaldo de áreas como Desarrollo de Personas, Productividad y Operaciones. Para su desarrollo y comunicación hemos generado alianzas con municipalidades y organismos expertos. El objetivo de este proyecto es facilitar la inserción laboral a personas mayores de 60 años y a personas con algún tipo de discapacidad.

Al cierre de este reporte en Chile contamos con 205 colaboradores mayores de 60 años y hemos incorporado a 65 personas con algún tipo de discapacidad en diversos puestos de trabajo.



Nuestros Próximos Desafíos

- ✓✓ Sensibilizar a los Gerentes Zonales y jefaturas sobre la inclusión laboral.
- ✓✓ Reconocimiento para Tiendas que contratan personas con discapacidad y adultos mayores.
- ✓✓ Elaborar políticas y procedimientos para el Programa TOTTUS Inclusivo.
- ✓✓ Consolidar nuevas alianzas con Fundaciones y Escuelas Inclusivas.
- ✓✓ Incorporar infraestructura para personas con discapacidad en próximas aperturas.

Inclusión Laboral TOTTUS Chile

Año	Dotación	Nº Adultos Mayores	%	Nº Personas con discapacidad	%
2014	9.147	205	2,24%	65	0,71%
2013	9.613	203	2,11%	58	0,60%

Salud y Seguridad en TOTTUS

En TOTTUS hemos definido nuestra Política y el Programa de Salud y Seguridad Ocupacional, difundidos en ambos países bajo la gestión de sus respectivos Departamentos de Prevención de Riesgos. Para su implementación y gestión, cada país cuenta con una estructura organizacional compuesta por sus respectivas Gerencias y Jefaturas de Prevención y la estrecha colaboración de sus Comités Paritarios.



Nuestros Comités Paritarios

G4-LA5

La salud y seguridad laboral es una responsabilidad que se vigila en estrecha colaboración con los Comités Paritarios de Seguridad y Salud Ocupacional. En cada país estos Comités deben respetar y guiarse por la normativa legal vigente (Ley 29.783 en Perú y Ley 16.744 en Chile). Sin embargo, los aspectos comunes que los unen es su presencia en cada tienda, el desarrollo de un programa anual de capacitación, contar con un experto en prevención, la investigación de accidentes ocurridos, contar con un sistema de gestión y generar las recomendaciones en salud y seguridad.

Comités Paritarios en TOTTUS	Chile		Perú	
	2013	2014	2013	2014
Total Dotación	9.613	9.147	9.970	10.094
Nº de Comités Paritarios	45	33	1	1
% de Representación	100	63	50	50

Fuente: TOTTUS Corporativo

Hitos en Salud y Seguridad

En 2014 Chile realizó un encuentro nacional de Comités Paritarios con el objetivo de compartir las experiencias, mejores prácticas y brindar un reconocimiento para aquellos Comités con un cumplimiento destacado de sus funciones. Concretamente tres de estos Comités recibieron una certificación pertenecientes a las tiendas de Kennedy, La Florida y Puente Alto Eyzaguirre.

También en Chile se realizó la primera encuesta del Programa Psicosocial Istas 21 aprobado por el Ministerio de Salud, levantando por primera vez, un protocolo con planes para abordar los riesgos físicos, síquicos y sociales en el trabajo para el período 2015.

En TOTTUS Perú recibimos el reconocimiento de Rimac Seguros por bajar el número de accidentes en las áreas de Carnes y Plataforma. También logramos un mayor control y apoyo hacia nuestros contratistas implementando la firma y la recepción del Manual SIG de Contratistas. Documento que indica los lineamientos de seguridad a cumplir por el personal externo cuando se encuentre en las instalaciones de TOTTUS.



Programa Psicosocial Istas 21

En junio de 2013, el Ministerio de Salud de Chile aprobó el nuevo **Protocolo de Vigilancia de Riesgos Psicosociales en el Trabajo**. El objetivo es supervisar, vigilar y fiscalizar las condiciones sanitarias y ambientales básicas en los lugares de trabajo. Esto, con el fin de proteger la vida y la salud de los trabajadores.

Nota:
Superintendencia de Seguridad Social, Gobierno de Chile.



Tasa de Siniestralidad, Accidentalidad y Ausentismo TOTTUS

G4-LA6

	Chile		Perú	
	2013	2014	2013	2014
Nº de víctimas mortales	0	0	1	0
Nº de lesiones	621	553	561	684
Nº de enfermedades profesionales	10	18	0	0
Días perdidos por accidente	7.571	8.508	2.601	2.934
Nº de accidentes	651	553	561	684
Tasa de accidentes	7,2	6,1	6,5	7,2
Tasa de enfermedades profesionales	0,11	0,08	0,0	0,0

Fuente:
TOTTUS Perú: Gerencia de Prevención de Riesgos.
TOTTUS Chile: Gerencia de Prevención de Pérdidas, Riesgos y Seguridad.

Para TOTTUS Chile el período reportado fue muy auspicioso en materia de seguridad. Fruto de las campañas de autocuidado realizadas en 2014 logramos bajar la tasa de accidentes desde un 7,2% en 2013 a un 6,1%. Nuestra meta era lograr un 6,5 y obtuvimos una cifra muy por debajo del promedio de 7,5% que registra el sector de los supermercados en Chile.

Este compromiso fue logrado gracias a la implementación de campañas y un estricto sistema de gestión y evaluación mensual en secciones complejas con accidentes en fechas críticas como agosto, septiembre, Navidad y Año Nuevo.

Nuestros desafíos son continuar con nuevas mediciones en aquellas tiendas que obtuvieron los más altos resultados y aprender y generalizar sus prácticas. Nuestra meta para 2015 es lograr una tasa de accidentes de 5,5%. Para eso continuaremos aplicando las medidas implementadas y avanzaremos en un plan de trabajo estratégico con un solo Organismo Administrador.

Fruto de las campañas de autocuidado realizadas en Chile durante 2014, logramos bajar la tasa de accidentes desde un 7,2% en 2013 a un 6,1%.



03 Mejor Experiencia de Compra

- > Calidad y Conveniencia
- > Experiencia de Compra
- > Credibilidad de la Promesa
- > Adquisiciones Responsables





En TOTTUS nos centramos en nuestros clientes con pasión y compromiso. Ellos representan el corazón de nuestras decisiones y gestión; queremos brindarles la mejor experiencia de compra, integrando una propuesta de calidad y buenos precios de nuestros productos y servicios, superando sus expectativas.

Una Experiencia de Compra Sostenible

G4-10, G4-LA1

Nuestra propuesta de valor va más allá de una transacción de productos y servicios; queremos que nuestros clientes tengan la “Mejor Experiencia de Compra”. Esta experiencia se sustenta en una oferta de productos de calidad con un servicio eficiente y precios convenientes. Queremos ofrecer productos confiables que mejoren la calidad de vida de las personas, en un ambiente seguro y acogedor.



Nuestros Compromisos Estratégicos

Para avanzar con esta propuesta de valor, asumimos cuatro compromisos que son parte de nuestra estrategia de sostenibilidad:

- ✓ **Calidad y Conveniencia**
- ✓ **Experiencia de Compra**
- ✓ **Credibilidad de la Promesa**
- ✓ **Adquisiciones Responsables**



Calidad y Conveniencia

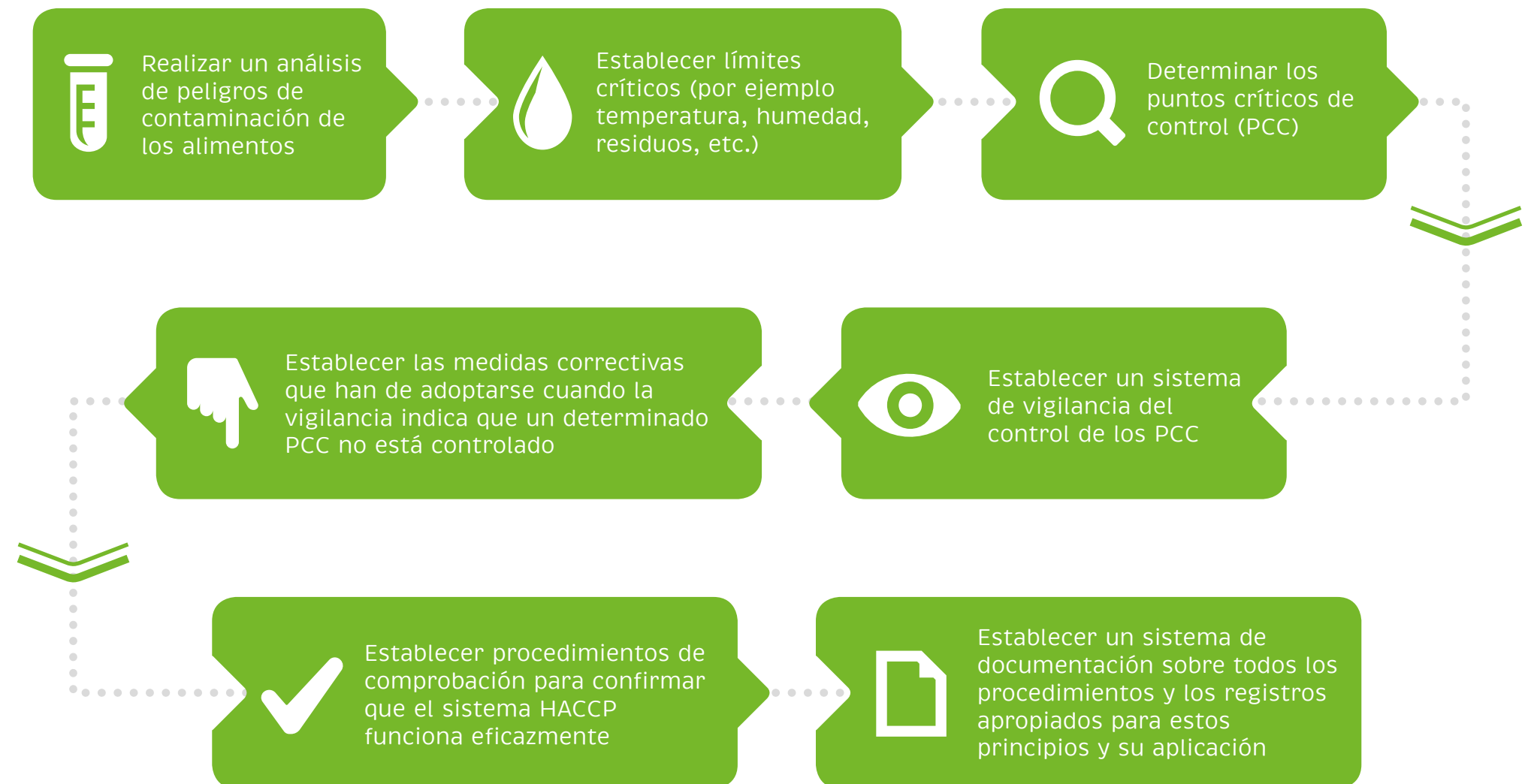
G4-PR1

Nos preocupamos que los alimentos y productos que consumen nuestros clientes sean seguros y no generen un riesgo para su salud. Para lograrlo, instalamos procedimientos de control asegurando no sólo el cumplimiento con las leyes de cada país, sino que además, incorporamos mecanismos de auditoría para productos de elaboración propia y externos.

Entre los sistemas de aseguramiento más destacados contamos con las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) y el Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control o HACCP, por su sigla en inglés.

Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP)

Este Sistema de Gestión de Seguridad Alimentaria preventivo, permite garantizar la inocuidad de los alimentos y se basa en 7 principios que la empresa debe seguir.



Certificación HACCP

G4-FP5

En TOTTUS Perú, nuestras tiendas cuentan con la implementación del Sistema de Gestión de Seguridad Alimentaria HACCP para la inocuidad de los alimentos. Y este año, hemos certificado en HACCP todas nuestras áreas de productos perecibles con la empresa Lloyd's Register Quality Assurance (LRQA), incluyendo 41 tiendas a nivel nacional, nuestros centros de Producción y Centro de Acopio de frutas y verduras.

En TOTTUS Perú, nuestras tiendas cuentan con la implementación del Sistema de Gestión de Seguridad Alimentaria HACCP.

Nivel de Implementación de HACCP	 Chile		 Perú	
	2013	2014	2013	2014
Total de Tiendas	48	52	40	49
Tiendas con HACCP	EE	EE	40	49
Tiendas con Certificación HACCP	EE	EE	32	40
% de HACCP en CP ¹	100	100	100	100
% de Certificación HACCP en CP	EE	EE	100	100
% de Certificación HACCP en CD Frutas y Verduras ²	EE	EE	100	100

Fuente: TOTTUS Corporativo

Nota:

(1) Centro de Producción

(2) Centro de Distribución FF y VV

EE: En Estudio

Marcas Propias: confiables y de calidad

En TOTTUS nos posicionamos entendiendo las Marcas Propias como una verdadera propuesta de valor con productos de gran calidad y a precios convenientes.

Contamos con dos categorías de productos Marca Propia. La categoría FOOD que abarca la línea de alimentos no perecibles y/o abarrotes; y los alimentos perecibles que incluyen las frutas, verduras, fiambrería, lácteos, pastelería y platos preparados. Y la categoría NON FOOD, que incluye la línea de vestuario, calzado, línea blanca, electrónica, librería y artículos para el aseo.



Auditorías de Seguridad e Inocuidad

G4-12

Para lograr la mejor calidad y al precio más competitivo en la categoría FOOD, seleccionamos rigurosamente a nuestros proveedores nacionales y extranjeros, quienes deben contar con la implementación del sistema HACCP o incorporarlo en el plazo de 6 meses.

HACCP en Proveedores Marca Propia	Chile		Perú		Total	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Total de Proveedores MM.PP	64	80	45	62	109	142
HACCP implementado/en proceso	17	42	14	25	31	67
HACCP certificado	40	36	14	23	54	59
Sin HACCP	7	2	18	14	25	16

Fuente: TOTTUS Corporativo

Entre los mecanismos de control que aplicamos a todos nuestros proveedores chilenos en la categoría FOOD, se encuentran las auditorías realizadas por el equipo de Control de Calidad TOTTUS que deben aprobar con un mínimo de 80%.



Control de Aseguramiento de Calidad (CAC): aplicado por el Área de Calidad de Chile a todos los proveedores de Marca Propia que se incorporan a la compañía.



Plan de Auditorías Periódicas de Proveedores (PAPP): para controlar y verificar que las empresas proveedoras mantienen correctamente sus procesos de elaboración.



Programa de Verificación de Productos (PVP): diseñado para mantener en el tiempo los estándares de calidad e inocuidad de los productos. Ya incorporamos al 90% de nuestros proveedores de Marcas Propias de Chile.

Nuestros Centros de Producción

En el área de pastelería y platos preparados, contamos con nuestros propios Centros de Producción en Chile y Perú, los que a su vez aplican las mismas exigencias, normativas y auditorías en materia de seguridad e inocuidad para lograr productos confiables y estandarizados.

En Chile hemos logrado una participación del 84% para esta categoría de servicio con una cobertura del 79% de los locales. Trabajamos con un sistema de pedidos centralizados, logrando un promedio de 16 mil unidades despachadas diariamente y con un equipo compuesto por 140 personas.

Fiscalizaciones: Una Oportunidad de Mejora

Los procesos de seguridad e inocuidad alimentaria son críticos, dinámicos y por lo mismo somos constantemente fiscalizados por las autoridades pertinentes. En este sentido, consideramos estas fiscalizaciones como una oportunidad y una herramienta más de retroalimentación para fortalecer nuestros sistemas de control.

Durante el período reportado, recibimos 35 multas por un monto total de US\$ 82.392 a nivel regional.

Multas por Seguridad e Inocuidad	Chile		Perú		Total	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Nº de fiscalizaciones	464	479	75	74	539	553
Nº de multas	26	31	6	4	32	35
Valor monetario de las multas (US)	86.559	64.593	1.187.942	17.799	1.274.501	82.392

Fuente: TOTTUS Corporativo

Nota: Tipo de cambio Chile: \$606,75

Tipo de cambio Perú: S 2,989

Valor al 31 de diciembre de 2014.

Productos Saludables: FREE FROM

En TOTTUS también queremos contribuir a una mejor calidad de vida y bienestar para las personas. Por eso hemos desarrollado una línea de alimentos saludables de Marca Propia, denominada "FREE FROM". En 2014 incorporamos jugos libres de azúcar y una línea de pastas sin gluten para personas celíacas. Sin embargo, estamos preparando una línea con categorías más amplias y con diseños exclusivos para 2016.

Paralelamente, nuestro Departamento de Desarrollo de Marcas Propias realiza periódicamente rigurosas auditorías de cumplimiento para los proveedores de este tipo de productos para mantener los estándares de calidad, elaboración, conservación, consumo y etiquetado.



Experiencia de Compra en TOTTUS

G4-PR1, G4-PR5

Queremos brindar a nuestros clientes la “Mejor Experiencia de Compra” en nuestros locales. Para lograr este compromiso, hemos instalado tres procesos de gestión:

1

Filosofía de Excelencia en el Servicio

Deseamos que TOTTUS se convierta en una marca extraordinaria y preferida por nuestros clientes. Con este propósito, implementamos un proceso de cambio cultural profundo, que cuenta con el compromiso de nuestros principales ejecutivos y el involucramiento de todos nuestros colaboradores.

Estos cambios son lentos y complejos, por lo cual estamos trabajando metódicamente en ocho atributos que forman parte de lo que hemos llamado “Nuestra Filosofía de Servicio”. *Ver más en pág. 28 y 29.*

Deseamos que TOTTUS se convierta en una marca extraordinaria y preferida por nuestros clientes.

2

Proyecto LEAN: Mejora Continua

El segundo desafío, es potenciar nuestra gestión de excelencia y agregar valor a los procesos del negocio. Por eso, la incorporación de la Metodología LEAN, un sistema centrado en el “mejoramiento continuo”, nos parece la mejor forma de transformar o eliminar aquellas acciones que no aportan a los procesos de compra del cliente.

Para implantar este procedimiento en TOTTUS Chile, incorporamos una Gerencia de Mejora Continua y Proceso LEAN que se integró durante 2014 y que participa en un sistema de trabajo conjunto con otros negocios del Grupo Falabella.

3

Satisfacción de Nuestros Clientes

La clave para mejorar la “Experiencia de Compra” está en la escucha activa de nuestros clientes. Esta disposición nos permite “ponernos en su lugar”, comprender sus necesidades, expectativas y advertir sus requerimientos.

Sobre esta base, hemos implementado un Sistema de Retroalimentación con el Cliente compuesto por tres mecanismos: Encuesta de Satisfacción (NPS), Observador Incógnito y Contacto TOTTUS.

La clave para mejorar la “Experiencia de Compra” está en la escucha activa de nuestros clientes.

Encuesta de Satisfacción (NPS)

En mayo de 2014 iniciamos por primera vez la implementación, a nivel corporativo, del sistema NPS (Net Promoter Score). Un instrumento que nos permite medir en todas las tiendas, el grado de satisfacción del cliente respecto del servicio y atención recibida.

Frente a la pregunta “si recomendaría comprar en una tienda TOTTUS”, el 49,7% de las personas en Chile y el 51,6% en Perú, evaluó la consulta entre 9 y 10. Calificaciones ubicadas en el rango máximo de 1 a 10 y que consideran al cliente como un “promotor de la marca”.




Observador Incógnito

Este mecanismo se basa en la medición permanente de una serie de pautas de atención que los trabajadores de determinadas áreas deben cumplir, según estándares predefinidos en TOTTUS.

En 2014 realizamos evaluaciones bimensuales que arrojaron niveles de cumplimiento sobre el 95,3% en Chile, y un 87% de satisfacción en Perú. Las tiendas con el mejor desempeño en Chile fueron Chillán, La Calera y Walker Martínez, mientras en Perú fueron las tiendas de Chiclayo Leguía y Miraflores.

Contacto TOTTUS

En TOTTUS contamos con múltiples plataformas de comunicación y atención que son parte esencial de nuestro Modelo de Servicio al Cliente. Los distintos formatos van dirigidos a recoger y canalizar las consultas, requerimientos, reclamos y sugerencias de nuestros clientes de manera de conducirlos y responderlos de forma efectiva, cercana y en el más breve plazo posible.

 TOTTUS Chile	 TOTTUS Perú	
 Libro de comentarios tiendas	 Call Center 600 390 8900	
 Sitio Web www.tottus.cl	 Redes Sociales Twitter y Facebook	 contacto@tottus.cl Atención de Marcas Propias TOTTUS consumidor@tottus.cl
 Servicio Nacional del Consumidor, SERNAC	 Línea Directa del Mercurio	 Libro de reclamos virtual en tiendas
		 Call Center 513 3555
		 Sitio Web www.tottus.com.pe
		 Redes Sociales Twitter y Facebook
		 Instituto Nacional de Defensa el Consumidor y de la Propiedad Intelectual, INDECOPI

En Chile, durante 2014 tuvimos un promedio de 2,3 reclamos cada 10 mil transacciones, mientras en Perú bajamos a una tasa de 1,82. En ambos casos, logramos una disminución de las quejas con respecto a 2013.

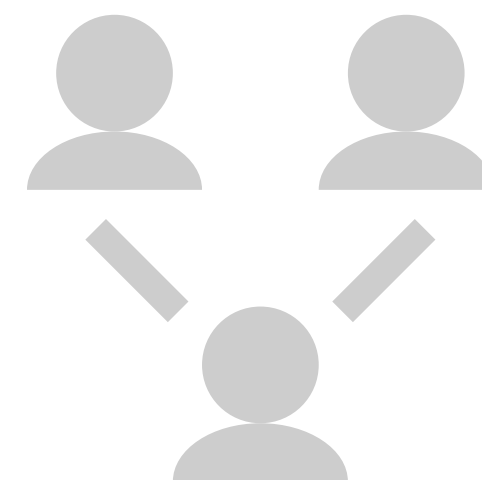
N° de Reclamos de Clientes	Chile		Perú	
	2013	2014	2013	2014
N° de reclamos	13.073	14.377	11.143	12.083
N° de transacciones/visitantes	56.813.695	61.644.810	58.703.019	66.234.489

Fuente: TOTTUS Corporativo

Adicional a nuestros tradicionales mecanismos de escucha, hemos incorporado el monitoreo de redes sociales como Facebook y Twitter, donde gestionamos en línea directa las preguntas y otros temas que pueden surgir en un contexto particular. En TOTTUS Perú, estamos ampliando el monitoreo de otras redes sociales como YouTube y Foursquare.

Monitoreo de Redes Sociales	Chile		Perú	
	2013	2014	2013	2014
N° total de seguidores	93.191	125.391	219.495	503.112
N° de seguidores en Facebook	87.766	116.669	210.411	467.235
N° de seguidores en Twitter	5.425	8.722	9.084	35.877

Fuente: TOTTUS Corporativo



Credibilidad de la Promesa

G4-PR3, DMA (FP8) y G4-PR7

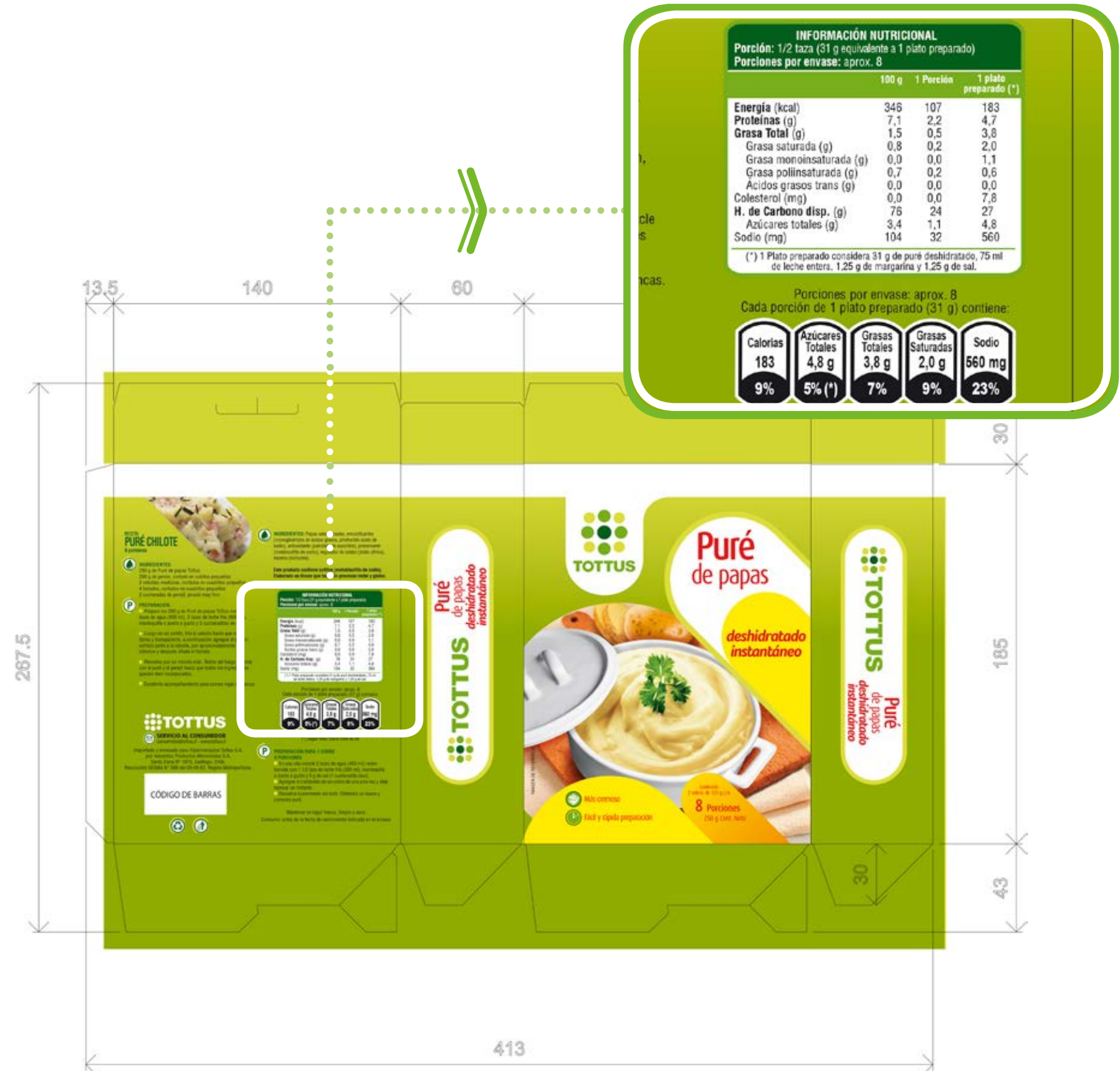
En TOTTUS nuestras estrategias de marketing buscan que la elaboración de los mensajes en las campañas y promociones sean claros y transparentes; que respeten las normas legales, los valores, principios éticos y la cultura e identidad de las personas de los países donde operamos.

Nuestras estrategias de marketing buscan que la elaboración de los mensajes en las campañas y promociones sean claros y transparentes.

Etiquetado: Información clara y oportuna

En esta misma línea, promovemos el consumo responsable de nuestros productos, incluyendo en nuestras etiquetas información sobre sus componentes, preparación y la correcta forma de eliminación.

En nuestros productos de alimentos Marca Propia, incluimos información basada en un esquema nutricional denominado “Orientaciones sobre Necesidades Diarias” (Guidelines Daily Amounts-GDA). En este formato detallamos los componentes nutricionales, señalando el porcentaje de aporte de calorías, grasas y proteínas que el producto entrega según lo que debiera consumir un adulto diariamente. Estos procedimientos se aplican en el 90% de nuestros productos.





Para lograr la “Mejor Experiencia de Compra” de nuestros clientes, necesitamos contar con los mejores proveedores, que entiendan nuestro modelo de negocio y compartan nuestra visión de sostenibilidad basada en relaciones de largo plazo, respeto y confianza mutua.

Adquisiciones Responsables

G4-EC9, G4-12

Nuestra cadena de valor incluye a proveedores de marcas propias y a pequeños productores, con los cuales hemos desarrollado un trabajo específico con acento en la calidad del producto y la generación de prácticas agrícolas sostenibles.

Con ellos fomentamos las relaciones de transparencia y confianza a través de un contrato marco de Condiciones Generales de Acuerdo Comercial para todos nuestros proveedores disponible en nuestra página web. En esta herramienta se abordan temas como la Confidencialidad, Denuncias y Prácticas no Apropriadas, Política de Libre Competencia, Plazos de Pago y Política Corporativa de Control de Delitos, entre otros.

En TOTTUS privilegiamos y fomentamos las relaciones comerciales de largo plazo con proveedores propios en cada país. En este sentido, en Chile el 96% de nuestro gasto de aprovisionamiento corresponde a proveedores nacionales, en tanto que en Perú la cifra alcanza a un 86%.

Gasto en Proveedores (US)	🇨🇱 Chile		🇵🇪 Perú	
	2013	2014	2013	2014
Gasto total en Proveedores	1.014	1.102	749	854
Gasto total en Proveedores Locales	946	1.062	648	733
% total de presupuesto para proveedores locales	93%	96%	87%	86%
Nº de proveedores locales	1.760	2.259	972	931
Nº de proveedores extranjeros	46	78	297	332

Fuente: TOTTUS Corporativo

Nota: Tipo de cambio Chile: \$606,75

Tipo de cambio Perú: S 2,989. Valor al 31 de diciembre de 2014.

En Chile el 96% de nuestro gasto de aprovisionamiento corresponde a proveedores nacionales, en tanto en Perú la cifra alcanza a un 86%.



PYMES: Pago a 30 días

Conscientes de que un pago oportuno es primordial para el correcto funcionamiento de nuestros proveedores, como compañía tenemos la política de pago a 30 días a nuestros proveedores PYMES. Y para asegurar su cumplimiento, durante 2014 realizamos una serie de acciones para cumplir con este compromiso en Chile.

- 1 Disminución de cuentas por pagar de nuestros proveedores enfocada en la deuda antigua.
- 2 Fomento en el uso de herramientas tecnológicas que mejoran la digitación de documentos.
- 3 Potenciar el uso del Portal de Proveedores mediante capacitaciones en e-learning.
- 4 Implementar las transferencias directas a las cuentas bancarias de los proveedores.



En TOTTUS Perú también realizamos ajustes y mejora de los tiempos y mecanismos, aumentando en un 53% el pago efectivo a 30 días de nuestros proveedores Pymes.

Pago a Proveedores Pymes	Chile		Perú	
	2013	2014	2013	2014
Nº total de Pymes con movimiento comercial	373	455	932	911
Nº de Pymes con movimiento y pago a 30 días o menos	189	349	479	483
% de Pymes con movimiento y pago a 30 días	50,7%	76,7%	51%	53%

Fuente: TOTTUS Corporativo

Control de Nuestra Cadena de Suministro

G4 - LA14, G4 - EN32, G4-HR4, G4-HR10

En TOTTUS fomentamos en nuestros proveedores el cumplimiento y respeto de los estándares sociales y de calidad de vida de sus trabajadores. En la línea de vestuario para Chile, todos los proveedores son testeados desde el origen en las oficinas de Falabella en China y deben firmar el acuerdo de aprovisionamiento responsable denominado Vendor Agreement.

Aprovisionamiento Responsable

El “Vendor Agreement o Compliance”, es un acuerdo basado en la Política de Cumplimiento Social de Falabella que incluye las buenas prácticas laborales y el respeto a los Derechos Humanos. Entre ellos destacan la libertad de sindicalización, no discriminación, no emplear mano de obra infantil, no generar trabajo forzado, el pago de remuneración a tiempo y las consideraciones legales para los contratistas y subcontratistas que participen en la prestación de servicios.

Estos protocolos también deben ser cumplidos por proveedores de la línea electrónica, con testeos y certificados desde el origen y auditorías en fábrica. En el área de perecibles, iniciamos, desde 2013, una serie de visitas programadas a plantas procesadoras de alimentos. Una práctica que hemos continuado desarrollando durante 2014.

SEDEX: Auditoría Ética a Proveedores

A nivel regional, iniciamos un Programa de Responsabilidad Social con Sedex, incorporando a nuestros proveedores de Marcas Propias (MM.PP) al protocolo de “Auditoría de Comercio Ético de Miembros de Sedex” (SMETA).

Este procedimiento busca asegurar el cumplimiento de principios de ética y buenas prácticas ambientales y laborales en nuestros procesos de compra de bienes y servicios. Durante el período reportado, en Perú, incorporamos al 35% de nuestros proveedores de MM.PP. Mientras en Chile, realizamos esta auditoría al 100% de nuestros proveedores NON FOOD en un proceso conjunto con Falabella.

Sedex

Sedex es una plataforma en línea de alcance mundial que permite a las empresas socias recoger, analizar y evaluar información sobre prácticas éticas y responsables de sus proveedores.

Mediante un grupo de herramientas Sedex permite la generación de informes de comportamiento, hacer seguimiento de prácticas y no conformidades y realiza una evaluación que permite reducir los riesgos, proteger la reputación corporativa y capacitar a los proveedores.

En la línea de vestuario para Chile, todos los proveedores son testeados desde el origen en las oficinas de Falabella en China.



Buenas Prácticas Agrícolas (BPA)

G4-EN32

En TOTTUS Chile hemos implementado el Programa de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) con el objetivo de asegurar la inocuidad de los alimentos, la protección del medio ambiente y la seguridad del personal que trabaja en labores tales como siembra, fertilización, fumigación y cosecha, entre otras.

Nuestro principal hito en 2014 fue lograr la validación y certificación por una empresa externa del 100% de los proveedores que participaron en el proyecto BPA y que cumplieron con todos los puntos especificados en el protocolo.

	Chile		Perú	
	2013	2014	2013	2014
Nuevos Proveedores TOTTUS				
N° de nuevos proveedores contratados	37	17	149	133
N° de nuevos proveedores con prácticas ambientales	22	17	66	107
% de nuevos proveedores examinados en prácticas ambientales	59%	100%	44%	80%

Fuente: TOTTUS Corporativo

El 100% de proveedores de frutas y verduras en Chile está certificado externamente por TÜV Rheinland en el Programa de Buenas Prácticas Agrícolas.

Proceso de Certificación TOTTUS de Buenas Prácticas Agrícolas



Certificación de Proveedores Locales

Por otra parte, en TOTTUS Perú, hemos desarrollado una certificación como parte del Programa de Homologación de Proveedores y que contempla aspectos laborales, ambientales y financieros. El alcance de este programa son los proveedores de mantenimiento, implementación y prevención. En 2015 nuestro objetivo es incorporar a los proveedores de Administración y Gastos. Adicionalmente, contamos con el Programa de Control de Proveedores que contempla inspecciones Higiénico Sanitarias a los proveedores de Perecibles y PGC.



04 Ser un Buen Vecino

-
- > Nuestro Compromiso con la Comunidad
 - > Programas de Voluntariado
 - > Nuestro Compromiso con el Cambio Climático
 - > Construcción Sustentable
 - > Nuestra Gestión de Residuos
 - > Nuestro Uso Eficiente de la Energía





Entendemos nuestra presencia en las comunidades como una oportunidad para crear valor compartido. La construcción de relaciones de confianza y la apuesta por una educación con foco en la alimentación saludable son elementos claves que definen nuestro accionar responsable en coherencia con nuestra misión: Mejorar la calidad de vida de las familias donde estamos presentes.

¿Cómo nos Relacionamos con nuestras Comunidades?

G4-S01

En uno de los tres pilares básicos para construir la sostenibilidad de nuestra compañía declaramos “Ser Un Buen Vecino”. Queremos ser un aporte para las comunidades en las que estamos presentes, asumiendo un compromiso con el desarrollo y crecimiento de sus miembros en tres niveles: Diálogo con la Comunidad, Programas de Voluntariado y Generación de Empleo.

Diálogo con la Comunidad

La presencia de nuestras tiendas, desde la etapa de construcción y posterior operación, requieren de un relacionamiento temprano y sistemático con las comunidades.

Sin duda la situación más compleja y radical se produce con la entrada y construcción de una nueva tienda para lo cual contamos con una serie de protocolos.

Una vez iniciada la operación de nuestras tiendas se activan los canales de comunicación propios de cada formato. Entre ellos destacamos la comunicación directa con nuestra Gerencia de Desarrollo, las Gerencias de Tienda y nuestros responsables de los Servicios de Atención al Cliente.



Protocolos de Relacionamiento

- ✓ Presentación con los vecinos y contacto para consultas, sugerencias y reclamos.
- ✓ Protección de inmuebles por ruidos molestos, caída de polvo y materiales.
- ✓ Contacto con autoridades de salud regional por requerimientos sanitarios.
- ✓ Contacto con Dirección de Obras, Patentes, Alcaldías, Consejales y Juntas de Vecinos.
- ✓ Contacto con departamentos de construcción, dirección de tránsito, aseo y ornato.

Centro de Distribución Huachipa, Perú

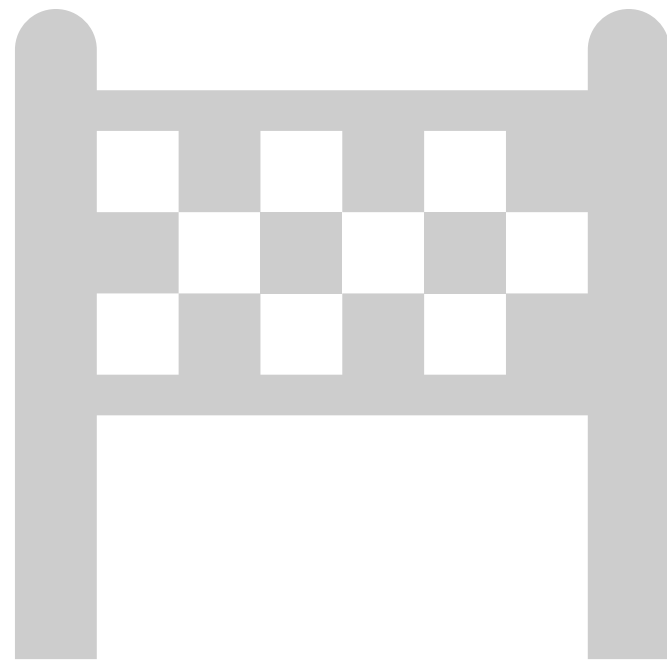
La construcción del Centro de Distribución Huachipa en Perú, es un ejemplo de nuestro modelo de interacción con los vecinos y autoridades del sector.

Nuestro objetivo fue identificar y mitigar los impactos durante y posteriores a la obra. Desde su inicio en junio de 2013 se establecieron los protocolos y se abrieron inmediatamente los canales de diálogo y trabajo con las Juntas de Vecinos, escuchándolos y comunicándoles de manera clara y oportuna sobre el curso de los trabajos.



Programas de Voluntariado

A dicional a estos canales de relacionamiento en TOTTUS, hemos desarrollado otras iniciativas y programas a través de los cuales abordamos la integración y colaboración con las comunidades en las que operamos. Destacamos el Programa de Alimentación Saludable ¡Qué rico es crecer sano con TOTTUS!; el Programa de Colaboración con Bomberos, ambos en Chile y el Programa Haciendo Escuela en TOTTUS Perú.



Programa “Qué rico es crecer sano con TOTTUS”

DMA (FP4)

Entendemos que una alimentación equilibrada y nutritiva es parte fundamental del desarrollo de las personas y queremos contribuir con los desafíos actuales y emergentes en esta materia, dando inicio en Chile, al Programa ¡Qué rico es crecer sano con TOTTUS!.

Nuestro propósito es promover los hábitos de alimentación saludable, especialmente en los niños. Este programa cuenta con el apoyo de la Corporación 5 al Día y el respaldo del Instituto de Nutrición y Tecnología de Alimentos (INTA) de la Universidad de Chile.

Entendemos que una alimentación equilibrada y nutritiva es parte fundamental del desarrollo de las personas.



En 2014 tuvimos nuestra primera intervención como proyecto piloto junto a 200 niños y niñas de las Escuelas General Carol Urzúa e Ignacio Serrano, ambas en la comuna de Melipilla, Región Metropolitana. Durante este proceso, contamos con el acompañamiento permanente de nutricionistas en las salas de clases para niños desde pre kinder a 4º básico.

Nuestro desafío para el 2015 es avanzar en la implementación de este programa en 17 tiendas de la V Región y de la Región Metropolitana, integrando activamente a nuestros colaboradores en las escuelas apadrinadas.

Programa de Colaboración con Bomberos

En TOTTUS Chile hemos tomado la decisión de concentrar nuestros aportes y campañas de manera formal y permanente con las Compañías de Bomberos de Chile. Su incansable labor de ayuda y colaboración con la comunidad, se unen con la naturaleza de nuestra actividad permanente con ellos a través de nuestros Comités Paritarios.

Nuestra colaboración con Bomberos de Chile se materializará a través de campañas permanentes de sensibilización a la comunidad y la prestación de nuestra infraestructura de recaudación a través de las cajas de nuestras tiendas. Diseñaremos campañas activas para la donación de vuelcos con capacitación de nuestras cajeras y la auditoría externa para la transparencia del proceso.

Estamos convencidos que los aportes focalizados hacia una institución solidaria y profundamente ligada con la comunidad, permitirán su crecimiento y la mejora de sus condiciones si logramos empujar una campaña activa y permanente en el tiempo.



En TOTTUS Chile hemos tomado la decisión de concentrar nuestros aportes y campañas de manera formal y permanente con los Cuerpos de Bomberos de Chile.

Programa Haciendo Escuela

En TOTTUS Perú hemos hecho nuestro el objetivo de este programa que es aportar en la construcción de un mejor futuro para los niños de hoy y las familias de mañana, a través de una educación de calidad.

A través del apadrinamiento de escuelas cercanas a las tiendas, el programa entrega apoyo integral en la formación de los niños, en las áreas de: Cultura, Valores, Deporte, Conocimiento y aportes para el mejoramiento de infraestructura.

Durante 2014, continuamos con la ejecución del programa Haciendo Escuela para desarrollar mejoras en la infraestructura y la calidad de la educación de 4 colegios beneficiados: ubicados en Puente Piedra (Fe y Alegría 12), Sullana (Fe y Alegría 18), Chiclayo (Fe y Alegría 28) y Pachacútec (Fe y Alegría 59).

Queremos contribuir con los niños que apadrinamos en estas escuelas en zonas de alta vulnerabilidad y para ello hemos realizado un aporte de US\$ 41.280.



En TOTTUS Perú hemos hecho nuestro el objetivo de este programa que es aportar en la construcción de un mejor futuro para los niños de hoy y las familias de mañana.

Donar para Educar

También en Perú, apoyamos con la donación de los vueltos de nuestros clientes a la obra educativa de la Fundación Fe y Alegría, bajo cuyo alero se encuentran los colegios del Programa Haciendo Escuela. Este año recaudamos US\$ 101.201.

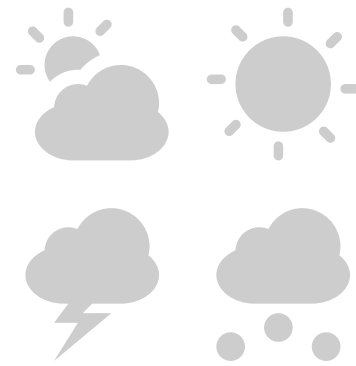
TOTTUS: Una Mano Solidaria

En abril de 2014, Chile fue sacudido por dos desastres naturales de gran magnitud. Específicamente en la zona norte un fuerte terremoto afectó las regiones de Arica, Parinacota y Tarapacá. Mientras en el centro del país un gigantesco incendio consumió cientos de casas dejando en la calle a miles de familias ubicadas en los cerros Mariposa, La Cruz y El Vergel en la Ciudad Puerto de Valparaíso.

Frente a esta tragedia que impactó a nuestros vecinos y colaboradores de TOTTUS, iniciamos de inmediato una cadena de solidaridad con las áreas más afectadas que se materializó en:



- ✓✓ Apoyo a nuestros colaboradores víctimas en cada uno de los siniestros de las zonas afectadas
- ✓✓ Visitas en terreno y colaboración con agua embotellada, mercadería y artículos.
- ✓✓ Nuestros “prevencionistas de riesgos” entregaron asistencia y orientación a los equipos de Recursos Humanos en las tiendas afectadas.
- ✓✓ Trabajo en estrecho contacto con las tiendas de cada zona del desastre.
- ✓✓ Colaboradores en diferentes tiendas del país y ejecutivos en Oficina Central, se organizaron con los centros de acopio, embalando y entregando cajas de mercadería a las familias afectadas con alimentos no perecibles, útiles de aseo, agua y pañales, entre otros.
- ✓✓ Para las familias víctima del incendio se entregaron 42 mil productos distribuidos en alimentos no perecibles, artículos de aseo personal y de abrigo que fueron enviados directamente a la Municipalidad de Valparaíso.



A través de nuestro Modelo de Sostenibilidad en TOTTUS, asumimos un compromiso responsable con las futuras generaciones al identificar y gestionar los impactos ambientales de nuestras operaciones.



¿Cómo Gestionamos Nuestros Impactos Ambientales?

G4-EN23

Conscientes de que el Cambio Climático es un fenómeno con el cual debemos convivir para siempre, en TOTTUS asumimos esta responsabilidad como parte de nuestro Modelo de Gestión.

Para poder hacer seguimiento de estos temas, realizamos un ejercicio con nuestros Grupos de Interés y principales ejecutivos, identificando dentro de nuestra cadena de valor los tres mayores impactos ambientales en la operación de nuestro negocio que son Gestión de Residuos, Eficiencia Energética y Construcción Sustentable.

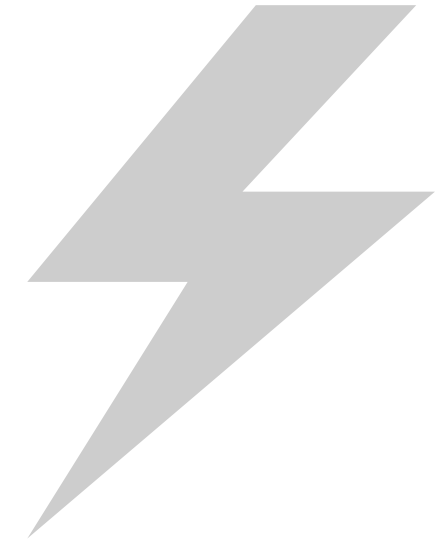
Conscientes de que el Cambio Climático es un fenómeno con el cual debemos convivir para siempre, en TOTTUS asumimos esta responsabilidad como parte de nuestro Modelo de Gestión.

Construcción Sustentable

La construcción y operación de una tienda genera grandes impactos ambientales. Es por eso que con mucho orgullo, queremos destacar que nuestra tienda TOTTUS de Miraflores en Perú, obtuvo la certificación LEED GOLD, convirtiéndola en la primera tienda de supermercado del Perú y de Latinoamérica, que cumple con todos los requisitos de sustentabilidad exigidos por el U.S. Green Building Council.

La tienda cumple con 6 criterios que dicen relación con uso eficiente del agua, eficiencia energética, uso de materiales y su selección, calidad del ambiente interior, innovación en el diseño y ubicación en un sitio sustentable de fácil acceso a transporte público, disponibilidad de servicios como bancos, farmacias, hospitales y áreas verdes, entre otros.

Incorporar todos los criterios y variables ecológicas en la construcción de una de nuestras tiendas, sienta un precedente respecto del rumbo que desea tomar la compañía a la hora de proyectar e invertir en nuevos locales.



US. Green Building Council

Como integrantes del Grupo Falabella, formamos parte del World Green Building Council, organismo que promueve el desarrollo y la construcción sustentable a través del sistema LEED (Leadership in Energy and Environmental Design). Un programa de certificación voluntario creado por el Green Building Council de Estados Unidos y que se ha convertido en un modelo de comparabilidad en la construcción de edificios eco-sustentables.



Nuestra Gestión de Residuos: Reciclaje

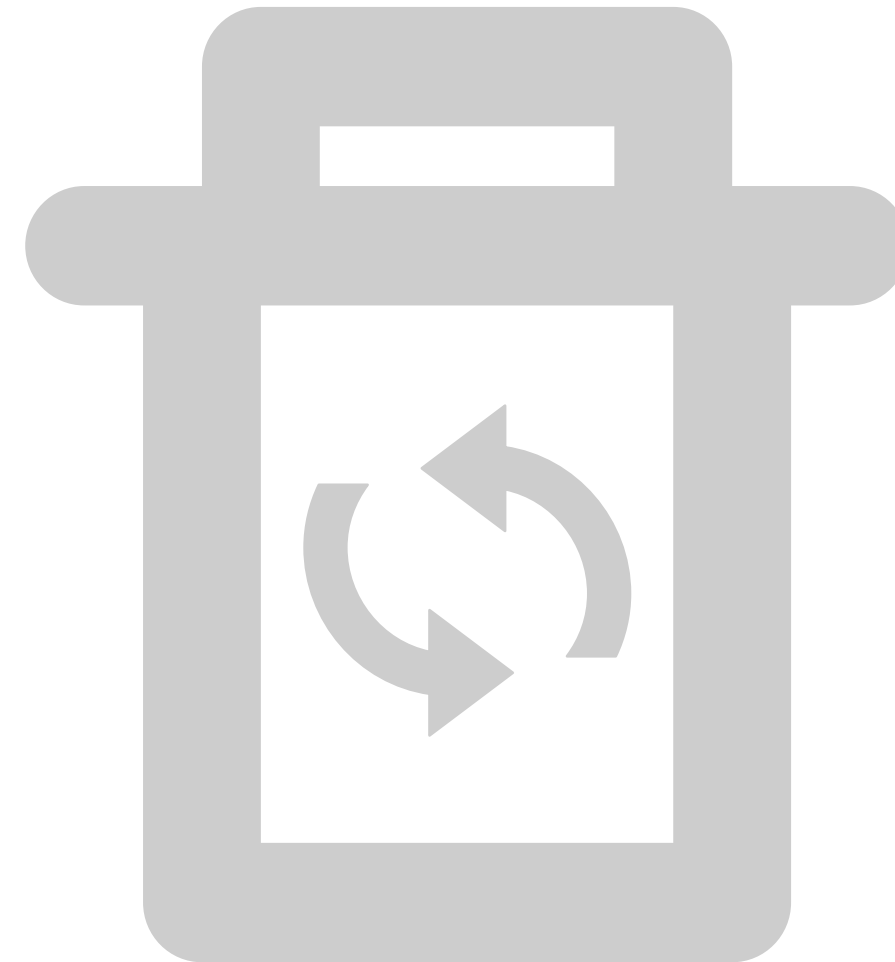
G4-EN23

Al analizar la cadena de valor nos damos cuenta que nuestra actividad genera varios tipos de residuos, entre los que destacan los materiales de embalaje. Por esta razón, nos hemos concentrado en el reciclaje de cuatro tipos de residuos que son: cartón, papel, aceite y plástico.

Al mismo tiempo, hemos generado acciones de reciclaje en alianza con organizaciones profesionales expertas en su disposición final. Esta medida nos permite reducir el potencial impacto ambiental y en algunos casos, generar ingresos que son donados a instituciones de apoyo social.

Hemos generado acciones de reciclaje en alianza con organizaciones profesionales expertas en su disposición final.

Materiales Reciclados	UNIDAD	Chile		Perú	
		2013	2014	2013	2014
Aceite	Kg	449.068	463.274	145.758	172.386
Cartón, papel blanco, papel publicidad	Kg	7.003.505	7.323.729	1.420.005	2.565.141
Plásticos	Kg	127.798	182.640	135.408	159.690



En Chile, como parte de nuestra responsabilidad y compromiso con el medio ambiente, durante 2014 continuamos con nuestro Plan de Reciclaje de Papel y Cartón al interior de la compañía. En alianza con la Sociedad Recuperadora de Papel (SOREPA), entidad experta en el tratamiento y reciclaje de estos residuos, certificamos la entrega de 7.323.729 kilos.

Para tener una idea de la mitigación y los beneficios generados con esta entrega de residuos, SOREPA realiza en forma aproximada una conversión de los impactos ambientales que se dejan de generar.

En Perú, contamos con un programa de reciclaje de papeles a través de contenedores ubicados en nuestras tiendas de Lima y Callao. Con este proyecto apoyamos a los niños y adolescentes que acogen los hogares de SOS Aldeas Infantiles.

El éxito y el nivel de involucramiento con la campaña logró que a fines del 2014, la agencia Kimberly Clark nos entregara un reconocimiento por ser una de las 10 mejores empresas acopiadoras de papel con 12,112 toneladas.

La empresa también nos entregó un equivalente de los impactos que se dejaron de generar gracias a nuestra labor de reciclaje.



Nota:
Factores de conversión EPA de EE.UU. (Environmental Protection Agency).

Uso de Bolsas Plásticas en TOTTUS

G4-EN1

Como parte de la industrias del retail, estamos conscientes del impacto ambiental que generan las bolsas plásticas. Para enfrentarlo se requiere de un cambio cultural profundo.

	Chile		Perú	
	2013	2014	2013	2014
Bolsas Plásticas (Unidad)	184.416.943	194.625.998	156.399.000	220.239.960
Bolsas / Transacción	3,23	3,2	(2)	(2)

Fuente: TOTTUS Corporativo
(2) Dato en elaboración

Para avanzar frente a esta situación, en nuestra compañía hemos abordado el tema bajo cuatro medidas complementarias:

Bolsas Oxobiodegradables:

Nuestras bolsas cuentan con un tratamiento de aditivos que permiten su fragmentación en pequeñas partículas en un período de 12 a 18 meses.

Menor Microgramaje:

Para facilitar su fragmentación, hemos definido un menor microgramaje y grosor.

Bolsas Reutilizables:

Cada año realizamos una campaña de bolsas reutilizables, cuyo objetivo es su venta a un muy bajo costo. Durante 2014 se vendieron 97.967 bolsas.

Cajeras Comprometidas:

Para evitar la entrega excesiva de bolsas plásticas a nuestros clientes, cada cajera debe gestionar y dar cuenta de la cantidad de bolsas entregadas en el día.

Impacto ambiental de las bolsas plásticas

Se estima que en el mundo se consumen entre 500 mil millones a un billón de bolsas plásticas por año. Esto es más de un millón por minuto. En Chile de 250 millones de bolsas que se utilizan al mes, el 90% termina en un vertedero; mientras el 88% de las bolsas plásticas de un supermercado se utilizan para la basura y su desintegración está calculada entre 400 a 500 años.



Nuestro Uso Eficiente de la Energía

G4-EN3

El uso eficiente de la energía eléctrica a través de diseños innovadores y tecnologías es fundamental para nuestro desarrollo y crecimiento en TOTTUS. Para enfrentar nuestra gestión energética nos hemos planteado tres focos fundamentales: Construcción LEED, iluminación LED y control centralizado de iluminación.

Construcción de Tiendas LEED: Tenemos la decisión de avanzar hacia la construcción de nuevas tiendas bajo certificación LEED. Y cuando no sea posible, se usará el máximo de innovaciones en las nuevas tiendas o en sus remodelaciones.

Sistemas de iluminación LED: El uso de esta nueva tecnología es fundamental en todas nuestras nuevas construcciones, remodelaciones y ampliaciones. Su relevancia está en la eficiencia de iluminación, versus los bajos consumos de energía y mínimo calentamiento.

Control centralizado de iluminación y climatización: Para controlar la iluminación de todos nuestros locales y los sistemas de climatización, usamos mecanismo de control centralizado que permite un ahorro importante de energía.

Tipo de Energía	Chile		Perú	
	2013	2014	2013	2014
Electricidad (KWh)	97.775.999	142.337.164	98.944.498	112.172.570
GLP (Lt)	1.183.784	2.692.210	734.109	1.133.427
GN (M3)	1.028.165	1.036.813	104.945	160.631

Nuestros principales consumos de energía se concentran en electricidad, gas licuado (GLP) y gas natural (GN) usado en nuestras tiendas, Centros de Producción y Distribución fundamentalmente.

Primera Tienda 100% LED

En sintonía con uno de nuestros focos de trabajo en eficiencia energética, inauguramos en Chile nuestra tienda de Walker Martínez 100% LED. Este hito, refleja el camino que tomarán las nuevas construcciones, ampliaciones y renovación de futuras tiendas en TOTTUS.

En 2013 se realizaron los estudios para evaluar la factibilidad de esta tecnología, los que determinaron que, si bien la inversión inicial de la iluminación LED es más alta, se logra un ahorro de más de 6 millones de pesos al año frente a la iluminación tradicional y el retorno de la inversión se genera en 2,9 años.





Al visualizar la intensidad energética (Kwh / M²), se aprecia, en el caso de Perú, una mayor eficiencia en el uso de energía.

Intensidad Energética

G4-EN5

Podemos apreciar que los consumos de electricidad expresados en kilowatt por hora, tanto en Chile como en Perú, experimentan importantes aumentos. Sin embargo, al visualizar la intensidad energética (Kwh / M²), se aprecia, en el caso de Perú, una mayor eficiencia en el uso de energía. Es decir, la tasa de consumo disminuyó desde 315 KWh por M² en 2013 a 277 Kwh por M² en 2014.

Tipo de Energía	Chile		Perú	
	2013	2014	2013	2014
Consumo en Kwh	97.775.999	142.337.164	99.858.018	112.172.569
Intensidad Energética	330,1	449,7	314,92	276,65
M ²	296.186	316.515	317.087	405.464

Para lograr estos avances de eficiencia en Perú podemos destacar el “Plan de control de consumo de energía” que cuenta con las siguientes actividades:

- ✓ Control de los consumos con programación de Timer y Controles centralizados.
- ✓ Control en la apertura de puertas de cámaras de refrigeración en hora punta.
- ✓ Control de apagado de luces al cierre de tienda.
- ✓ Trabajo en estrecho contacto con las tiendas de cada zona del desastre.
- ✓ Área de Mantenimiento a cargo de estas acciones.

Nuestro desafío en Perú para 2015 es dar continuidad a este plan de manera rigurosa y lograr un ahorro de energía de un 3% del presupuesto asignado por esta partida durante cada mes del año.

05 Anexos

> Tabla de Indicadores

> Contactos para Retroalimentación

> Cuestionario



Tabla de Indicadores GRI- G4

Contenidos Básicos Generales

Aspecto	Indicador	Descripción	Página
Estrategia y Análisis	G4-1	Declaración del responsable principal de las decisiones de la organización y la relevancia de la sostenibilidad	6
	G4-2	Descripción de los principales efectos, riesgos y oportunidades	8 - 20
Perfil de la Organización	G4-3	Nombre de la organización	2
	G4-4	Marcas, productos y/o servicios más importantes de la organización	26 - 27
	G4-5	Lugar donde se encuentra la sede de la organización	2
	G4-6	Indique en cuántos países opera la organización	13 - 24
	G4-7	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	34
	G4-8	Indique a qué mercados se sirve (con desglose geográfico, por sectores y tipos de clientes y destinatarios)	24
	G4-9	Determine la escala de la organización	22
	G4-10	Informe sobre las características de la plantilla del total de trabajadores	50
	G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos	60
	G4-12	Describa la cadena de suministro de la organización	70 -77
	G4-13	Comunique todo cambio significativo que haya tenido lugar durante el periodo objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad accionarial o la cadena de suministro de la organización	13
	G4-14	Indique cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución	16
	G4-15	Elabore una lista de las cartas, los principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental o social que la organización suscribe o ha adoptado	43
	G4-16	Elabore una lista de las asociaciones (por ejemplo, las asociaciones industriales) y las organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece	32



	Empresa, Gobernanza y Ética Corporativa	Mejor Supermercado para Trabajar	Mejor Experiencia de Compra	Ser un Buen Vecino	Anexos
97	Tabla de Indicadores		Contactos para Retroalimentación	Cuestionario	

Aspecto	Indicador	Descripción	Página
Aspectos Materiales y Cobertura	G4-17	Elabore una lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización	13
	G4-18	Describa el proceso que se ha seguido para determinar el contenido del reporte y la cobertura de cada Aspecto	14
	G4-19	Elabore una lista de los Aspectos materiales identificados en el proceso de definición del contenido del informe	14
	G4-20	Indique la cobertura dentro de la organización de cada Aspecto material	14-15
	G4-21	Indique la cobertura fuera de la organización de cada Aspecto material	14-15
	G4-22	Describa las consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en Reportes anteriores y sus causas	13
	G4-23	Señale todo cambio significativo en el Alcance y la Cobertura de cada Aspecto con respecto a Reportes anteriores	13
Participación de los Grupos de Interés	G4-24	Elabore una lista de los Grupos de Interés vinculados a la organización	10
	G4-25	Indique en qué se basa la elección de los Grupos de Interés con los que se trabaja	10
	G4-26	Describa el enfoque de la organización sobre la participación de los Grupos de Interés	10
	G4-27	Señale qué cuestiones y problemas clave han surgido a raíz de la participación de los Grupos de Interés	10
Perfil del Informe	G4-28	Periodo objeto del Reporte (año fiscal o año calendario)	13
	G4-29	Fecha del último Reporte (si procede)	13
	G4-30	Ciclo de presentación del Reporte (anual, bienal etc.)	13
	G4-31	Punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido del Reporte	103
	G4-32	Indique qué opción de conformidad con la Guía G4 ha elegido la organización y facilite el Índice de GRI de la opción elegida	13
	G4-33	Describa la política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa del Reporte	13



	Empresa, Gobernanza y Ética Corporativa	Mejor Supermercado para Trabajar	Mejor Experiencia de Compra	Ser un Buen Vecino	Anexos
98	Tabla de Indicadores		Contactos para Retroalimentación		Cuestionario

Aspecto	Indicador	Descripción	Página
Gobierno	G4-34	Describa la estructura de gobierno de la organización, sin olvidar los comités del órgano superior de gobierno	37
	G4-36	Indique si existen en la organización cargos ejecutivos o con responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales, y si sus titulares rinden cuentas directamente ante el órgano superior de gobierno	19
	G4-38	Describa la composición del órgano superior de gobierno y sus comités	38
	G4-39	Indique si la persona que preside el órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo	37
	G4-48	Indique cuál es el comité que revisa y aprueba el Reporte de Sostenibilidad de la organización	19
Etica e Integridad	G4-56	Describa los valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta y códigos de ética	21 - 40
	G4-58	Describa los mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización	41



Tabla de Indicadores GRI- G4

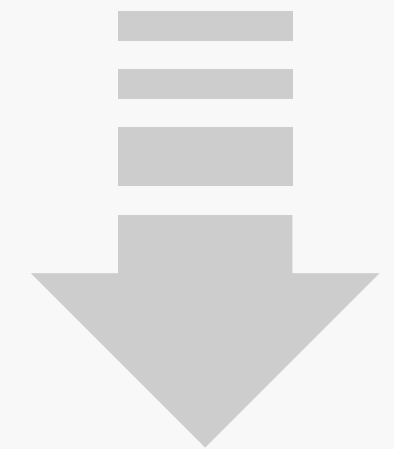
Contenidos Básicos Específicos

CATEGORÍA ECONÓMICA			
Aspecto	Indicador	DMA / Descripción	Página
Desempeño Económico	G4-EC1	Valor económico directo generado y distribuido	46
Presencia en el Mercado	G4-EC5	Relaciones entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas	53
Prácticas de Adquisición	G4-EC9	Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales	77
CATEGORÍA MEDIO AMBIENTE			
Aspecto	Indicador	DMA / Descripción	Página
Materiales	G4-EN1	Materiales por peso o volumen	92
Energía	G4-EN3	Consumo energético interno	93
	G4-EN5	Intensidad energética	94
Efluentes y Residuos	G4-EN23	Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento.	90
Evaluación Ambiental de los Proveedores	G4-EN32	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales.	80



	Empresa, Gobernanza y Ética Corporativa	Mejor Supermercado para Trabajar	Mejor Experiencia de Compra	Ser un Buen Vecino	Anexos
100	Tabla de Indicadores		Contactos para Retroalimentación		Cuestionario

CATEGORÍA DESEMPEÑO SOCIAL			
SUBCATEGORÍA PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO			
Aspecto	Indicador	DMA / Descripción	Página
Empleo	G4-LA1	Número y tasas de contratación y la rotación media de empleados, desglosados por grupo etáreo, sexo y región	52
	G4-LA2	Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no se ofrecen a los empleados temporales o a media jornada, desglosadas por ubicaciones significativas de actividad	54
Salud y Seguridad en el Trabajo	G4-LA5	Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.	62
	G4-LA6	Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos y ausentismo, y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo, por región y por sexo.	64
Capacitación y Educación	G4-LA9	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral	56
	G4-LA10	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y que les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales.	56
	G4-LA11	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares de desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional	58
Diversidad e Igualdad de Oportunidades	G4-LA12	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la planilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencias a minorías y otros indicadores de diversidad.	50 - 61
Igualdad de Retribución entre Mujeres y Hombres	G4-LA13	Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosada por categoría profesional y por ubicaciones significativas de actividad	53
Evaluaciones de las Prácticas Laborales de los Proveedores	G4-LA14	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales	79



SUBCATEGORÍA DERECHOS HUMANOS			
Aspecto	Indicador	DMA / Descripción	Página
No Discriminación	G4-HR3	Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas	42 (No se registran denuncias por discriminación)
Libertad de Asociación y Negociación Colectiva	G4-HR4	Identificación de centros y proveedores significativos en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos.	60 - 79
Evaluaciones de los Proveedores en Materia de Derechos Humanos	G4-HR10	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos.	79
SUBCATEGORÍA SOCIEDAD			
Aspecto	Indicador	DMA / Descripción	Página
Comunidades Locales	G4-SO1	Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local	83
Alimentación Saludable y Asequible	DMA (FP4)	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas que promueven el acceso a los estilos de vida saludables y un mejor bienestar para las comunidades necesitadas (Ex - FP4)	85
Lucha contra la Corrupción	G4-SO3	Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados	43 (Sistema se encuentra en etapa de capacitación)
	G4-SO4	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.	43
	G4-SO5	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	43 (Al cierre del reporte no existen casos de corrupción)



	Empresa, Gobernanza y Ética Corporativa	Mejor Supermercado para Trabajar	Mejor Experiencia de Compra	Ser un Buen Vecino	Anexos
102	Tabla de Indicadores		Contactos para Retroalimentación		Cuestionario

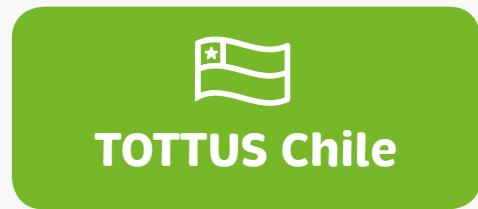
SUBCATEGORÍA RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS / SERVICIOS			
Aspecto	Indicador	DMA / Descripción	Página
Salud y Seguridad de los clientes	G4-PR1	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras	68 - 72
	G4-FP5	Porcentaje del volumen de producción fabricado en sitios certificados por terceros independientes, reconocidos internacionalmente según estándares del sistema de gestión de seguridad alimentaria	69
Etiquetados de los Productos y Servicios	G4-PR3	Tipo de información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos	75
	DMA (FP8)	Las políticas y prácticas en la comunicación a los consumidores sobre los ingredientes y la información nutricional más allá de los requisitos legales (Ex FP8)	75
	G4-PR5	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes	72
Comunicaciones de Mercadotecnia	G4-PR7	Número de casos de incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de marketing (mercadotecnia)	75 (Al cierre del reporte no se registran denuncias relevantes)



Contacto y Retroalimentación

Para consultas, comentarios o sugerencias sobre nuestro reporte contactarse con:

G4-31



Wilson Zúñiga
Gerente de Personas y Sostenibilidad

 Teléfono: (562) 28270200

 E-mail: wzuniga@tottus.cl

Ivonne Palma
Jefe de Sostenibilidad y Comunicaciones Internas

 Teléfono: (562) 28270200

 E-mail: iepalma@tottus.cl



Joan Eyzaguirre
Gerente de Gestión Humana y Responsabilidad Social

 Teléfono: (511) 5139400

 E-mail: jeyzaguirre@tottus.com.pe

Aida Bellido
Subgerente de Comunicación Interna y Responsabilidad Social

 Teléfono: (511) 5139400

 E-mail: abellido@tottus.com.pe

Reporte de Sostenibilidad TOTTUS 2014

Ayúdenos a mejorar nuestro reporte.



1. ¿A qué grupo de interés de TOTTUS pertenece?

- Accionista
- Trabajador
- Cliente
- Proveedor
- Vecino
- ONG
- Autoridad
- Medio de Comunicación

2. En su opinión ¿Qué capítulo le pareció el más relevante?

Califique de 1 a 5, donde 1= Nada Relevante y 5= Muy relevante

- Empresa, Gobernanza y Ética Corporativa
- Mejor Experiencia de Compra
- Mejor Supermercado para Trabajar
- Ser un Buen Vecino

3. En su opinión, ¿Los temas son tratados con transparencia?

Califique de 1 a 5, donde 1= Nada transparente y 5= Muy transparente

- Transparencia

4. En su opinión, ¿Los temas son tratados con Claridad?

Califique de 1 a 5, donde 1= Nada claro y 5= Muy claro

- Claridad

5. ¿En cuál de los capítulos es relevante mayor profundidad?

Califique cada uno de 1 a 5, donde 1= Nada Relevante y 5= Muy relevante

- Empresa, Gobernanza y Ética Corporativa
- Mejor Experiencia de Compra
- Mejor Supermercado para Trabajar
- Ser un Buen Vecino





TOTUS
Reporte de Sostenibilidad 2014