

Supermercados
Peruanos SA

REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

2016

ÍNDICE

1. NOSOTROS	3
Carta del Gerente General	3
1.1 Nuestra empresa	4
1.2 Nuestras operaciones.....	5
1.3 Estructura económica y de gobierno	6
1.4 Ética y derechos humanos.....	7
1.5 Nuestros grupos de interés.....	8
1.6 Asociaciones y convenios	10
1.7 Premios	11
2. RESUMEN DE DESEMPEÑO 2016.....	12
3. DESEMPEÑO ECONÓMICO	13
3.1 SPSA en números.....	13
3.2 Proveedores.....	14
3.3 Productos.....	16
3.4 Clientes.....	18
4. DESEMPEÑO SOCIAL.....	19
4.1 Talento SPSA	19
4.2 Clima laboral.....	25
4.3 Capacitación y desarrollo	26
4.4 Salud y seguridad.....	29
4.5 Nuestros colaboradores y la comunidad.....	30
5. DESEMPEÑO AMBIENTAL	36
5.1 Materiales de embalaje	36
5.2 Residuos	37
5.3 Consumo energético	39
5.4 Agua	40
5.5 Cumplimiento regulatorio	41
Materialidad.....	42
Índice de contenidos GRI.....	43

1. NOSOTROS

Carta del Gerente General (G4-1, G4-3, G4-13)

Estamos muy orgullosos de presentarles nuestro primer Reporte de Sostenibilidad correspondiente al año 2016, elaborado acorde al Global Reporting Initiative (GRI) versión G4, a través del cual buscamos mostrar el trabajo realizado por la organización para ofrecer los mejores productos a los mejores precios, generando valor en el país y contribuyendo con el bienestar de cientos de miles de peruanos.

Entre los hechos más relevantes del 2016, nos enorgullecemos de haber logrado el liderazgo en el mercado luego de 12 años de trabajo consistente de todo el equipo. Asimismo, nos entusiasma habernos mantenido como líderes en el nivel de recomendabilidad (NPS), y presentar resultados muy positivos con un EBITDA de 6.6% en comparación al 2015 y una rentabilidad de 60% mayor. Adicionalmente, generamos más de 550 puestos de trabajo, realizamos más de 16,260 contrataciones y hemos brindado más de 330 mil horas hombre de capacitación a nuestros colaboradores. También es importante recalcar la apertura de 42 nuevas tiendas de los formatos Plaza Vea, Vivanda y Mass.

Quisiera además resaltar la alianza que tenemos con el Banco de Alimentos Perú, el primer banco de alimentos del país que busca aliviar el hambre rescatando productos en perfectas condiciones, llevándolos a las personas más necesitadas. Fuimos el primer supermercado en apostar por esta iniciativa y hemos obtenido resultados excepcionales; al cierre del 2016 beneficiamos a más de 8 mil personas semanalmente, habiendo donado 656 mil raciones de alimentos y actualmente mantenemos proyecciones ambiciosas para seguir incorporando tiendas y beneficiarios en el 2017.

Supermercados Peruanos es una empresa constituida principalmente con capital peruano y como tal, nos sentimos comprometidos con el desarrollo de nuestro país. De esta manera, apostamos por la inversión interna, generando nuevos puestos de trabajo de manera descentralizada, en diversas regiones del país. En los últimos años hemos crecido en nuestras operaciones, potenciando la expansión de tiendas en provincia, a la vez que continuamos inaugurando tiendas en Lima incluyendo el nuevo formato Mass. Asimismo, acercamos el retail moderno que trae productos de calidad a los mejores precios a más familias. Con ellos buscamos que todas las familias peruanas encuentren sus necesidades satisfechas por nuestra empresa, contribuyendo a elevar la calidad de vida de nuestra comunidad y la generación de bienestar.

Nuestro compromiso está en seguir construyendo país a través de un crecimiento continuo y orgánico, aportando decidida y activamente al desarrollo del Perú. Es por eso que nos esforzamos por mantener un enfoque de sostenibilidad y valor compartido a lo largo de toda nuestra operación, que genere impactos positivos continuamente, considerando los aspectos sociales, ambientales y económicos en nuestra toma de decisión. Lograrlo es posible ya que contamos con un gran equipo humano que conforma Supermercados Peruanos, y con ellos colaboramos con nuestros proveedores, accionistas, clientes y todos nuestros grupos de interés en base a la empatía, al trabajo en equipo y a valores y principios éticos.

Los invito a conocer nuestros resultados.



Juan Carlos Vallejo
Gerente General

1.1 Nuestra empresa (G4-56)

Misión

Ofrecer a nuestros clientes productos de calidad a los mejores precios, a través de formatos de retail eficientes, que les permitan mejorar su vida.

Visión

Ser la primera opción de compra para todos los peruanos.

Pilares culturales

Contamos con 5 pilares culturales, cada uno de los cuales tiene 3 conductas de oro:

T

Transparente y honesto

- Decir las cosas como son, transmitiendo mis ideas, intenciones y expectativas claramente.
- Soy consistente con mis actos, conozco y hago cumplir las normas, políticas y pilares culturales de la empresa.
- Asumo mi responsabilidad frente a cualquier circunstancia.

O

Orientado a las personas

- Valoro a las personas, sus esfuerzos y virtudes.
- Me preocupo genuinamente por el desarrollo y bienestar de las personas.
- Trato a todos por igual, tanto a clientes como colaboradores, con el respeto y cordialidad que se merecen.

M

Muy eficiente y orientado a los resultados

- Enfoco mis esfuerzos en lograr los resultados trazados por la organización, aprovechando de la mejor manera posible los recursos disponibles.
- Me anticipo a las necesidades del negocio y busco soluciones eficientes.
- Busco la excelencia como mínimo estándar.

A

Actitud innovadora

- Aporto ideas que generen mejoras en nuestros procesos y tareas.
- Busco soluciones innovadoras a los problemas cotidianos.
- Estoy atento a las mejores prácticas del mercado para contribuir a la mejora de los procesos y resultados.

S

Sentido de equipo

- Pienso en lo mejor para la empresa antes de tomar cualquier decisión.
- Colaboro y ayudo al equipo proactivamente.
- Valoro a los miembros de mi equipo y sus aportes.



1.2 Nuestras operaciones (G4-6, G4-8, G4-13, G4-EC7)

El 100% de nuestras operaciones se lleva a cabo en el Perú. En el 2016, atendimos al mercado peruano con 3 marcas:



Plaza Vea	<ul style="list-style-type: none"> • 97 tiendas: 61 en Lima y 36 en provincias • Formato hipermercados y supermercados • Público objetivo: <ul style="list-style-type: none"> ○ Mujeres entre 25 y 55 años del NSE A, B, C ○ Mamás, hijas, esposas, hermanas, mujeres ○ Modernas y empoderadas, les gusta sentirse realizadas tanto en lo personal como en lo profesional ○ Disfrutan de hacer compras inteligentes ○ Buscan los mejores productos para ellas o su familia
Vivanda	<ul style="list-style-type: none"> • 9 tiendas en Lima • Formato supermercados • Público objetivo: <ul style="list-style-type: none"> ○ Hombres y mujeres entre 25 y 55 años del NSE A y B, que viven o trabajan en Lima Moderna ○ Hombre Vivanda: moderno, curioso, con poco tiempo, no compra con lista, hace compras pequeñas y exclusivas ○ Mujer Vivanda: moderna, exitosa, independiente, práctica, compra cuando quiere
Mass	<ul style="list-style-type: none"> • 59 tiendas en Lima • Formato "hard discount" • Iniciamos el formato Mass como un programa piloto con el objetivo de llegar a un mayor público brindándoles facilidades en cuanto a cercanía y precios.
E-commerce	<ul style="list-style-type: none"> • En el 2016 iniciamos nuestro nuevo canal de venta E-commerce, tanto para nuestros clientes de Plaza Vea como de Vivanda.

En el 2016 inauguramos 42 nuevas tiendas: Vivanda Asia (Cañete), Plaza Vea La Curva (Villa María del Triunfo, Lima) y 40 tiendas Mass en Lima, abarcando diversos distritos incluyendo Lurín, Chorrillos, Villa El Salvador y Villa María del Triunfo. Así, generamos impactos positivos en la localidad donde se encuentran dichas tiendas, por medio de la creación de nuevos puestos de trabajo, elevando la calidad de los productos y competitividad del lugar, y contribuyendo al desarrollo económico local.

1.3 Estructura económica y de gobierno (G4-3, G4-7, G4-9, G4-34, G4-LA12)

Grupo económico

Supermercados Peruanos S.A. (SPSA) forma parte del grupo Intercorp Perú Ltd (Intercorp), cuyo Directorio está compuesto por:

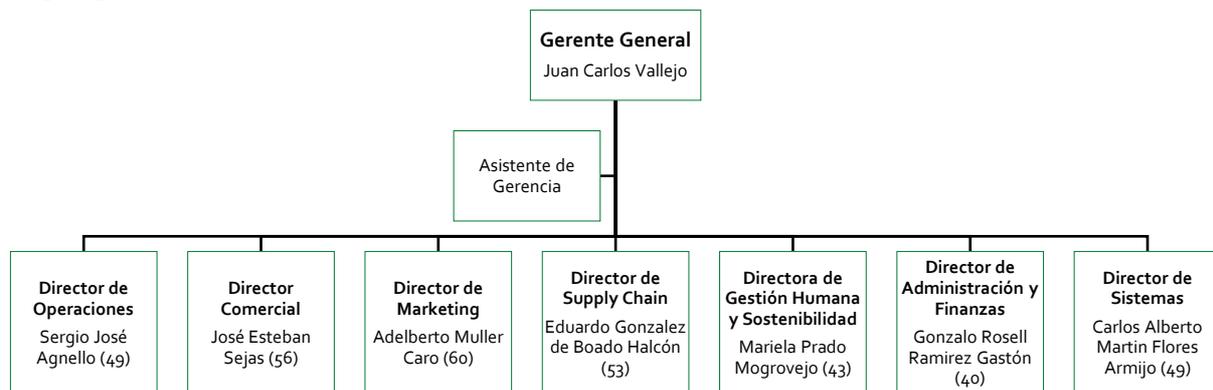
Nombre	Sexo	Cargo	Formación
Carlos Rodríguez Pastor Persivale	Masculino	Presidente de Directorio	Ciencias Sociales
Ramón Barúa Alzamora	Masculino	Director	Ingeniería Industrial
David Fischman Kalincausky	Masculino	Director	Ingeniero Civil
Juan Carlos Vallejo Blanco	Masculino	Director	Ingeniero Civil
Julio Cesar Luque Badenes	Masculino	Director	Ingeniero Mecánico
Pablo Hernán Turner Gonzáles	Masculino	Director	Ingeniero Comercial

Estructura accionaria

SPSA es una Sociedad Anónima que forma parte de InRetail Perú Corp. (InRetail), que a su vez es una subsidiaria de Intercorp. Al 31 de diciembre de 2016, SPSA cuenta con 104 accionistas comunes.

Accionista	Participación	Nacionalidad
Patrimonio en Fideicomiso D.S. N°093-2002-EF-InRetail Consumer, administrado por Internacional de Títulos Sociedad Titulizadora S.A.	99.98009948%	Peruana
Otros	0.01990052%	Peruana

Organigrama (G4-34, G4-LA12)



Las direcciones responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales son:

- Económicas: Administración y Finanzas, Gestión Humana y Sostenibilidad, Operaciones, Comercial, Supply Chain
- Ambientales: Gestión Humana y Sostenibilidad, Operaciones
- Sociales: Gestión Humana y Sostenibilidad, Marketing, Operaciones, Supply Chain

1.4 Ética y derechos humanos (DMA – Lucha contra la corrupción) (G4-56, G4-HR3, G4-LA16, G4-SO3, G4-SO4, G4-SO5, G4-SO8)

Ética en SPSA

En SPSA el 100% de la población recibe una inducción sobre el reglamento interno de trabajo, las normas de trabajo, las políticas y procedimientos, entre los cuales se encuentra el Código de Ética. Éste estipula las conductas de acuerdo con principios éticos y profesionales para merecer y corresponder la confianza de nuestros clientes, proveedores y público en general. Es importante recalcar que durante el 2016 nuestra área de Auditoría Interna ha reorganizado el sistema de gestión de fraude y ha actualizado el código, denominándolo Código de Conducta, el cual incluye a nuestros diferentes grupos de interés, y fue presentado a todo el comité de directores para su aprobación.

Asimismo, llevamos a cabo la campaña de reforzamiento de valores y conductas éticas llamada “ConÉtica”, la cual incluyó a toda la empresa y se orientó principalmente al fraude, que representa un riesgo latente en una empresa tan grande como la nuestra.

Creamos el Comité de Ética en el cual participan la Directora de Gestión Humana, el Director de Administración y Finanzas y el Gerente de Auditoría Interna. El Comité de Ética es el encargado de verificar el cumplimiento del Código de Conducta, revisar los casos de quebrantamiento del mismo y fortalecer la cultura ética dentro de la organización. Además, durante el 2016 se implementamos un canal de denuncias anónimo bajo los mejores estándares internacionales y el cual es manejado por la reconocida empresa Ernst & Young.

En SPSA rechazamos todo tipo de acto de corrupción. El área de Auditoría Interna considera el riesgo de fraude y soborno en cada proceso que audita, y han identificado y revisado los procedimientos y fortalecido los controles con el fin de minimizar dicho riesgo. De igual manera, hemos identificado posibles riesgos en los procesos de las áreas de Adquisiciones y Ventas Corporativas, en grandes transacciones y licitaciones con el Estado, por lo que les prestamos especial atención.

Igualdad y Diversidad

Adicionalmente, en SPSA creemos en la igualdad, el respeto y el trato justo. Contamos con una Declaración de Igualdad y Diversidad, así como el procedimiento para el Diálogo y Comunicación para colaboradores. Este último norma no solo el procedimiento de gestión de quejas y denuncias tales como hostigamiento laboral, abuso de autoridad, maltratos, acoso laboral y sexual, discriminación, problemas de clima laboral, condiciones de inseguridad en las tiendas, fraude y/o corrupción; si no también es abierto para recibir buenas prácticas, oportunidades de mejora y sugerencias en general. Así, buscamos atender inquietudes, resolver problemas de clima laboral y rectificar conductas incorrectas de liderazgo, como también potenciar fortalezas a nivel de cualquier dirección de SPSA.

En el 2016 no hemos tenido casos confirmados de corrupción, ni tampoco casos de discriminación. Sin embargo, hemos contado con 119 reclamaciones puntuales sobre prácticas laborales, las cuales fueron abordadas y resueltas mediante mecanismos formales de reclamación. Asimismo, hemos manejado 42 procesos legales y/o amonestaciones impuestas por INDECOPI, todas ellas debidamente investigadas.

1.5 Nuestros grupos de interés (G4-20, G4-21, G4-24, G4-25, G4-26, G4-27)

Consideramos que una relación sólida y transparente con nuestros grupos de interés es esencial para el desarrollo sostenible de nuestras operaciones en el largo plazo. Nuestros clientes son el centro de nuestros esfuerzos y toma de decisiones, mientras que nuestros colaboradores hacen posible que la visión que tenemos para el negocio se materialice. Del mismo modo, los proveedores son los aliados estratégicos que nos acompañan en cada etapa del proceso de expansión. Por otro lado, consideramos importante el cumplimiento de estándares y buenas prácticas exigidos por los entes reguladores y el acercamiento a las comunidades a través de iniciativas destinadas a generar bienestar en ellas. Finalmente, creemos firmemente que la transparencia de información es la base en la relación con nuestros accionistas e inversionistas.

A continuación, presentamos nuestros grupos de interés identificados, con los cuales tenemos una constante comunicación a través de diversos canales.

Grupo de interés	Sub grupo	Temas de interés	Canales de comunicación
Colaboradores	Sede central Tiendas Centros logísticos Centro de fabricación Lima/Provincias	<ul style="list-style-type: none"> - No discriminación - Empleo - Relaciones entre los trabajadores y la dirección - Salud y seguridad en el trabajo - Capacitación y educación - Diversidad e igualdad de oportunidades - Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales 	<ul style="list-style-type: none"> - Teléfono - Correo electrónico - Reuniones presenciales y por videoconferencia - Comunicados internos - Murales y afiches - Televisores - Perifoneo - Facebook - Intranet - Periódico interno - Manuales y procedimientos internos
Accionistas y Gerencia General	Grupo Intercorp Externos	<ul style="list-style-type: none"> - Desempeño económico - Presencia en el mercado - Prácticas de adquisición 	<ul style="list-style-type: none"> - Página web SPSA - Página web de la SMV - Teléfono - Correo electrónico - Reuniones presenciales y por videoconferencia
Clientes	Plaza Vea Vivanda Mass Corporativo E-commerce	<ul style="list-style-type: none"> - Salud y seguridad de los clientes - Etiquetado de los productos y servicios - Privacidad de los clientes - Cumplimiento regulatorio 	<ul style="list-style-type: none"> - Correo electrónico - Catálogos y guías - Redes sociales - Página web - Actividades en tienda
Proveedores	Proveedores comerciales: <ul style="list-style-type: none"> - Centros de fabricación - Marcas propias - Marcas terceros (empresas grandes, intermediarios, agricultores, Mypes) - Importaciones Proveedores logísticos Proveedores de servicios y suministros	<ul style="list-style-type: none"> - Prácticas de adquisición - Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores - Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales 	<ul style="list-style-type: none"> - Teléfono - Correo electrónico - Reuniones presenciales y por videoconferencia - Página web

Grupo de interés	Sub grupo	Temas de interés	Canales de comunicación
Sociedad y Comunidad	Vecinos y comunidad en general Grupos vulnerables en ciudades donde opera SPSA	<ul style="list-style-type: none"> - Lucha contra la corrupción - Cumplimiento regulatorio - Consecuencias económicas indirectas 	<ul style="list-style-type: none"> - Redes sociales - Página web - Teléfono y correo electrónico (con beneficiarios del Banco de Alimentos)
Gobierno	Gobiernos Locales Organizaciones Sociales / ONG Gobierno Central	<ul style="list-style-type: none"> - No discriminación - Lucha contra la corrupción - Cumplimiento regulatorio - Mecanismos de reclamación ambiental - Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales 	<ul style="list-style-type: none"> - Canales legales - Teléfono - Correo electrónico - Reuniones presenciales
Ambiente	Agua Energía Reciclaje Materiales	<ul style="list-style-type: none"> - Materiales - Energía - Agua - Efluentes y residuos - Productos y servicios - Cumplimiento regulatorio - Evaluación ambiental de los proveedores - Mecanismos de reclamación ambiental 	

1.6 Asociaciones y convenios (G4-15, G4-16)

Formamos parte de las siguientes asociaciones y convenios, buscando generar sinergias con otras organizaciones:

Programa Perú Responsable del Ministerio de Trabajo (MINTRA)	Nos comprometemos a brindar oportunidades laborales a personas de escasos recursos y con habilidades especiales.
Patronato Perú 2021	Somos miembros de una red de empresas líderes en prácticas de sostenibilidad que tienen como objetivo común el desarrollo sostenible de nuestro país.
Asociación de Buenos Empleadores (ABE)	Promovemos la responsabilidad social laboral, fomentando el respeto a las personas.
Compromiso Climático Corporativo (7C)	Compromiso del sector privado para enfrentar el cambio climático, comprometiéndonos con el nuevo paradigma de un desarrollo bajo en emisiones de carbono.
Asociación Peruana de Actores para la Gestión de Residuos (ASPAGER)	Promovemos el reciclaje de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE).
Asociación Nacional de Anunciantes del Perú (ANDA)	Propiciamos una comunicación comercial honorable, respetuosa de la dignidad y condición humana, con especial consideración hacia la familia y sus valores fundamentales, contribuyendo al progreso de la comunidad.

1.7 Premios

En el 2016 recibimos diversos reconocimientos, con los cuales reafirmamos nuestro compromiso de seguir trabajando para contribuir al país.

Great Place to Work 2016	Fuimos reconocidos como una de las mejores empresas para trabajar, recibiendo el premio de GPTW por ocupar el puesto 6 en el Perú, dentro de la categoría de empresas con más de mil personas, y el puesto 15 en Latinoamérica. Además, fuimos el primer retail del país.
Brandz Top 20 Perú, las marcas más valiosas del Perú	Por sexto año consecutivo, estuvimos en el ranking Brandz Top 20 Perú, elaborado por Kantar Millward Brown, una de las investigadoras de mercado más importantes del mundo, y el Grupo WPP. Así, obtuvimos el puesto 12 en el ranking de marcas más valiosas del país, siendo la marca retail más valorada en el mercado peruano.
Ranking MERCO Talento 2016	Obtuvimos el puesto 49 dentro de las 100 Empresas con Mejor Desarrollo de Talento, mejorando 31 posiciones con respecto al año anterior, de acuerdo con el estudio realizado por MERCO Talento. La evaluación de este estudio se basa en la calidad laboral, la marca empleadora y la reputación interna.
Líderes con mejor reputación del Perú	En esta lista elaborada por MERCO y la revista Gestión, se reconoció a Carlos Rodríguez-Pastor, cabeza del grupo Intercorp, así como a Juan Carlos Vallejo, Gerente General de SPSA, y a otros gerentes del grupo.
Premio ABE a la Responsabilidad Social Laboral 2016	Obtuvimos el 1^{er} puesto por implementar el mejor programa de Capacitación y Desarrollo de Personas, por nuestro programa "La Academia SPSA".
Ranking Empresas con mejores cadenas de suministro del Perú 2016	Fuimos elegidos por la revista Semana Económica como la empresa con la 1^{era} cadena de suministro del sector retail en el país, mejorando 4 posiciones con respecto al año 2015.
Ranking Quántico	Ocupamos el puesto 11 de las marcas más poderosas en redes sociales del país, en el estudio realizado por la organización Quántico.
Premio Palmas 2016	Este premio reconoce las mejores prácticas de gestión humana del grupo Intercorp, y fuimos reconocidos con el 3^{er} puesto gracias a nuestro proceso de Gestión de Talento "CreSer".
InnovationFest_16 del Grupo Intercorp	Este premio reconoce iniciativas innovadoras en las empresas del grupo Intercorp. Recibimos la mención honrosa en la categoría "Originalidad" gracias a nuestro proyecto con el Banco de Alimentos Perú.
Reconocimiento Aynimundo	Fuimos reconocidos por la ONG Aynimundo por participar en su programa, a través del cual incluimos a personas con discapacidad entre nuestros colaboradores.
Premio programa "Recíclame Cumple tu Papel"	Gracias al acopio de papel en nuestras estaciones de reciclaje, la organización Aldeas Infantiles SOS Perú nos otorgó el 2^{do} puesto por haber reciclado más de 33 toneladas de papel en el 2016, contribuyendo así con el objetivo de dicha organización: dar solución a las situaciones de riesgo a las que se enfrentan miles de niñas y niños, para que tengan la oportunidad de disfrutar de una infancia feliz.

2. RESUMEN DE DESEMPEÑO 2016

Social	Número de colaboradores	15,104
	Horas de capacitación	347,069
	Evaluación de desempeño	97%
	Recomendabilidad	Plaza Vea: 33% Vivanda: 47%
	Asociaciones y convenios	6
	Donación de alimentos	Más de 8,600 beneficiarios 328,763 kg de comida donados
Ambiental	Consumo de agua	121,252 m ³
	Consumo de energía	4,145,088 GJ
	Residuos generales	13,762 TN
	Cartón y papel	5,170 TN
	Plástico	670 TN
	Madera	420 TN
	Aceite	95,515 L
	Residuos peligrosos	3,970 kg
RAEE	2,146 kg	
Económico	Número de tiendas	Plaza Vea: 97 Vivanda: 9 Mass: 59
	Nuevas tiendas	42
	Donaciones de SPSA y clientes	S/ 1,372,997
	Valor económico generado	S/ 4,241 millones

3. DESEMPEÑO ECONÓMICO

3.1 SPSA en números (DMA – Inversión) (G4-9, G4-17, G4-EC1)

Todas nuestras actividades se desarrollan en el Perú, por lo que detallamos el valor económico directo a nivel nacional. En el 2016 logramos incrementar la productividad en 17% obteniendo resultados notables. Los estados financieros incluyen a SPSA, sin consolidar las inversiones de las siguientes subsidiarias: Desarrolladora de Strip Center S.A.C. (antes Peruana de Tiquetes S.A.C.) y Plaza Veá Sur S.A.C.

Valor económico directo generado: ventas e ingresos	S/ 4,241 millones
Valor económico distribuido:	
- Gastos operativos (sin incluir gastos de personal)	S/ 3,793 millones
- Sueldos y prestaciones de los empleados	S/ 314 millones
- Pagos a los proveedores de capital	S/ 54 millones
- Pagos a los gobiernos (impuesto a la renta)	S/ 26 millones
Valor económico retenido	S/ 54 millones
Capitalización 2016	No hubo
Deuda financiera	S/ 686 millones
Patrimonio	S/ 1,004 millones
Activos totales	S/ 2,915 millones
Costo de ventas	S/ 3,111 millones

- Número de operaciones: 172
 - 9 tiendas Vivanda
 - 97 tiendas Plaza Veá
 - 59 tiendas Mass
 - 1 canal E-commerce
 - 1 oficina central
 - 1 centro de distribución (Lurín)
 - 1 centro de acopio y fabricación (San Juan de Miraflores)
 - 1 centro de desposte (Esmeralda)
 - 2 centros de transferencia (Arequipa y Trujillo)
- Cantidad de productos que ofrecemos: 165 líneas de productos, agrupados en 3 divisiones:
 - Abarrotes
 - Frescos
 - Non-food
- Número de colaboradores: 15,104

3.2 Proveedores (G4-12, G4-EC9, G4-LA14, G4-LA15, G4-EN32)

Consideramos a nuestros proveedores como nuestros socios estratégicos. Ellos nos abastecen de los productos que vendemos en las tiendas, incluyendo marcas propias y marcas de terceros, así como los servicios logísticos y demás productos y servicios necesarios para todas nuestras operaciones: tiendas, centros logísticos, centro de fabricación y oficina central.

- El porcentaje del gasto en proveedores locales (del Perú) es de 91%.

En el 2016 trabajamos con¹:

- 12 proveedores logísticos o de transporte (1.2% de la venta bruta)
- 1,929 proveedores de mercadería (80% de la venta bruta)
- 667 proveedores de activos, servicios y suministros (3.6% de la venta bruta)

Los proveedores de mercadería nos abastecen de productos para todos los lugares con operaciones significativas, es decir, todas las regiones del Perú donde se encuentran nuestras tiendas. De esta manera, el 74% de los productos que vendemos es transportado por nuestros proveedores logísticos desde nuestros centros de distribución en Lima, en donde la mercadería es recepcionada. El 26% restante es entregado directamente por los proveedores de mercadería en nuestras tiendas.

La flota de transporte realiza un recorrido promedio diario de 27 mil km en todo el país para llevar los productos a nuestras tiendas. Es así que los productos siguen una secuencia estructurada desde que son entregados por nuestros proveedores hasta su adquisición por nuestros clientes, como se detalla en nuestra cadena de suministro:



*No examinamos ni evaluamos a proveedores en base a criterios sobre prácticas laborales, ni en función de criterios ambientales.

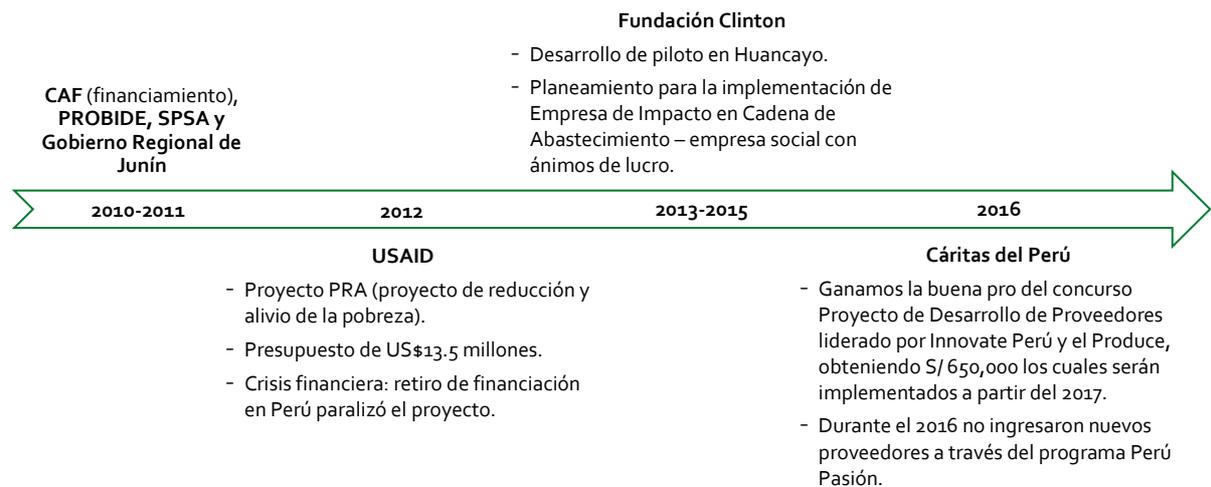
Perú Pasión

Desde el 2010 venimos desarrollando el programa Perú Pasión, el cual tiene como objetivo ingresar productores locales de bajos recursos a nuestra cadena de valor, generando el mayor beneficio posible a familias productoras y agricultoras, favoreciendo el desarrollo en las regiones menos industrializadas del país. A continuación, presentamos una breve descripción del proyecto.

Antecedentes	Características	Beneficios
<ul style="list-style-type: none"> - Proveedores en provincia no cumplían con estándares de calidad de SPSA. - Abastecimiento de tiendas de provincia desde Lima. - Incremento de costos debido a la existencia de intermediarios y por comprar productos regionales en Lima. - Falta de surtido de productos regionales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Asesoramiento técnico gratuito para cumplir estándares de calidad. - Mejores negociaciones, márgenes y ganancias. - Asesoramiento comercial. - Desarrollo y comercialización de productos regionales. 	<p><u>Para clientes:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Productos regionales con mejores precios. - Calidad controlada de dichos productos, reduciendo riesgo de daño al consumidor. <p><u>Para SPSA:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Mayor eficiencia logística y disminución de días de stock. - Productos de calidad a menores costos, incrementando márgenes de ganancia o trasladando estas eficiencias a los clientes. - Identificación de la comunidad de la zona con SPSA, ya que mejora su calidad de vida, contribuyendo al "good will" de la marca.

¹ Para efectos de este reporte no hemos incluido a ciertos proveedores específicos de marketing, sistemas y gestión humana y sostenibilidad.

Etapas del proyecto:



Consolidado de ventas del programa Perú Pasión en el periodo 2010 – 2016:

Año	Nº Proveedores con ventas	Provincia	Nº Productos con ventas	Tipo de Producto	Ventas Anuales
2010	3	Huancayo	19	Panificación, lácteos y papa en bastones	S/. 48,275
2011	7	Huancayo	55	Panificación, lácteos y papa en bastones	S/. 586,391
2012	8	Huancayo, Piura	59	Panificación, lácteos, papa en bastones, menestras, frutas secas y snack	S/. 891,589
2013	15	Huancayo, Piura, Ancash, Cuzco.	107	Panificación, lácteos, papa en bastones, menestras, harina, frutas secas y hielo	S/. 2,326,622
2014	28	Ancash, Arequipa, Cajamarca, Chiclayo, Cuzco, Huacho, Huancayo, Huánuco, Ica, Piura, San Martín, Trujillo	187	Panificación, lácteos, papa en bastones, menestras, harina, frutas secas, hielo, condimentos, fideos y hojuelas	S/. 2,957,356
2015	27	Arequipa, Cajamarca, Chiclayo, Cuzco, Huacho, Huancayo, Huánuco, Ica, San Martín, Trujillo	198	Panificación, lácteos, papa en bastones, menestras, harina, frutas secas, hielo, condimentos, fideos y hojuelas	S/. 2,101,447
2016	24	Arequipa, Cajamarca, Cuzco, Huacho, Huancayo, Ica, Piura, Trujillo	174	Panificación, lácteos, papa en bastones, menestras, harina, frutas secas, hielo, condimentos, fideos y hojuelas	S/. 2,364,980

3.3 Productos (G4-4, G4-PR1, G4-PR2, G4-PR3, G4-PR4, G4-PR9)

En SPSA comercializamos productos de categorías de alimentos como de no alimentos (non-food).

Productos perecibles (frescos)	Productos de gran consumo (abarrotes)	Non-food
<ul style="list-style-type: none"> - Carnes, pescados y mariscos - Comidas preparadas - Panadería y pastelería - Fiambres y quesos - Frutas y verduras 	<ul style="list-style-type: none"> - Comestibles - Bebidas con y sin alcohol - Lácteos y congelados - Cuidado personal y limpieza 	<ul style="list-style-type: none"> - Bazar - Hogar - Electro - Textil

Marcas propias

Asimismo, entre los productos que comercializamos, contamos una amplia gama de productos de marcas propias, a través de las cuales buscamos asegurar la mejor calidad al mejor precio para nuestros clientes. En total manejamos más de 50 productos y cuatro marcas propias:



Jugos, infusiones, aceite de oliva, edulcorante, panela, stevia, pastas, vinagretas, galletas, café, cereales, granolas



Aceite, aceite de oliva, arroz, azúcar, menestras, fideos, galletas, piqueos, mermeladas, café, fortificantes, cereales, frutos secos, infusiones, yogurt, conservas enlatadas, condimentos, salsas, hamburguesas, nuggets, productos congelados, gaseosas, aguas, vino, jugos, postres



Detergente, lejía, jabón para lavar, suavizantes, papel higiénico, papel toalla, servilletas, ceras, lavavajillas, cuidado personal: shampoo, jabones, perfumería bebé, toallitas húmedas bebé



Frutas y verduras, quesos y fiambres, carnes y pollos

Calidad (DMA - Salud y seguridad de los clientes) (G4-PR1, G4-PR2)

Nos preocupamos por que nuestros clientes reciban productos de la mejor calidad, por lo que nos aseguramos de cumplir la normativa sanitaria vigente. Para ello, evaluamos los siguientes aspectos en el 100% de los productos de los rubros de alimentos y bebidas procesados, antes de que ingresen a nuestras tiendas:

- Todos los productos deben contar con registro sanitario vigente, emitido por la autoridad sanitaria del rubro.
- La información del rotulado debe cumplir con lo requerido por la norma aplicable.
- Los productos deben cumplir con las especificaciones microbiológicas establecidas.
- Las plantas deben estar habilitadas sanitariamente, para lo cual se verifica su idoneidad mediante auditorías higiénico-sanitarias.

Para el caso de los productos de la categoría de juguetes y útiles de escritorio de importación propia, gestionamos sus registros sanitarios para asegurar el cumplimiento de uso de materiales inocuos. También revisamos el cumplimiento de la información del rotulado.

En el 2016, de las 158 inspecciones sanitarias que recibimos en nuestras tiendas, no se evidenció ningún incidente por incumplimiento de la normativa legal vigente, por lo que no tuvimos ningún cierre de tienda.

Información y etiquetado (DMA - Etiquetado de los productos y servicios)
(G4-PR3, G4-PR4)

La información detallada en el etiquetado del 100% de nuestros productos de las categorías de alimentos y bebidas procesados, incluye:

- Origen de los componentes del producto.
- Contenido, especialmente en lo que respecta a sustancias que pueden tener cierto impacto ambiental o social.
- Instrucciones de seguridad del producto.
- Requisitos adicionales especificados en el D.S. N°007-98: nombre del producto, ingredientes y aditivos, datos del fabricante y del importador, registro sanitario, fecha de vencimiento, lote.
- Contenido neto de producto (de acuerdo a Ley 28405).
- Advertencias de uso (cuando corresponda).
- Número de certificado orgánico y fechas de vigencia (en el caso de productos orgánicos).
- Declaración de fortificación de harinas (en el caso de harina de trigo y derivados).

En el 2016 tuvimos 105 incidentes de rotulado de productos de proveedores, principalmente por falta de información e indelebilidad en la data de trazabilidad.

(G4-PR9) No registramos ninguna multa por incumplir la normativa o la legislación relativa al suministro y el uso de productos y servicios en el periodo 2016.

3.4 Clientes (G4-PR5, G4-PR8)

El compromiso con nuestros clientes es ofrecer una gama de productos destinada a satisfacer sus necesidades mientras generamos una experiencia de compra placentera. Para lograrlo, enfocamos nuestros esfuerzos en las siguientes acciones:

Canales de Atención al Cliente

Atendemos reclamos y/o sugerencias de nuestros clientes a través de los módulos de servicio al cliente en nuestras tiendas y de nuestro call center.

La privacidad de nuestros clientes es fundamental en nuestras actividades. Es por ello que en el periodo 2016, teniendo en promedio más de 260 mil transacciones diarias, sólo hemos registrado 3 reclamos relacionados a derechos ARCO, que responden a la violación de la privacidad y la fuga de datos de clientes, los cuales fueron debidamente atendidos.

Nivel de Recomendación

Internamente, evaluamos el nivel de recomendabilidad (NPS) de nuestros clientes respecto a nuestras tiendas, obteniendo resultados competitivos en comparación a las principales cadenas de supermercados del país. Nuestros resultados en 2016 fueron:

- Plaza Vea: 33%
- Vivanda: 47%

VeaClub

VeaClub es un programa de fidelización de Plaza Vea que lanzamos en octubre de 2014 y cuenta al cierre del 2016 con 1'888,467 afiliados. A través de VeaClub premiamos a nuestros clientes por realizar sus compras en nuestras tiendas Plaza Vea, a través de sorteos mensuales. Por cada S/ 30 de compras, el cliente gana una opción, y si paga el total de sus compras con Tarjeta oh! gana el doble de opciones para participar en los sorteos mensuales, cuyos premios consisten en camionetas y tarjetas Cash Card de S/ 10,000 cada una.



4. DESEMPEÑO SOCIAL

4.1 Talento SPSSA (DMA-Empleo y DMA-Igualdad de retribución entre mujeres y hombres) (G4-10, G4-11, G4-EC5, G4-EC6, G4-LA1, G4-LA2, G4-LA4, G4-LA10, G4-LA12)

Planilla SPSSA

- Directores y Gerentes de primera línea (G4-EC6)

Consideramos como altos directivos a los Directores y Gerentes de primera línea. En el caso de tiendas consideramos a los Gerentes de Tienda.

Altos directivos		Gerentes de tienda	
Procedencia	Porcentaje	Procedencia	Porcentaje
Extranjero	13.3%	Local ²	67.0%
Perú	86.7%	No local	33.0%
Total	100.0%	Total	100.0%

Nuestro talento está constituido por 15,104 colaboradores³ quienes desarrollan las principales operaciones de la empresa.

- Contrato laboral y sexo (G4-10)

Tipo de contrato	Nº total de colaboradores	Mujeres	Hombres
Contrato indeterminado	12,275	42.3%	57.7%
Contrato part-time	2,829	54.0%	46.0%
Convenio de practicantes	26	46.2%	53.8%
Total	15,130	44.5%	55.5%

- Región y sexo (G4-10)

Región	Nº total de colaboradores	Mujeres	Hombres
Arequipa	330	50.0%	50.0%
Cajamarca	225	38.2%	61.8%
Chiclayo	170	34.1%	65.9%
Chimbote	254	37.8%	62.2%
Cusco	335	51.6%	48.4%
Huancayo	247	49.0%	51.0%
Huánuco	125	38.4%	61.6%
Ica	359	39.3%	60.7%
Lima	10,771	45.5%	54.5%
Lima Provincia	283	35.0%	65.0%

² Un Gerente es "local" cuando labora en una tienda ubicada en la misma región de su procedencia.

³ Nuestra planilla está compuesta en su totalidad por empleados de SPSSA. Este valor no incluye a los practicantes.

Región	Nº total de colaboradores	Mujeres	Hombres
Moquegua	144	51.4%	48.6%
Piura	785	39.6%	60.4%
Puno	355	43.7%	56.3%
Tacna	187	44.4%	55.6%
Trujillo	448	40.4%	59.6%
Ucayali	112	36.6%	63.4%
Total	15,130	44.5%	55.5%

- Categoría laboral

A continuación, detallamos los puestos que pertenecen a cada categoría laboral:

Categoría laboral	Puestos
Nivel 1	Gerente General – Director – Gerente – Subgerente
Nivel 2	Administrador – Jefe – Supervisor
Nivel 3	Analista – Coordinador – Ejecutivo – Gestor – Head Planner
Nivel 4	Asistente – Auditor – Recepcionista – Técnico (Calidad)
Nivel 5	Promotor – Vendedor – Auxiliar – Cajero – Chef – Chofer – Multifuncional – Representante de Servicio – Operador – Técnico (Mantenimiento)

- Categoría laboral por sexo (G4-LA12)

Categoría laboral	% del total de colaboradores	Mujeres	Hombres
Nivel 1	1.6%	26.2%	73.8%
Nivel 2	9.5%	47.8%	52.2%
Nivel 3	1.8%	42.5%	57.5%
Nivel 4	11.9%	44.4%	55.6%
Nivel 5	75.3%	44.6%	55.4%
Total	100.0%	44.5%	55.5%

- Categoría laboral por edad (G4-LA12): 82% de nuestros colaboradores son millennials (18-35 años)

Categoría laboral	Menos de 30 años	Entre 30 y 50 años	Más de 50 años
Nivel 1	2.0%	86.1%	11.9%
Nivel 2	31.0%	66.7%	2.3%
Nivel 3	32.7%	62.8%	4.5%
Nivel 4	45.2%	49.4%	5.4%
Nivel 5	73.6%	25.2%	1.2%
Total	64.3%	33.7%	2.0%

Nuevos integrantes (G4-LA1)

Tuvimos 16,267 contrataciones durante el periodo 2016.

- Contrataciones por grupo etario:

Edad	Nº de colaboradores	Porcentaje
Menos de 30 años	1,4158	87.0%
Entre 30 y 50 años	2,026	12.5%
Más de 50 años	83	0.5%
Total	16,267	100.0%

- Contrataciones por sexo: El 58% del personal contratado fue masculino, de acuerdo a la demanda de tienda para los puestos de mayor operatividad, esfuerzo y resistencia física.

Sexo	Nº de colaboradores	Porcentaje
Mujeres	6,854	42.1%
Hombres	9,413	57.9%
Total	16,267	100.0%

- Contrataciones por región:

Región	Nº de colaboradores	Porcentaje
Lima	12,413	76.3%
Piura	651	4.0%
Cusco	396	2.4%
Trujillo	387	2.4%
Puno	345	2.1%
Arequipa	310	1.9%
Ica	291	1.8%
Lima Provincia	289	1.8%
Huancayo	228	1.4%
Tacna	180	1.1%
Chimbote	170	1.0%
Cajamarca	167	1.0%
Moquegua	153	0.9%
Huánuco	145	0.9%
Ucayali	93	0.6%
Chiclayo	49	0.3%
Total	16,267	100.0%

- Contratación por apertura de tiendas: contratamos a 200 colaboradores para las 40 nuevas tiendas Mass y 359 colaboradores para Vivanda Asia y Plaza Veá La Curva.

- **Contratación estacional** (G4-10): El único momento en que presentamos contratación excepcional es por la campaña navideña. Por el contrario, dada la naturaleza del negocio, la rotación de personal permite que en SPSA no contemos con planes de reducción de personal.

Contratación estacional: Multifuncional campaña	Nº de colaboradores
Mujeres	356
Hombres	360
Total	716

- **Contratación de personas con discapacidad** (G4-LA12): Nuestro programa Empresa Inclusiva busca ofrecer oportunidades de empleo a personas con habilidades especiales y en el 2016 logramos incorporar a 10 colaboradores al programa (9 en Lima y 1 en provincia), alcanzando un total de 68 colaboradores. Es un orgullo para nosotros poder apoyarlos con un trabajo que los motiva diariamente. La mayoría de estos colaboradores se desempeña en el puesto de representante de servicio de cajas part-time, en nuestros formatos de Plaza Ve a Vivanda.

Asimismo, por el buen desempeño y actitud positiva, brindamos la oportunidad de crecimiento a 2 colaboradores con habilidades especiales, dejando la categoría part-time para ser full-time. Cabe mencionar que uno de estos casos es de provincia.

Rotación (G4-LA1)

- **Rotación por grupo etario:** Los colaboradores entre 18 y 30 años fueron los que generaron mayor rotación durante el 2016. Sin embargo, entre el 2016 y 2015 hubo una disminución de 5% de la rotación voluntaria en SPSA.
- **Rotación por sexo:** Durante el periodo 2016 tuvimos una variación de 13 puntos porcentuales entre la rotación del personal femenino vs el personal masculino, siendo mayor la rotación masculina.

Sexo	Ceses	Porcentaje
Mujeres	6,389	43.5%
Hombres	8,306	56.5%
Total	14,695	100.0%

- **Rotación por región:** En el 2016 logramos reducir la rotación en 7 puntos porcentuales con respecto al 2015.

Cabe resaltar que tenemos un 82.8% de ceses voluntarios que corresponden a renuncias voluntarias, salud, término de periodo de prueba, término de convenio y/o abandono de trabajo; mientras que un 12.3% de la rotación es no voluntaria debido a despido arbitrario, renuncia, despido por falta grave y término de contrato. Por último, hemos tenido ceses por cambio de categoría que implican renuncias voluntarias debido al cambio de jornada laboral, pero que permanecen en SPSA (full-time a part-time o viceversa), lo que no se considera en el promedio de rotación anual.

Remuneración del talento (DMA-Igualdad de retribución entre mujeres y hombres)
(G4-EC5)

Contamos con escalas salariales y bandas en base a las cuales asignamos las remuneraciones de los colaboradores. Adicionalmente, otorgamos bonos e incentivos de acuerdo a la productividad de los mismos buscando premiar por su esfuerzo y compromiso a los colaboradores más destacados. Cabe mencionar que todo lo referente a remuneraciones se realiza sin distinción entre mujeres y hombres, asegurando un trato justo e igualitario. Finalmente, les damos la posibilidad de elegir en diversas modalidades de horarios entre las cuales se encuentra el colaborador full-time y el part-time, este último les permite dedicar tiempo a otras actividades de importancia para ellos como pueden ser los estudios o dedicar tiempo a sus familiares.

- Horas trabajadas:

Modalidad	Horas al día	Horas al mes
Colaboradores full-time	8	208
Colaboradores part-time	4	104

Prestaciones sociales (G4-LA2)

En SPSA valoramos el esfuerzo de nuestros colaboradores y sabemos que nuestros logros son fruto del compromiso de todo el equipo. Es por ello que contamos con más de 500 prácticas de bienestar y desarrollo. Entre ellas, ofrecemos las siguientes prestaciones sociales a nuestros colaboradores, sin diferenciar entre full-time y part-time:

- Seguro de Vida Ley: a partir del 4^{to} año laborando en la empresa
- Seguro de vida: para colaboradores de administración central
- Seguro médico: EPS y EsSalud para administración central, EsSalud para tiendas
- Cobertura por incapacidad o invalidez
- Fondo de Pensiones: AFP /ONP

Además, reciben los siguientes beneficios sociales:

1.- Dimensión Sociabilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Horas libres para asuntos personales - Descuentos por planilla en consumo de comedores en tienda - Plan Big Family: línea RPC con descuentos por planilla - Préstamos por emergencia - Convenios educativos - Campeonatos deportivos y celebraciones calendario
2.- Dimensión Familia	<ul style="list-style-type: none"> - Licencias por maternidad, paternidad y lactancia, y lactarios en tienda - Regalo por nacimiento de bebé - Vacaciones útiles para los hijos y navidad del niño SPSA - Premio al mejor rendimiento escolar para los hijos - Programa mi cocina SPSA: remodelación de cocina - Charlas de orientación a la familia: economía familiar, orientación vocacional, crianza de hijos, orientación legal, manejo de estrés, prevención de consumo de drogas

3.- Dimensión Reconocimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Programa te pillé: reconoce a los colaboradores que realizan acciones extraordinarias alineadas a los pilares culturales de SPSA - Mejor colaborador del mes y del año - Reconocimiento por tiempo de servicio - Historias que inspiran: reconocimiento del esfuerzo y superación de colaboradores
4.- Dimensión Salud	<ul style="list-style-type: none"> - Bono de lactancia y asignación familiar - Consultorios: medicina general, consultorios psicológico, legal y nutricional gratuitos - Tópicos y servicio de ambulancias - Renovación de carnet de sanidad gratuito - Examen médico ocupacional - Tienda saludable, CD saludable y Día de la Salud en administración central: llevamos a las tiendas servicios médicos gratuitos, gimnasia laboral, campañas oftalmológicas, dental, vacunación; y otros servicios (belleza, masajes) - Charlas preventivas: VIH-SIDA, TBC, enfermedades infecto-contagiosas, talleres de ergonomía
5.- Jubilación (G4-LA10)	<ul style="list-style-type: none"> - Asesoría sobre pensión en ONP o AFP y cotización de opciones de jubilación - Cotización con Interseguro para opciones adicionales de pensión - Asesoría respecto a los lugares de atención de salud (EsSalud), luego de salir de SPSA, para el colaborador y sus dependientes
6.- Beneficios corporativos del Club Intercorp	<ul style="list-style-type: none"> - Entretenimiento: conciertos y teatro en Tu Entrada, Cineplanet, Sparza Club, Cabify - Restaurantes y viaje: Papa John's, Bombos, Casa Andina, China Wok, Don Belisario, Dunkin Donuts, Mr. Sushi, Popeyes, pasajes aéreos y paquetes de viaje - Educación: pregrado, posgrado, idiomas, Zegel Ipae, Innova Schools - Hogar y salud: Inkafarma, Promart, gimnasio, odontología - Productos financieros: Interbank, Inteligo, Interseguro, inmobiliaria - Shopping: Plaza Veá, Vivanda, tiendas de C.C. Real Plaza, Oechsle - Tecnología: Claro, Advance Perú

(G4-11, G4-LA4) En SPSA no se han formado convenios colectivos. Además, no contamos con plazos mínimos estipulados de preaviso de cambios operativos, debido a que dependen del tipo de cambio, del área donde van a implementarse, de la necesidad o no de capacitación previa, entre otros factores.

4.2 Clima laboral

Encuestas de clima laboral

En el mes de diciembre fuimos reconocidos en el ranking Great Place To Work 2016, obteniendo el 6^{to} puesto dentro de la lista de las mejores empresas para trabajar en el Perú. Asimismo, logramos ser la empresa N°1 en el sector retail dentro de este ranking. Adicionalmente, obtuvimos el puesto 15 a nivel Latinoamérica de este ranking.

Evento Macedonia

En Supermercados Peruanos tenemos claro que los logros obtenidos son gracias al esfuerzo de nuestros colaboradores y como reconocimiento y agradecimiento por todo su compromiso, año a año organizamos nuestro gran evento: Macedonia. En el 2016, realizamos dos turnos con el fin de que todos los colaboradores de Lima y los representantes de provincia puedan asistir, sin dejar de lado la operación en las tiendas.

La función inició con las palabras de nuestro Gerente General Juan Carlos Vallejo y contamos con la animación de Karen Schwarz y Gian Piero Diaz. Se llevó a cabo la final de las Olimpiadas SPSA, así como la premiación a las tiendas con mejores indicadores, la competencia de danza "Los Reyes del Playback", el reconocimiento a los colaboradores más luchadores con el premio "Historias que Inspiran", y cerramos a lo grande con la banda internacional Ráfaga.



4.3 Capacitación y desarrollo (G4-LA9, G4-LA10, G4-LA11)

Evaluación de desempeño (G4-LA11)

CreSer es nuestra herramienta para gestionar el desarrollo de nuestros colaboradores. Dicha herramienta surgió gracias a las sugerencias de los colaboradores, a quienes involucramos durante todas las etapas del proceso:

- Evaluación de desempeño (objetivo y competencias)
- Medición de potencial
- Levantamiento de necesidades de desarrollo bajo la metodología 70:20:10
- Identificación de líneas de carrera

Desde el lanzamiento de CreSer, la participación de la evaluación de desempeño ha crecido del 70% al 97% de colaboradores aptos para rendir la evaluación (autoevaluación y evaluación del jefe).

Si bien la evaluación CreSer sirve de input para la realización del plan anual de desarrollo, este plan también se ve complementado por los resultados de las siguientes herramientas:

- Evaluaciones 360°
- Assessment centers
- Evaluaciones de liderazgo
- Encuestas de clima laboral
- Planes de sucesión
- Planes de desarrollo de talentos

Buscando asegurar el cumplimiento de los objetivos de la compañía y enfocados en desarrollar continuamente a nuestros colaboradores, desplegamos anualmente el proceso de evaluación de desempeño a todos los niveles organizacionales considerando una antigüedad mayor a 3 o 6 meses en la empresa (dependiendo de la posición). Asimismo, los colaboradores que no son evaluados por no cumplir con el tiempo de servicio mínimo, igual acceden a alguna de nuestras soluciones de capacitación y desarrollo hasta la fecha en que se ejecute el próximo CreSer.

En el 2016 evaluamos a 8,692 personas, equivalente al 97% de los colaboradores que estaban aptos para pasar el proceso.

- Porcentaje de participación en la evaluación de desempeño, por sexo y categoría laboral:

Categoría	Mujeres	Hombres	Total
Nivel 1	100%	100%	100%
Nivel 2	99%	100%	100%
Nivel 3	100%	99%	100%
Nivel 4	99%	100%	99%
Nivel 5	97%	97%	97%
Total	97%	97%	97%

Además, en el 2016 promocionamos a 1090 colaboradores en SPSA.

Capacitación (G4-LA9, G4-LA10)

Contamos con tres modelos de capacitación: la Academia SPSA dirigida a las unidades de negocio, el programa de Trainees para los futuros Gerentes y Subgerentes de tienda, y el desarrollo de talento ejecutivo dirigido a los colaboradores de la administración central.

■ La Academia SPSA

Fomentamos el crecimiento de nuestros colaboradores para lograr su desarrollo continuo, integrando toda la gestión de conocimiento de SPSA de una manera didáctica de gran utilidad para obtener las metas de negocio y lograr de esta forma los objetivos de la organización.

Para ello, hemos estructurado 4 escuelas:

Escuela Técnica	Identificamos, capturamos, estructuramos e implantamos el conocimiento técnico necesario para el crecimiento especializado de los colaboradores y de la empresa.
Escuela de Liderazgo Mandela	Desarrollamos habilidades personales y de dirección como comunicación, relaciones interpersonales, trabajo en equipo, organización del trabajo, búsqueda de soluciones y liderazgo; asegurando la orientación hacia un trabajo de alta calidad. Igualmente, fomentamos el liderazgo deseado en SPSA y la gestión del clima laboral.
Escuela de Entrenamiento	Estructuramos el aprendizaje especializado de los colaboradores que ocuparán puestos claves en las diferentes áreas de negocio. Este es un aprendizaje de gran alcance para que los futuros líderes puedan hacerse cargo de diferentes áreas.
Escuela de Gestión	Perfeccionamos y certificamos a los líderes de las unidades de negocio con diplomados y programas que profundicen los temas de las escuelas anteriores.

Las escuelas, a su vez, se soportan en:

- Los socios estratégicos de la capacitación
- Nuestra red de facilitadores internos y mentores
- Las rutas de conocimiento y desarrollo de habilidades
- Los convenios educativos
- El diseño y construcción de conocimiento

■ Programa de Trainees

Nuestro programa de Trainees nos permite preparar adecuadamente a los colaboradores para que asuman una posición más compleja. Así, para aquellos colaboradores con potencial para asumir un rol gerencial en tienda diseñamos e implementamos un plan de desarrollo ad-hoc con una duración de 3 meses consecutivos, a cargo del Gerente o Subgerente actual. El plan cual cuenta con etapas de evaluación y seguimiento, con el fin de que conozcan cada detalle de su futura posición.



■ Desarrollo de talento ejecutivo

Para los colaboradores de la administración central brindamos cursos, talleres, certificaciones, diplomados, sesiones de coaching, entre otros; con el fin de mejorar sus competencias para que puedan cerrar sus brechas, optimizarse y convertirse en profesionales de mayor valor. En SPSA nos enfocamos en empoderar a nuestros colaboradores para que ellos mismos sean los gestores de sus planes de desarrollo en base a la metodología 70:20:10, la cual se basa en la investigación llevada a cabo por Morgan McCall y sus colegas del Center for Creative Leadership, definiendo la siguiente forma de aprendizaje y desarrollo de capacidades:

- El 70% del desarrollo se obtiene a través de la experiencia con el trabajo diario.
- El 20% se produce como resultado de la interacción con y el aprendizaje de otras personas (en muchas ocasiones, el jefe directo).
- El 10% se produce a través de la formación más clásica (aula, e-learning, libros, etc).

- Programa de Líderes Ambientales

Nuestro programa de líderes ambientales incluye a un representante por tienda. Los representantes asisten a talleres mensuales durante 2 años, en donde aprenden sobre temas de sostenibilidad e interactúan con diversos miembros de la compañía y expositores externos. A través del programa capacitamos y sensibilizamos a los colaboradores en tienda, para empoderarlos a ser responsables del desempeño ambiental y de las iniciativas de sostenibilidad de sus tiendas, convirtiéndolos en agentes de cambio activos.

Los líderes ambientales nos ayudan a fortalecernos como equipo, siendo capaces de encontrar oportunidades de mejora, resolviendo dudas y/o retos a través de ideas innovadoras, lo cual nos posiciona como una empresa líder en sostenibilidad en nuestro sector. Igualmente, nos apoyan con la difusión de la información brindada en las capacitaciones al resto de los colaboradores de su tienda a fin de que todo el equipo de SPSA esté alineado en cuanto al eje de sostenibilidad.

- Cantidad de líderes ambientales en 2016: 90

Capacitación en números

- 96,147 asistencias a cursos en el año
- 347,069 horas hombre de capacitación en 2016
 - 323,973 horas hombre de capacitación en tiendas
 - 23,096 horas hombre de capacitación en administración central
- 43 colaboradores recibieron sesiones de coaching
- 295 Retail Specialists: 60 Gerentes de Tienda, 28 Subgerentes de Tienda y 207 Jefes de Sección certificados desde el inicio del programa en el 2014
- 23.5 horas de capacitación promedio por colaborador:

Categoría laboral	Promedio horas de formación
Nivel 1	19.4
Nivel 2	39.2
Nivel 3	17.2
Nivel 4	30.6
Nivel 5	22.1
Total	23.5

4.4 Salud y seguridad (DMA – Salud y Seguridad en el trabajo) (G4-LA5, G4-LA6, G4-LA7)

Somos una empresa con una actividad económica que no figura como actividad de alto riesgo ya que no hay riesgos elevados en las labores que realizan nuestros colaboradores, por lo que no se presentan enfermedades laborales.

Nuestros esfuerzos para asegurar un trabajo libre de lesiones laborales abarcan todas las actividades de recepción de mercadería, almacenamiento, producción, venta, cajas, entre otros. El 100% de los productos que utilizamos en tienda se encuentran rotulados y cuentan con instructivos de uso y capacitación para su manipulación, así como con hojas MSDS.

Además, contamos con un comité central de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST) conformado por 12 personas de manera paritaria⁴. Este comité es dirigido y promovido por la Gerencia de Prevención de Pérdidas. Asimismo, en cada centro de trabajo tenemos un sub comité de SST, con lo cual el 100% de nuestros colaboradores es representado en nuestros comités de SST:

- 1 comité central
- 104 sub comités de tiendas
- 1 sub comité de centros logísticos

De igual manera, pensando en el bienestar de nuestros colaboradores, realizamos las siguientes acciones:

- Identificación de peligros y evaluación de riesgos de actividades y del entorno
- Capacitaciones en SST por puesto de trabajo
- Inspecciones de SST
- Procedimientos de trabajo seguro de equipos de producción
- Entrega de implementos de seguridad a los colaboradores

En relación a la salud ocupacional, desarrollamos programas de:

- Nutrición y riesgo biológico en comedores
- Capacitaciones en temas de salud ocupacional y salud integral
- Gestión de procedimientos en materia preventiva y promoción de la salud
- Monitoreo ergonómico, de luz y ruido
- Seguimiento y subsidios de casos por enfermedad, maternidad, accidente de trabajo o común y/o descanso médico prolongado (vigilancia médica)
- Seguimiento casos TBC y descarte en tienda; VIH y otras enfermedades de transmisión sexual; enfermedades infecto contagiosas (tifoidea, hepatitis, conjuntivitis, etc.)
- Seguimiento de casos médicos continuos hasta su finalización en cualquier modalidad

En el 2016 no se han presentado casos de enfermedades ocupacionales. Sin embargo, sí se presentaron 635 accidentes incapacitantes y 1,668 días de descanso médico.

⁴ Paritaria: 50% representantes de SPSA y 50% representantes de los colaboradores, los cuales son elegidos mediante elecciones.

4.5 Nuestros colaboradores y la comunidad (DMA – Comunidades locales) (G4-EC7)

Donaciones (G4-EC7)

■ Programa con el Banco de Alimentos Perú

En SPSA, al igual que en todos los supermercados del mundo, desecharnos frutas y verduras que el público no compró por su apariencia pero que están en perfecto estado. Asimismo, por políticas internas retiramos de sala de ventas productos próximos a vencer, que están aún aptos para el consumo humano. Por ello, estuvimos trabajando para identificar la manera en la que estos alimentos lleguen a manos de personas que realmente lo necesitan. Fue así que nos contactamos con el Banco de Alimentos Perú (BAP), el primer banco de alimentos del país, que trabaja con más de 60 organizaciones sociales.

Ningún otro supermercado en el Perú había trabajado con el BAP antes, pero en SPSA creíamos en el proyecto, en su buena voluntad y en los beneficios que traería a todos los actores, siendo un proyecto que genera valor compartido.

Para su ejecución, verificamos la funcionalidad y desarrollamos los procedimientos para que no impactara a la operación y los resultados de la empresa, y capacitamos a nuestros colaboradores en tienda, incluyendo al personal de la central administrativa.

El 5 de noviembre del 2015 iniciamos el piloto en 3 tiendas y para finales del 2016, ya contamos con 18 tiendas y nuestro centro de acopio en el programa, que diariamente donan alimentos que han perdido su valor comercial, más no su valor nutricional.

Resultados del programa al 31 de diciembre, 2016:

- Beneficiarios: más de 8,600 personas semanalmente que pertenecen a 26 organizaciones sociales (hogares, colegios en zonas periféricas, comedores, entre otros)
- Donaciones: 328,763 kg de alimentos, equivalentes a 655,854 raciones de comida
- Valorizado en S/ 1,031,478



■ Recolección de tapitas

Nuestros colaboradores de administración central juntan tapitas de plástico para beneficiar a personas de escasos recursos con discapacidad. A través de la institución Tierra & Ser, donamos sillas de ruedas o andadores a personas necesitadas. Al 31 de diciembre 2016, hemos recolectado 249 kilos de tapitas.

- Perú Champs

Nos sumamos a Perú Champs para contribuir con la educación de niños. En las cajas de pago de nuestros establecimientos, ofrecemos a nuestros clientes la posibilidad de redondear el vuelto de las compras realizadas en efectivo, con el fin donar el dinero recolectado para brindar becas de estudio a niños de escasos recursos con alto potencial. En el 2016 llegamos a donar S/ 496,607 a través de esta mecánica.

Asimismo, algunos de nuestros colaboradores participan en el programa de voluntariado mentoring en el que dan acompañamiento académico y emocional a los niños becados en Perú Champs que participan del Programa de Liderazgo. Además, canalizamos esfuerzos para que los hijos y familiares de nuestros colaboradores tengan acceso a una mejor educación gracias a nuestras becas de estudio.

- Colecta voluntaria Teletón y voluntariado

Para la Teletón, realizamos una donación a favor de la rehabilitación física de los niños de la clínica San Juan de Dios, incluyendo donaciones por descuento por planilla de los colaboradores de la oficina central, donaciones de nuestros clientes de Lima por redondeo de vueltos en cajas durante 3 semanas y una donación directa de SPSA. Así, en el 2016, logramos donar en total S/ 611,523.

Además, con nuestros 60 colaboradores voluntarios compartimos una mañana con los niños de la clínica, donde realizamos actividades recreativas con ellos y el mantenimiento del área de rehabilitación, con el fin de mejorar la calidad de vida de los niños.

- Donación de productos no comestibles a Clínica San Juan de Dios

Para fines de año, también realizamos una donación a favor de la Clínica San Juan de Dios, regalando la merma de juguetes de 9 tienda (7 de Lima y 2 de Arequipa) para los niños de la clínica. El valorizado de la donación ascendió a S/ 221,332.

- Colecta voluntaria Ponle Corazón

Apoyamos a la Fundación Peruana de Cáncer, a través de las latas que colocamos en las cajas de nuestras tiendas a nivel nacional para que los clientes puedan hacer sus donaciones por redondeo de vueltos en todo el mes de julio 2016. Así, la Fundación recibió S/ 27,709.

- Colecta voluntaria "Magia por los niños con cáncer"

Del 27 de abril al 31 de mayo 2016, estuvimos apoyando a Magia, Asociación de voluntarias por los niños con cáncer, a través de la colecta "Magia por los niños con cáncer" que realizamos en nuestras tiendas, en la cual nuestros clientes donaron S/ 15,826 con redondeo de vueltos.

Actividades con la comunidad

En SPSA consideramos importante comunicar y educar a nuestros grupos de interés sobre diversos temas de sostenibilidad, para lo cual celebramos fechas específicas del calendario ambiental, durante las cuales desarrollamos actividades en nuestras tiendas y nos apoyamos en las redes sociales y en las guías de Plaza Vea y Vivanda para que nuestro mensaje llegue a más personas a nivel nacional. Como parte de estas actividades invitamos al público en general a participar. Además, participamos en diversas campañas, que buscan concientizar a los colaboradores y clientes sobre el cuidado del ambiente y cómo generar un impacto positivo en la sociedad.

■ **La Hora del Planeta**

Por sexto año consecutivo, celebramos la Hora del Planeta el 19 de marzo, iniciativa del Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF), que consiste en apagar las luces y cualquier aparato eléctrico prescindible durante una hora, con el objetivo de generar conciencia sobre la necesidad de reducir el consumo de energía y de tomar acción frente al cambio climático. En SPSA realizamos las siguientes actividades:

- Apagar la mayor cantidad de luces posibles en todas nuestras tiendas.
- Desafío entre tiendas, donde solicitamos a los colaboradores que realizaran un pasacalle con mensajes sobre el ahorro de energía, buscando el involucramiento de los clientes.
- Descuento en focos ahorradores en Plaza Vea.
- Activación en las tiendas Vivanda con el oso panda de WWF.
- Pasacalles en Plaza Vea San isidro, en conjunto con la WWF y la Municipalidad de San Isidro.



■ **Día de la Tierra**

El 22 de abril celebramos el día de la Tierra, donde buscamos concientizar a nuestros clientes y colaboradores sobre la importancia de cuidar el planeta donde vivimos, con el fin de dejar a nuestros hijos y a las futuras generaciones un mundo mejor y más saludable. Así, realizamos un desafío entre nuestros colaboradores, quienes elaboraron un mural educativo en tienda, en base a materiales reciclados, donde los clientes pudieron colocar sus compromisos para cuidar el planeta.



■ Día mundial del reciclaje

El 17 de mayo celebramos el día mundial del reciclaje, incentivando a nuestros clientes a utilizar cada vez más materiales reciclables y menos productos de solo uso, promoviendo las 3Rs: Reducir la cantidad de residuos que generamos, Reusar al máximo los materiales y Reciclar los residuos que vamos a desechar. Las actividades que realizamos en SPSA fueron:

- Campaña de reciclaje en Vivanda, en coordinación con la empresa Tetra Pak, otorgando 15% de descuento en leches UHT y jugos tetra pak por cada 3 envases vacíos de tetra pak entregados en tienda. De esta manera, logramos donar 40 planchas de polialuminio al Centro Educativo Corazón de Jesús de Jicamarca, quienes de esta forma pudieron mejorar su infraestructura.
- Activación en tiendas Plaza Veá y Vivanda para promover el reciclaje de envases tetra pak, a cargo de la empresa Tetra Pak.
- Activación en Plaza Veá San Isidro para promover el reciclaje de vidrio, a cargo de la empresa Owens Illinois.
- Desafío entre tiendas, que consistió en un concurso de disfraces elaborados con materiales reciclados o reusados.



■ Día mundial del ambiente

El 5 de junio celebramos el día mundial del ambiente, buscando resaltar la importancia de cuidar nuestro ambiente, ya que los recursos y servicios que este nos brinda son finitos. De esta manera queremos motivar a nuestros colaboradores y clientes a comprometerse con pequeños cambios en sus hábitos diarios para minimizar su impacto. En SPSA realizamos las siguientes actividades:

- Participación de Vivanda en la Semana Ambiental de la Municipalidad de San Isidro, con talleres de compostaje y huertos comestibles para los asistentes, y entrega de bolsos ecológicos y refrigerios en el evento académico.
- Desafío entre tiendas, donde los colaboradores tuvieron que tomar una foto emblemática.



- Voluntariado de limpieza de playas

Con el objetivo de enseñar y crear conciencia sobre cómo las acciones y decisiones diarias de cada persona impactan en el ambiente, realizamos tres limpiezas de playas en Huacho, Trujillo y Lima. En conjunto, más de 120 voluntarios, incluyendo colaboradores de tiendas, de la oficina central y nuestros líderes ambientales lograron recolectar más de 900 kg de basura. La limpieza de playas en Huanchaco, Trujillo, fue una iniciativa de las empresas del Grupo Intercorp, en donde trabajamos en equipo con colaboradores de las diferentes empresas del grupo.



- Campaña Comida Consciente

Nos sumamos a la campaña “Comida Consciente” del Banco de Alimentos Perú (BAP), B-Green y Cambia.pe, que buscó sensibilizar a los peruanos sobre los impactos del despilfarro de alimentos en nuestro país. El sábado 11 de junio se llevó a cabo el evento “Piensa. Aliméntate. Ahorra.”, en el que distintos chefs cocinaron deliciosos platos de frutas y verduras recuperadas de nuestras tiendas. Asimismo, el miércoles 15 de junio, se realizó el Pecha Kucha Verde “Comida Consciente”, evento con más de 700 asistentes, en el cual presentamos junto al BAP el proyecto de recuperación de alimentos de nuestras tiendas.



- Campaña “Basura que no es basura” de la Municipalidad de Miraflores

El sábado 22 de octubre, el equipo de la Subgerencia de Desarrollo Ambiental de la Municipalidad de Miraflores, junto con los voluntarios convocados por la empresa Tetra Pak, realizaron una campaña en nuestro *parklet* de Vivanda Benavides, cuyo objetivo fue fortalecer el buen uso de las estaciones de reciclaje y sensibilizar a los vecinos y clientes sobre la correcta segregación, reciclaje y disposición de los residuos sólidos.

- Campaña de reciclaje con Tetra Pak

Durante los fines de semana entre el 21 de octubre y el 11 de diciembre 2016, la empresa Tetra Pak realizó activaciones en 23 de nuestras tiendas Plaza Vea, con el fin de educar a nuestros clientes sobre el reciclaje de los envases de tetra pak y concientizarlos sobre la importancia de segregar los residuos en casa para que sean reciclados.

- Parklet en Vivanda Benavides

Creemos en la importancia de tener espacios públicos para el uso diario de la población. Es así que, con el apoyo de la Municipalidad de Miraflores, remodelamos nuestro *parklet* en Vivanda Benavides, brindándole una zona cómoda y segura a nuestros vecinos. El objetivo del *parklet* es que la comunidad tenga un lugar en donde pueda reunirse, descansar, esperar a alguien, comer algo, recuperando espacios para el público en general.



- Campaña de adopción de mascotas con asociación Matchcota

Con el fin de concientizar a la población sobre la adopción de mascotas, nos aliamos con la asociación Matchcota, conformada por jóvenes profesionales voluntarios que le dan a cientos de mascotas más oportunidades de adopción contribuyendo a que tanto las familias como las mascotas puedan llevar una vida feliz.

El objetivo de la campaña era recabar 24 fichas de adopción de perros de los diferentes albergues asociados a Matchcota y 3 toneladas de alimentos para donación. Al cierre de la campaña recibimos 79 fichas de adopción y donamos 6.8 toneladas de alimento seco para los albergues Vida Digna y Voz Animal. Además, hasta el cierre del año recibimos 49 fichas de adopción adicionales que llegaron gracias a nuestra campaña.



Así, logramos impactar a 3.7 millones de personas con nuestro mensaje de adoptar y no comprar mascotas, reforzando el posicionamiento de la marca como animalista.

5. DESEMPEÑO AMBIENTAL

(G4-14, G4-EN27) En SPSA, a pesar de que el 100% de nuestras operaciones se realizan en zonas totalmente urbanizadas, nos preocupamos por mitigar nuestro impacto ambiental, velando por la adecuada gestión de nuestros recursos, residuos y efluentes, y la implementación de tecnologías ecoeficientes.

5.1 Materiales de embalaje (G4-EN1)

Por la naturaleza de nuestras operaciones, utilizamos diversos materiales de embalaje provenientes de fuentes no renovables, pero que son en su mayoría reciclables. Los volúmenes que utilizamos en el 2016 fueron los siguientes:

Material de embalaje	Volumen
Bolsas plásticas	734,575,300 unidades (*)
Stretch film	357,280 kg
Pallets de madera	6,935 unidades
Jabas de plástico	19,861 unidades
Envases de plástico	39,419,534 unidades
Envases de tecnopor (**)	19,137,255 unidades

(*) Se entregaron 319,505,700 bolsas plásticas en cajas.

(**) No reciclable.

Bolsos ecológicos

Nuestro objetivo es reducir poco a poco la cantidad utilizada de estos materiales. Por ello, ofrecemos a nuestros clientes bolsos reusables en nuestras tiendas. Desde su lanzamiento en el 2011 en Vivanda y en el 2013 en Plaza Veá, hemos logrado vender:

Vivanda	15,150 bolsos ecológicos
Plaza Veá	155,664 bolsos ecológicos



5.2 Residuos (G4-EN23, G4-EN25, G4-EN27)

Residuos no peligrosos

En SPSA fomentamos el reciclaje y el buen manejo de los residuos sólidos para evitar daños al ambiente y a la salud pública. Por ello, segregamos los residuos que generamos desde su origen y coordinamos con empresas registradas ante DIGESA para que realicen el recojo diario de todos los residuos comunes, así como el recojo periódico de aceite quemado.

Los residuos comunes son generados durante la operación de la tienda, a partir de los embalajes de los productos que vendemos, la preparación de comidas, el patio de comidas y las actividades varias de tiendas, centros logísticos, centro de fabricación y oficina central. Los materiales reciclables (papel y cartón, plástico, madera, entre otros) reingresan al ciclo productivo mediante la comercialización de los mismos, y los residuos generales (no reciclables y orgánicos) se disponen en un relleno sanitario.

El aceite quemado generado en la sección de comidas preparadas y el comedor de colaboradores, es comercializado a través de una empresa certificada para su posterior reutilización como biocombustible.

En el 2016 generamos las siguientes cantidades de residuos generales y materiales reciclables:

Residuo	Cantidad	Método de tratamiento
Generales y orgánicos	13,762 TN	Relleno sanitario
Cartón y papel	5,170 TN	Reciclaje
Plástico	670 TN	Reciclaje
Madera	420 TN	Reutilización y reciclaje
Aceite	95,515 L = 88 TN (*)	Reciclaje

(*) Densidad del aceite: 0.92 kg/cm³

Residuos peligrosos

En el 2016 realizamos el transporte de residuos peligrosos y residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE) a través de empresas autorizadas. A continuación, presentamos las cantidades generadas en el 2016 y el destino final de dichos residuos:

Residuo	Cantidad	Método de tratamiento
Residuos peligrosos	3,970 kg	Relleno de seguridad
RAEE	2,146 kg	Destrucción, reciclaje y relleno de seguridad

Los recojos de residuos peligrosos y RAEE se realizaron en dos oportunidades: enero y agosto/setiembre 2016. Entre los residuos peligrosos se encontraron fluorescentes, focos, pilas y baterías, que fueron enviados a un relleno de seguridad.

Asimismo, los RAEE fueron principalmente electrodomésticos en desuso o malogrados. Estos son destruidos y separados por tipo de componente que los conforman: el plástico, tarjeta, cable, fierro, aluminio, cobre y vidrio van a un proceso de reciclaje; y el componente peligroso restante se destina a un relleno de seguridad. Parte de los RAEE son trasladados internacionalmente para asegurar el reciclaje y la adecuada disposición final.

Estaciones de reciclaje

En SPSA creemos en la importancia reciclar para cuidar nuestro planeta. Es por ello que nos sentimos orgullosos de ser la primera empresa del Perú en implementar estaciones de reciclaje en nuestras tiendas, en las cuales los clientes y colaboradores pueden depositar los materiales reciclables que hayan segregado en casa.

Estas estaciones de reciclaje nacieron de una sinergia entre SPSA y Coca-Cola, Kimberly Clark, Owens-Illinois, Tetra Pak, Unilever y la ONG Reciclame. Asimismo, a través de las estaciones de reciclaje, apoyamos a distintas ONG, como es con el caso del papel, cuyo acopio apoya a Aldeas Infantiles SOS Perú, y el vidrio, cuyo acopio apoya a United Way Perú. Por otro lado, con los envases de Tetra Pak se reaprovechan los tres materiales que lo conforman: cartón, plástico y aluminio, y se crean planchas de poli-aluminio, las cuales pueden ser utilizadas para diversos fines. Cabe recalcar que con estas planchas construimos las mismas estaciones.

En el 2016, contamos con estaciones de reciclaje en 40 tiendas, gracias a las cuales pudimos acopiar:

Residuo	Cantidad
Vidrio	54,371 kg
Tetra Pak	37,830 kg
Plástico	6,873 kg
Papel	33,065 kg



5.3 Consumo energético (DMA-Energía) (G4-EN3, G4-EN5, G4-EN6, G4-EN27)

Consumo interno

Para obtener la información exacta del consumo energético hemos utilizado como fuente de información los recibos de todos los suministros de tiendas y los estimados de los perfiles de carga de las tiendas con monitoreo de energía.

Tipo de energía	Consumo interno	Venta (locatarios)
Electricidad	140,489,641 kW.h = 505,763 GJ (*)	5,853,735 kW.h = 21,073 GJ (*)
Gas natural	146,088 m ³ = 3,569,917 GJ	-
Diesel	19,395 gal = 2,555 GJ (**)	-
GLP	663,500 gal = 66,853 GJ	-
Consumo interno total de energía 2016	4,145,088 GJ	

(*) Equivalencia: 1kW.h = 3.6x10⁶J

(**) Consumo en Lima Metropolitana. Dato en provincia no elaborado.

Intensidad energética

La intensidad energética se refiere a la cantidad de energía usada por área de sala de venta (m²) de cada una de nuestras tiendas. El tipo de energía medido y cuantificado a lo largo de nuestras operaciones ha sido la energía eléctrica consumida de manera interna.

La intensidad energética según el formato de tienda es la siguiente:

Plaza Vea Híper	52 kW.h/m ²
Plaza Vea Súper	64 kW.h/m ²
Vivanda	93 kW.h/m ²

Eficiencia energética

Durante la gestión 2016, hemos implementado el Plan de Eficiencia Energética, orientado principalmente a la energía eléctrica. Nuestro plan abarca tanto la gestión de la energía propiamente dicha, como el suministro como cliente libre en ciertos locales.

Con el fin de mejorar nuestra gestión de la energía, realizamos auditorías energéticas en las tiendas, fortalecemos las buenas prácticas y hemos realizado implementaciones tecnológicas, que consisten en la instalación de nuevos software y hardware para tener un mejor control del consumo eléctrico de todos los equipos en ciertas tiendas.

En el periodo del presente reporte, logramos ahorrar 4% (5,853,735 KW.h) del consumo energético total respecto al 2015, gracias a las buenas prácticas. Durante el periodo 2017 podremos obtener los resultados de reducción del consumo gracias a la implementación tecnológica realizada en el 2016.

Asimismo, incluimos en las tiendas nuevas la tecnología LED para la iluminación, que nos permite ahorrar hasta 35% en el circuito de iluminación; e instalamos controladores de humedad en las salas de venta para reducir el uso de equipos de aire acondicionado, ahorrando así hasta 1.5% en las cargas de HVAC (calefacción, ventilación y aire acondicionado), además de mejorar las condiciones del equipamiento, aumentando su tiempo de vida.

5.4 Agua (G4-EN8, G4-EN22, G4-EN27)

Consumo de agua

Calculamos nuestro consumo y captación total de agua en base a la comprobación de los recibos de los concesionarios. El agua que consumimos proviene del suministro de agua municipal o de otras empresas de agua.

- Consumo total de agua 2016: 121,252 m³

Desde el 2011 instalamos válvulas ahorradoras OMNI en los caños de las tiendas, oficinas administrativas, centros logísticos y centro de fabricación, lo que nos permite reducir en promedio un 25% del consumo de agua.

Manejo de aguas residuales

Nuestras aguas residuales son vertidas a la red de alcantarillado de la ciudad por tratarse de efluentes no domésticos. Sin embargo, previamente a ser vertidas, nuestras aguas residuales pasan por trampas de grasa individuales colocadas debajo de cada lavadero y una trampa de grasa general de la tienda.

Asimismo, monitoreamos periódicamente los Valores Máximos Admisibles (VMA) de los parámetros detallados en los Anexos 1 y 2 del D.S. N°021-2009-VIVIENDA y D.S. N°021-2015-VIVIENDA. Los parámetros que medimos incluyen aceites y grasas, demanda bioquímica de oxígeno (DBO), demanda química de oxígeno (DQO), sólidos suspendidos totales (SST), sulfuros, pH y temperatura.

Además, para cumplir con los VMA, capacitamos continuamente a nuestros colaboradores en buenas prácticas de limpieza y manejo de aguas residuales, y monitoreamos sus prácticas en tienda. De esta manera, nos aseguramos de que nuestros colaboradores no viertan residuos sólidos, aceites y grasas, ácidos u otras sustancias indebidas por el alcantarillado.



5.5 Cumplimiento regulatorio (G4-EN29, G4-EN34)

Notificaciones

- Aguas residuales

En términos de aguas residuales, de acuerdo a norma, la autoridad constantemente audita nuestras tiendas asegurando que cumplamos con los Valores Máximos Admisibles (VMA) de los parámetros mencionados en la sección anterior. Cabe recalcar que, si superamos dichos VMA, podemos recibir una multa o una notificación de cierre de alcantarillado. En el caso que una tienda superara los VMA, incluyendo sulfuros, pH y temperatura, la tienda recibiría una notificación de cierre. En el 2016, 22 tiendas fueron multadas por un valor de S/ 173,582 y 14 tiendas estuvieron notificadas. Todos los casos fueron absueltos.

- Ruido

Según el D.S. N°085-2003-PCM, en zonas comerciales, el ruido generado por un local no puede exceder los ECAs (Estándares de Calidad Ambiental) de ruido. El valor máximo diurno es de 70 decibeles y nocturno de 60 decibeles. De igual manera, diversos municipios cuentan con ordenanzas que establecen los valores de decibeles permitidos.

En SPSA nos preocupamos por evitar molestias a nuestros vecinos, por lo que venimos trabajando para mitigar la contaminación de ruido. Si bien en el 2016, tuvimos 5 locales notificados por superar los ECAs de ruido, hemos contado con el servicio de empresas consultoras especialistas para diseñar recubrimientos herméticos y hemos cambiado maquinarias por equipos de nuevas generaciones que minimicen el ruido.

Reclamos ambientales

No hemos tenido reclamaciones ambientales en el periodo 2016.

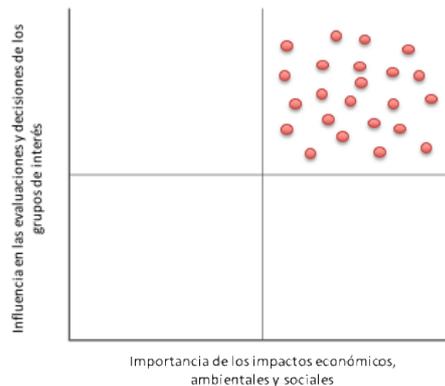
Materialidad (G4-18, G4-19, G4-20, G4-21)

Para la elaboración del presente reporte de sostenibilidad, de conformidad con la Guía G4 del Global Reporting Initiative (GRI), realizamos los siguientes procesos:



- **Identificación:** Identificamos los impactos a partir de la relación con nuestros grupos de interés, las políticas, normas, manuales, procedimientos, entre otros.
- **Priorización:** Priorizamos los temas de relevancia donde definimos los aspectos materiales, en base a los intereses de nuestros grupos de interés y la información obtenida en el proceso de identificación.
- **Validación:** Validamos los indicadores materiales con los directores y colaboradores estratégicos de la organización.

Aspectos materiales



Economía:

- Desempeño económico
- Presencia en el mercado
- Prácticas de adquisición
- Consecuencias económicas indirectas

- Salud y seguridad en el trabajo
- Capacitación y educación
- Diversidad e igualdad de oportunidades
- Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores
- Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales

Medio Ambiente:

- Materiales
- Energía
- Agua
- Efluentes y residuos
- Productos y servicios
- Cumplimiento regulatorio
- Evaluación ambiental de los proveedores
- Mecanismos de reclamación ambiental

Derechos Humanos:

- No discriminación

Sociedad:

- Lucha contra la corrupción
- Cumplimiento regulatorio

Desempeño Social:

- Empleo
- Relaciones entre los trabajadores y la dirección

Responsabilidad sobre productos:

- Salud y seguridad de los clientes
- Etiquetado de los productos y servicios
- Privacidad de los clientes
- Cumplimiento regulatorio

Índice de contenidos GRI (G4-32)

El reporte de sostenibilidad ha sido elaborado de conformidad con la Guía G4 del Global Reporting Initiative (GRI), opción esencial. El contenido de este reporte no cuenta con verificación externa.

Contenidos básicos generales	Indicador	Descripción	Páginas
Estrategia y análisis	G4-1	Declaración del responsable principal de la organización.	3
	G4-3	Nombre de la organización.	3, 6
	G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes.	16
	G4-5	Lugar donde se encuentra la sede central de la organización.	45
	G4-6	Países donde opera la organización.	5
	G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.	6
	G4-8	Mercados a los que sirve.	5
	Perfil de la organización	G4-9	Tamaño de la organización.
G4-10		Características de la plantilla del total de colaboradores.	19, 22
G4-11		Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	24
G4-12		Cadena de suministro de la organización.	14
G4-13		Cambios significativos durante el periodo reportado.	3, 5
G4-14		Cómo se aborda el principio de precaución en la organización.	36
G4-15		Principios e iniciativas externas que la organización suscribe.	10
G4-16		Asociaciones y organizaciones a las que pertenece.	10
Aspectos materiales y de cobertura	G4-17	Entidades que figuran en los estados financieros.	13
	G4-18	Proceso para determinar el contenido y cobertura del reporte.	42
	G4-19	Lista de aspectos materiales.	42
	G4-20	Cobertura de cada aspecto material dentro de la organización.	8, 42
	G4-21	Cobertura de cada aspecto material fuera de la organización.	8, 42
	G4-22	Consecuencias de las reexpresiones de la información anterior.	45
	G4-23	Cambios significativos en alcance y cobertura de cada aspecto.	45
	G4-24	Lista de los grupos de interés.	8
Participación de los grupos de interés	G4-25	En qué se basa la elección de los grupos de interés.	8
	G4-26	Enfoque sobre la participación de los grupos de interés.	8
	G4-27	Problemas detectados con la participación de los grupos de interés.	8
Perfil de la memoria	G4-28	Periodo objeto de la memoria.	45
	G4-29	Fecha de la última memoria (si procede).	45
	G4-30	Ciclo de presentación de memorias.	45
	G4-31	Punto de contacto para solventar dudas sobre la memoria.	45
	G4-32	Opción "de conformidad" con la Guía G4 elegida por la organización.	43
Gobierno	G4-33	Política y prácticas sobre la verificación externa de la memoria	43
	G4-34	Estructura de gobierno de la organización.	6
Ética e integridad	G4-56	Valores, principios, estándares y normas de la organización.	4, 7

Contenidos básicos específicos	Indicador	Descripción	Páginas	
Economía	G4-EC1	Valor económico directo generado y distribuido.	13	
	G4-EC5	Relación entre el salario inicial y el salario mínimo.	23	
	G4-EC6	Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local.	19	
	G4-EC7	Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras y servicios.	5, 30	
	G4-EC9	Porcentaje del gasto en proveedores locales.	14	
Medio ambiente	G4-EN1	Materiales por peso o volumen.	36	
	G4-EN3	Consumo energético interno.	39	
	G4-EN5	Intensidad energética.	39	
	G4-EN6	Reducción del consumo energético.	39	
	G4-EN8	Captación total de agua según la fuente.	40	
	G4-EN22	Vertido total de aguas, según su calidad y destino.	40	
	G4-EN23	Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento.	37	
	G4-EN25	Peso de los residuos peligrosos transportados.	37	
	G4-EN27	Mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios.	36, 37,	
	G4-EN29	Multas y sanciones por incumplimiento de legislación ambiental.	41	
	G4-EN32	Porcentaje nuevos proveedores examinados por criterios ambientales.	14	
	G4-EN34	Número de reclamaciones ambientales.	41	
	Prácticas laborales y trabajo digno	G4-LA1	Número y tasa de contratación y rotación media.	21, 22
G4-LA2		Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa.	23	
G4-LA4		Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos.	24	
G4-LA5		Trabajadores representados en comités de seguridad y salud laboral.	29	
G4-LA6		Tasa de lesiones, enfermedades, días perdidos y ausentismo.	29	
G4-LA7		Trabajadores cuya profesión tiene riesgo elevado de enfermedad.	29	
G4-LA9		Promedio de horas de capacitación anuales por empleado.	26	
G4-LA10		Programas de gestión de habilidades y de formación continua.	24, 26	
G4-LA11		Porcentaje de empleados que reciben evaluación de desempeño.	26	
G4-LA12		Composición de los órganos de gobierno y diversidad.	6, 20, 22	
G4-LA14		Porcentaje nuevos proveedores examinados en prácticas laborales.	14	
G4-LA15		Impactos negativos de prácticas laborales en cadena de suministro.	14	
G4-LA16		Número de reclamaciones sobre prácticas laborales.	7	
Derechos humanos		G4-HR3	Casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	7
Sociedad		G4-SO3	Número de centros evaluados en riesgos de corrupción.	7
		G4-SO4	Políticas, comunicación y capacitación sobre lucha contra corrupción.	7
	G4-SO5	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	7	
	G4-SO8	Multas y sanciones por incumplimiento de la legislación.	7	
Responsabilidad sobre los productos	G4-PR1	Porcentaje de productos y servicios evaluados en salud y seguridad.	16	
	G4-PR2	Incidentes derivados de incumplimiento en salud y seguridad.	16	
	G4-PR3	Tipo de información y etiquetado de productos y servicios.	17	
	G4-PR4	Incumplimientos respecto a información y etiquetado de productos.	17	
	G4-PR5	Resultados de las encuestas de satisfacción de clientes.	18	
	G4-PR8	Reclamaciones por violación de privacidad y fuga de datos de clientes.	18	
	G4-PR9	Multas por incumplimiento en suministro y uso de productos.	17	

Créditos (G4-5, G4-22, G4-23, G4-28, G4-29, G4-30, G4-31)

Supermercados Peruanos S.A.
Calle Morelli N° 181 2^{do} piso, San Borja - Lima, Perú
Teléfono +51 1 618 8000

1^{er} Reporte de Sostenibilidad de SPSA
Año 2016
Periodicidad anual

Contacto
Sostenibilidad SPSA
servicioalcliente@spsa.com.pe

<http://www.supermercadosperuanos.com.pe/>

