

Reporte de Sostenibilidad 2023



Tabla de contenidos

Sobre InRetail Perú Corp.	2
Sobre el Reporte de Sostenibilidad 2023	9
Carta CEO	10
Desempeño Económico	18
Corrupción y Soborno	33
Compliance & Integridad	34
Asociaciones y membresías	38
Ciberseguridad y Seguridad de la información	52
Sostenibilidad	58
Comunidad	68
Planeta	81
Nuestras Personas	107
Salud y Seguridad laboral	128
Clientes	136
Bienestar clientes: Salud y Nutrición (Market Recall)	143
Premios y Reconocimientos	146
Créditos e Información Corporativa	150
Anexos	151
Anexo I: RRHH	151
Anexo II: Análisis de Materialidad	153
Anexo III: Índice SASB	157
Anexo IV: Índice GRI	159

Sobre InRetail Perú Corp.

Food Retail

Empresas	Marcas
       	

Pharma Retail and Distribution

Empresas	Marcas
    	

Shopping Malls

Empresas	Marcas
	 

Digital

Empresas	Marcas
 	



InRetail Perú Corp. es la plataforma líder de retail en Perú. Contamos con una sólida presencia en las 25 regiones del país, que buscamos transformar positivamente. Para ello, no solo nos centramos en ofrecer productos y servicios de calidad, sino también, en impulsar el desarrollo económico y social en cada una de las comunidades donde operamos.

En tanto, nuestra sede principal se encuentra ubicada en Calle Morelli 139 San Borja - Lima, Perú.

Unidad de negocio	Food Retail	Pharma Retail y Distribución	Shopping Malls	Digital
Marcas	- Vivanda - plazaVea - Mass - Makro - Oslo - Jokr - Merkao	- Inkafarma - Mifarma - Química Suiza	Real Plaza	- Agora - InDigital XP
Razones sociales	- Administración Food Regional S.A.C. - Supermercados Peruanos S.A. - Compañía Food Retail S.A.C. - plazaVea Oriente S.A.C. - plazaVea Selva	- Farmacias Peruanas S.A.C. - InRetail Pharma S.A. - Boticas IP S.A.C. - Mifarma S.A.C. - Jorsa de la Selva S.A.C.	Real Plaza S.R.L.	- InDigital S.A.C - Agora Servicios Digitales S.A.C

Unidad de negocio	Food Retail	Pharma Retail y Distribución	Shopping Malls	Digital
	- Compañía Hard Discount S.A.C. - Mass - Makro Supermayorista S.A. – Makro - Operadora de Servicios Logísticos S.A.C. - Digital Foods Peru S.A.C.	- Química Suiza S.A.C. - Vanttive S.A.C.		

(GRI 2-1) (GRI 2-2)

Operamos un modelo de negocio resiliente con una plataforma multiformato diversificada en todas las unidades de negocio, basada en una ejecución diligente de su estrategia de precios bajos todos los días (EDLP, por sus siglas en inglés) y una importante representación de categorías esenciales. En esta línea, nuestro segmento Food Retail continúa alcanzando un crecimiento significativo y expandiendo los márgenes, logrando resultados mejores de lo esperado. Por su parte, nuestro segmento Pharma Retail y Distribución opera con rentabilidad líder en la industria, manteniendo márgenes relativamente estables. A su vez, nuestro segmento de Shopping Malls ha demostrado ser un segmento predecible con niveles de ocupación sólidos y estables, a pesar de la popularidad creciente de nuevas formas de compra, como el comercio electrónico. En tanto, nuestro segmento Digital está experimentando un crecimiento dinámico y adaptable, alineado con las demandas del mercado y el rápido avance de las nuevas tecnologías.

Food Retail



Hitos 2023:

- #1 del país en el segmento Food Retail
- Alcanzamos las 900 tiendas Mass, abriendo más de 200 tiendas adicionales
- Aumentamos nuestra red logística en provincias clave para respaldar la expansión de tiendas de Food Retail
- Nuestras ventas digitales de alimentos crecieron 29%
- Food Retail adquirió la aplicación JOKR Perú

Somos la cadena líder del país en venta y número de tiendas a través de las marcas plazaVea, Vivanda, Mass y Makro. Asimismo, contamos con una planta de fabricación y distintos centros logísticos de distribución y acopio.

Para esta unidad de negocio, nuestra plataforma consiste en una operación multiformato, es decir, contamos con hipermercados, supermercados, hard discount y cash and carry, ofreciendo surtido de productos, diferentes niveles de precio y experiencias de compra diferenciadas para así satisfacer las necesidades de todos nuestros clientes.

La visión estratégica de InRetail Perú Corp es continuar fortaleciendo su posición en la industria del Food Retail.

Nuestra cadena de valor:



Centros logísticos:

La distribución se caracteriza por ser ágil y eficiente, con una red logística bien establecida que abarca todo el territorio nacional. En esta línea, para abastecer a nuestros negocios trabajamos con múltiples proveedores, entre los cuales figura nuestra empresa Oslo, la cual cuenta con (i) cinco centros de distribución en las regiones de Arequipa, La Libertad, Lima (dos) y Piura, para atender a nuestras tiendas; (ii) tres centros de transferencia cross dock en Lima para proveer de manera continua a nuestras tiendas Mass; (iii) un centro de fabricación para nuestras panaderías y comidas preparadas; y (iv) un dark store en Lima para nuestro negocio de e-commerce.

Centro de distribución	Metraje
Lima	233,208.27

Solo se considera el Centro de Distribución de Punta Negra, y el Centro de Distribución y Fabricación de Villa El Salvador.

Pharma Retail y Distribución



Hitos 2023:

- #1 del país en Farmacias y Distribución
- Reconvertimos 162 y abrimos 44 farmacias adicionales
- Iniciamos la construcción de nuestro nuevo centro de distribución farmacéutica
- Nuestras ventas digitales de farmacias aumentaron 24%

Nuestras empresas InRetail Pharma, Farmacias Peruanas y Química Suiza, comprenden a las cadenas líderes de farmacias Inkafarma y Mifarma, así como un negocio de distribución de productos farmacéuticos, de nutrición e higiene personal, posicionándonos como los líderes del país a nivel de participación y ventas. A su vez, operamos en Bolivia y Ecuador mediante la distribución.

Para esta unidad de negocio, mantenemos una red diversificada de farmacias, con presencia en las 25 regiones de Perú. En ellas, ofrecemos una amplia variedad de medicamentos, complementos nutricionales y otros artículos de cuidado personal a precios accesibles para así contribuir al bienestar de nuestros clientes, sobre todo de aquellos que viven en áreas más vulnerables del país y con escasez de servicios básicos.

Nuestra cadena de valor:



Centros logísticos:

Contamos con (i) cinco centros de distribución a nivel nacional en las regiones Chiclayo, Arequipa y Lima (tres) para atender a nuestras farmacias y nuestro negocio de Distribución; (ii) doce centros cross dock a lo largo del país para proveer a nuestras farmacias; y (iii) dos dark stores en Lima dedicados a nuestro negocio de e-commerce.

Shopping Malls



Hitos 2023:

- #1 del país en Shopping Malls
- Abrimos un nuevo centro comercial

Operamos la cadena de centros comerciales más grande de todo Perú bajo la marca Real Plaza, la cual cuenta con 22 sedes a nivel nacional y fuimos la primera cadena en construir un centro comercial fuera de Lima.

Cabe destacar que nuestros centros comerciales no solo sirven como lugares de compra, sino que también, como espacios comunitarios en un país donde la disponibilidad de áreas públicas accesibles es sumamente limitada.

Nuestra cadena de valor:



Digital

Empresas

Marcas

agora InDigital XP

agora

Hitos 2023:

- 2 millones de clientes en agora Club
- Lanzamiento de agora Bank

La unidad de negocios Digital surge como respuesta a la creciente demanda de productos y servicios digitales en el mercado. Esta iniciativa representa la culminación de una estrategia integral de innovación y expansión, consolidando la fusión de tres productos clave: agora PAY, una billetera móvil pionera lanzada en 2019; agora CLUB, un programa de lealtad innovador dentro de la plataforma retail presentado en 2021; y agora SHOP, un programa revolucionario de compras de última milla implementado también en 2021.

Nuestra cadena de valor:



Nuestras tiendas por región en cada unidad de negocio

Regiones	Food Retail			Pharma Retail y Distribución		Shopping Malls	Total
	plazaVea y Vivanda	Mass	Makro	Inkafarma	Mifarma	Real Plaza	
Amazonia				8	4		12
Ancash	3		1	40	24	1	69
Apurímac				7	6		13
Arequipa	2	82	2	67	62	1	216
Ayacucho				15	9		24

Regiones	Food Retail			Pharma Retail y Distribución		Shopping Malls	Total
	plazaVea y Vivanda	Mass	Makro	Inkafarma	Mifarma	Real Plaza	
Cajamarca	2			36	31	1	70
Cusco	2		1	30	32	1	66
Huancavelica				5	1		6
Huánuco	1			19	15	1	36
Ica	3	21	3	50	40		117
Junín	2		1	43	35	1	82
La Libertad	5	71	2	78	60	1	217
Lambayeque	2		1	52	42	1	98
Lima	75	686	12	589	540	10	1,912
Loreto				38	22		60
Madre de Dios				6	3		9
Moquegua	2			9	5		16
Pasco				9	4		13
Piura	6	40	3	65	51	2	167
Puno	2			22	7	1	32
San Martín	1			31	20		52
Tacna	1			16	14		31
Tumbes	1			11	8		20
Ucayali	1			20	8	1	30
Total	111	900	26	1,266	1,043	22	3,368

(GRI 2-6)

Sobre el Reporte de Sostenibilidad 2023

Desde el año 2017, publicamos anualmente nuestro Reporte de Sostenibilidad y en esta edición, abarcamos el año calendario 2023¹.

Cabe precisar que hemos elaborado este informe utilizando como referencia los Estándares Global Reporting Initiative (GRI) 2021, los cuales se aplican, desde 2020, así como los indicadores del Dow Jones Sustainability Index (Food & Staples Retailing) y SASB (por unidad de negocio) que nos son aplicables. Para conocer más sobre la historia de nuestros reportes, puede visitar nuestra página web.

Por su parte, las entidades incluidas en nuestros Estados Financieros Anuales Consolidados son todas las que corresponden a nuestras unidades de negocio, es decir, Food Retail, Pharma Retail y Distribución, Shopping Malls y Digital.

A su vez, para asegurar la trazabilidad y veracidad de toda la información reportada, nuestro reporte lo ha auditado la empresa Valora Consultores. De esta manera, las secciones auditadas fueron las siguientes:

Capítulo	Contenido verificado	Página
Materialidad	Proceso de materialidad	59-61
Planeta	Consumo de energía	88
Planeta	Consumo de agua	90
Planeta	Generación de residuos	94
Planeta	Generación de desperdicio de alimentos	96-97
Nuestras Personas	Equidad salarial	110-111
Salud y Seguridad Laboral	LTIFR	135-136
Salud y Seguridad Laboral	Fatalidades	136

Las consultas sobre este reporte y nuestra gestión de sostenibilidad son atendidas por nuestra gerencia de Sostenibilidad:

Persona de contacto: Isabella D'Angelo

Cargo: Gerenta Corporativa de Sostenibilidad

Correo electrónico: Isabella.Dangelo@intercorpretail.pe

(GRI 2-5)

¹ desde el 01 de enero hasta el 31 de diciembre del 2023.

[Carta CEO](#)

Es un honor presentar el Reporte de Sostenibilidad 2023 de InRetail Perú Corp. Este documento representa nuestro firme compromiso y las acciones que hemos emprendido en concordancia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos por la Organización de las Naciones Unidas (ONU). Es importante destacar que hemos identificado seis ODS a los que contribuimos directamente. Estos son 'Hambre Cero', 'Salud y Bienestar', 'Igualdad de Género', 'Trabajo Decente y Crecimiento Económico', 'Producción y Consumo Responsables' y 'Acción por el Clima'.

En InRetail Perú Corp. estamos orgullosos de liderar la generación de valor compartido y el desarrollo sostenible en el Perú. Esto se debe a nuestra inquebrantable dedicación para contribuir de manera integral al progreso económico, social y ambiental de nuestro país, atendiendo al mismo tiempo las necesidades de nuestros clientes, colaborando con nuestros proveedores y fortaleciendo nuestras operaciones.

En este sentido, en el frente económico, hemos mantenido el crecimiento sostenible y la resiliencia de nuestros negocios hasta el 2023. Por ejemplo, en nuestra unidad de negocio de Retail de Alimentos, alcanzamos un hito importante al alcanzar 900 tiendas Mass, abrir más de 200 nuevas tiendas y abrir una nueva plazaVea en Lima, así como un crecimiento continuo en las ventas minoristas de alimentos digitales, logrando un crecimiento de 8.2% en ingresos durante el año. En nuestra unidad de negocio de Retail y Distribución Farmacéutica, iniciamos la construcción de nuestro nuevo centro de distribución y logramos un crecimiento de ingresos de 1.4%. Al mismo tiempo, en nuestra unidad de negocio de Centros Comerciales, incorporamos Plaza Center Rex dentro del portafolio de propiedades de inversión y dimos la bienvenida a más de 160 nuevos inquilinos dentro de nuestros centros comerciales, aumentando nuestra ocupación a altos niveles de 97%. Finalmente, en el área digital, fortalecimos nuestra presencia, reforzando la aplicación 'Agora', con 'Agora Bank', una plataforma que moderniza y humaniza la banca, haciendo uso de tecnología avanzada para crear un entorno más abierto, accesible y centrado en el cliente.

A nivel consolidado, InRetail Perú registró ingresos por S/ 20,900 millones y EBITDA por S/ 2,800 millones, 5.5% y 11.9% mayores a los resultados del año anterior, respectivamente, a pesar del entorno generalizado de menor consumo. Asimismo, continuamos impulsando nuestra colaboración con proveedores y pequeñas empresas para mejorar su desempeño ambiental, social y ético. A la fecha hemos evaluado a más de 1,600 proveedores y capacitado a más de 290, promoviendo su impacto positivo.

En el ámbito ambiental, continuamos impulsando nuestra estrategia climática y gestionamos activamente nuestra huella de carbono. Mejoramos nuestras mejores prácticas de reciclaje e implementamos nuestro proyecto de valorización de residuos orgánicos en plazaVea. También estamos impulsando nuevas acciones de eficiencia energética, entre ellas el reemplazo paulatino de maquinaria por equipos más eficientes. En esta línea, me gustaría destacar que, en 2023, publicamos nuestra Política Corporativa de Eficiencia Energética, desplegada en todas las unidades de negocio. En el frente social, hemos potenciado el impacto de Inspira, nuestro Laboratorio de Innovación Social, cuyo propósito es amplificar el impacto de las empresas a través de proyectos relevantes para el desarrollo sostenible de nuestras comunidades.

Uno de estos proyectos es 'Bueno Por Dentro', un programa social que ha beneficiado a más de 100,000 personas durante 2023. Seguimos colaborando con el Estado para proveer medicamentos a pacientes con enfermedades crónicas a través del sistema logístico de nuestras farmacias. También mantenemos nuestro compromiso de promover lugares de trabajo diversos e inclusivos, implementando acciones que impactan a nuestros más de 50,000 colaboradores.

Al mismo tiempo, llevamos a cabo un riguroso proceso de debida diligencia para cerrar las brechas en nuestras operaciones, fortaleciendo nuestra ética empresarial y nuestro compromiso con el respeto a los derechos humanos. Nos adherimos como parte del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, reafirmando nuestro compromiso con los derechos humanos universales, el trabajo, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción.

Concluyo expresando mi sincero agradecimiento a nuestros colaboradores, cuyo arduo trabajo y dedicación son fundamentales para nuestro éxito sostenible. Juntos hemos logrado grandes avances, hemos superado desafíos y confío en que seguiremos alcanzando hitos importantes en el futuro.

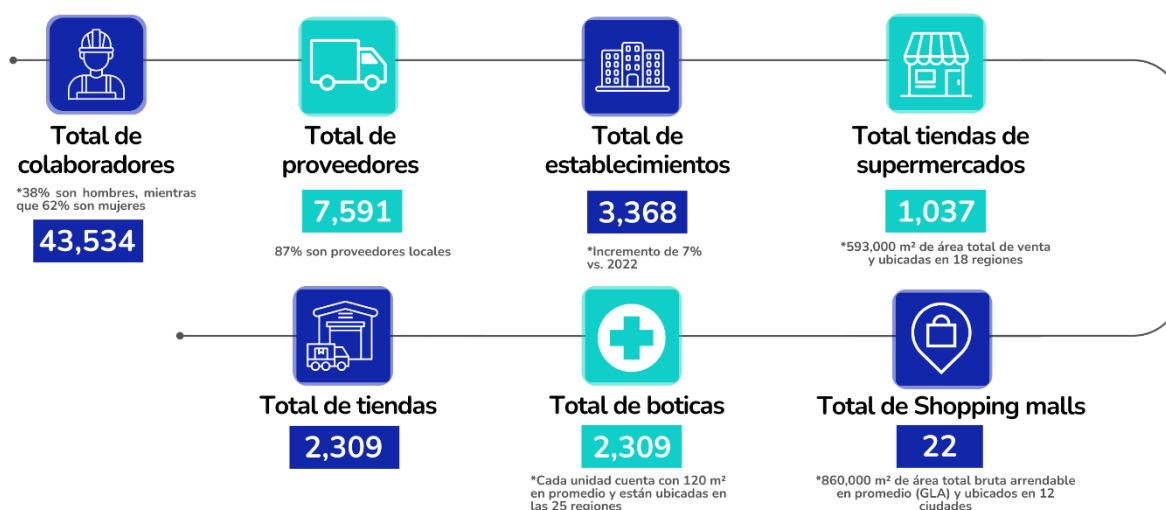
Juan Carlos Vallejo
CEO de InRetail Perú Corp.

(GRI 2-22)

InRetail en Cifras Financieras



InRetail en Cifras No Financieras



Gobierno Corporativo

Estructura del Directorio

La dirección ejecutiva de InRetail Perú Corp. está bajo la responsabilidad del Directorio, el cual desde marzo de 2023 ha estado integrado por los (as) señores (as); Carlos Rodríguez Pastor, Fernando Zavala, Hugo Santa María, Ignacio Benito, Mariela García, Patricia Teullet, Julio Luque (director alterno de Carlos Rodríguez Pastor) y Pablo Turner (director alterno de Fernando Zavala).

Según los Estatutos, el Directorio deberá integrarse por al menos tres (3) miembros, cada uno elegidos individualmente por un periodo de por lo menos un (1) año. En esta línea, hoy lo integran ocho (8) directores, de los cuales tres (3) son independientes y dos (2) son alternos.

(GRI 2-10)



**Carlos Rodríguez
Pastor**
Presidente

Ingreso al Directorio

2011

Nacionalidad

Perú

Año de nacimiento

1959

Profesión

Bachiller en Ciencias Sociales de la Universidad de California en Berkeley y MBA en la Amos Tuck School of Business de la Universidad de Dartmouth.

Ingreso al Directorio

2019

Nacionalidad

Perú

Año de nacimiento

1963

Profesión

Bachiller de Economía de la Universidad del Pacífico, Lima y doctor en Economía por la Washington University, Saint Louis.

Ingreso al Directorio

2012

Nacionalidad

Perú

Año de nacimiento

1960

Profesión

Licenciado en Ingeniería Mecánica de la Universidad Simón Bolívar, Caracas, Venezuela, y maestría en Economía y Gestión del IESE Business School de la Universidad de Navarra.



Julio Luque
Director alterno
de Carlos
Rodríguez Pastor



Fernando Zavala
Director

Ingreso al Directorio

2018

Nacionalidad

Perú

Año de nacimiento

1971

Profesión

Bachiller de Economía de la Universidad del Pacífico, Lima y MBA de la Universidad de Birmingham, Inglaterra.

Ingreso al Directorio

2019

Nacionalidad

Perú

Año de nacimiento

1968

Profesión

Bachiller en Administración y Contabilidad de la Universidad Católica de Argentina y MBA de la Universidad de Pennsylvania, Wharton School of Business.

Ingreso al Directorio

2012

Nacionalidad

Chile

Año de nacimiento

1960

Profesión

Bachiller en Administración de la Universidad Católica de Chile y MBA de la Universidad de Chicago.



Ignacio Benito
Director
independiente



Pablo Turner
Director alterno
de Fernando
Zavala



Mariela García
Directora independiente

Ingreso al Directorio
2019

Nacionalidad
Perú

Año de nacimiento
1964

Profesión
Es bachiller de Economía de la Universidad del Pacífico y MBA INCAE de la Universidad Adolfo Ibañez.



Patricia Teullet
Directora independiente

Ingreso al Directorio
2022

Nacionalidad
Perú

Año de nacimiento
1960

Profesión
Bachiller de Economía por la Universidad del Pacífico y MBA por la Universidad La Salle de México.

Rol del presidente del Directorio

El rol del presidente del Directorio se establece en el Reglamento de Directorio de InRetail Perú Corp., específicamente en el artículo 10, donde se detalla sus principales funciones, las cuales incluyen (i) asegurar que el Directorio fije e implemente eficientemente la dirección estratégica de la Sociedad; (ii) impulsar la acción de gobierno, actuando como enlace entre los accionistas y el Directorio; y (iii) dirigir el funcionamiento del Directorio y ser la representación institucional de la Sociedad, entre otras.

Es importante señalar que existe una clara separación de roles entre el presidente del Directorio y el Gerente General. El presidente del Directorio no desempeña un rol ejecutivo interno ni se clasifica como independiente. Esto se debe a que Carlos Rodríguez Pastor mantiene conexiones con los principales accionistas de InRetail Perú Corp.

(GRI 2-11)

Directores Independientes

En conformidad con lo establecido en los “Lineamientos para la Calificación de Directores Independientes” aprobado por Resolución SMV 016-2019-SMV/01, contamos con 3 de 6 Directores Titulares Independientes. Estos son el señor Ignacio Benito, y las señoras Mariela García y Patricia Teullet. Nuestro Reglamento del Directorio, indica en el punto 6.4, que se debe procurar que el Directorio cuente con un número adecuado de Directores Independientes, el cual deberá, en lo posible, no ser menor a un tercio (1/3) del Directorio. Actualmente, superamos esta meta con 50% de nuestros directores calificados como independientes.

Una vez realizada la elección de un Director Independiente, dicho director deberá firmar una autodeclaración de independencia, siguiendo el formato para la Autodeclaración de Independencia de directores.

Cabe señalar que los demás directores titulares no cumplen con los criterios de independencia, ya que forman parte del equipo gerencial o participan en otros directorios dentro del Grupo InterCorp.

Asistencia, permanencia y mandatos del Directorio

Nuestros directores tienen una permanencia promedio de 7.1 años, calculada desde su fecha de ingreso hasta el 31 de diciembre de 2023. Por su parte, la asistencia a las sesiones ha sido del 92%, en seis (6) sesiones durante el año.

Diversidad en el directorio

En InRetail Perú Corp. contamos con una Política de Diversidad e Inclusión, donde promovemos la diversidad en la conformación de nuestro Directorio, considerando una amplia gama de criterios que incluyen género, nacionalidad y origen étnico. Esta práctica se realiza acorde a las necesidades específicas de cada unidad de negocio. En tanto, si se requiere contratar un tercero especializado, será fundamental incluir en la lista de perfiles candidatos que cumplan con estos criterios. Asimismo, hacemos hincapié en la inclusión de candidatas en todas las etapas del proceso de selección.

Actualmente, contamos con dos mujeres en nuestro Directorio, Mariela García y Patricia Teullet, lo que representa el 33% del total de seis (6) directores titulares.

Experiencia del Directorio

Director (a)	Experiencia en riesgos	Experiencia en Ciberseguridad	Experiencia en industria (años)						
			Consumo masivo	Retail	Salud	Banca y finanzas	Educación	Minería	Construcción y Materiales
Carlos Rodríguez Pastor	x	-	15+	15+	10+	30+	10+	-	-
Fernando Zavala	x	x	15+	5+	5+	15+	5+	-	-
Hugo Santa María	x	-	20+	20+	-	20+	-	20+	20+
Ignacio Benito	x	-	20+	15+	-	25+	-	-	15+
Mariela García	x	x	-	-	-	-	-	30+	30+
Patricia Teullet	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Julio Luque	x	-	35+	10+	10+	-	-	-	-
Pablo Turner	x	x	30+	30+	-	30+	-	-	-

(GRI 2-17)

Evaluación del Directorio

Anualmente, el Directorio lleva a cabo una evaluación tanto de su desempeño como órgano colegiado, como del desempeño individual de cada uno de sus miembros. Esta evaluación se

realiza en coordinación con el Departamento de Recursos Humanos durante el primer trimestre del período siguiente al que se está evaluando. Además, se establece que al menos cada dos años, la evaluación de desempeño deberá realizarse en conjunto con asesores externos.

(GRI 2-18)

Comité del Directorio

El Directorio tiene la facultad de establecer comités con el propósito de abordar los aspectos más relevantes para el rendimiento de la empresa. En esta línea, contábamos con un comité al 2023.

En tanto, conforme a los estatutos, los comités estarán conformados por dos (2) o más directores y deberán contar principalmente con la presidencia o composición de directores independientes.



Comité de Auditoría y Riesgos

Integrantes	Función
El Comité de Auditoría y Riesgos está compuesto por tres miembros del Consejo de Administración: Fernando Zavala, Mariela García (directora independiente) y Hugo Santa María, quienes han formado parte del Comité durante un período promedio de 4.3 años. Durante 2023, se celebraron 4 sesiones con una asistencia del 100% por parte de sus miembros.	El propósito del Comité de Auditoría y Riesgos es evaluar el control interno, asegurar el cumplimiento de las normas éticas, así como la gestión efectiva de los riesgos asociados con las operaciones y decisiones de InRetail Perú Corp. Con este fin, es responsable de desarrollar políticas y procedimientos que promuevan la integridad, la transparencia y el cumplimiento normativo dentro de la empresa. Además, supervisa y evalúa los riesgos que podrían afectar a la organización, implementando estrategias

Integrantes	Función
	para gestionarlos y garantizar la continuidad del negocio. El Comité de Auditoría y Riesgos reporta al Consejo de Administración.

Capacitaciones del Directorio

Nuestro Directorio reconoce la importancia de la formación continua para garantizar su efectividad y mejorar sus habilidades en la toma de decisiones estratégicas. Por ello, se compromete a participar en una serie de capacitaciones diseñadas para fortalecer su comprensión de las dinámicas empresariales actuales y futuras.

Durante estas capacitaciones, los miembros del Directorio reciben información actualizada sobre las mejores prácticas en gobierno corporativo, cumplimiento normativo, liderazgo efectivo y otras áreas relevantes. Además, intercambian experiencias y conocimientos entre sí, promoviendo un ambiente de aprendizaje colaborativo.

(GRI 2-9) (GRI 2-12) (GRI 2-14)

Desempeño Económico

Resultados Financieros

InRetail Perú registró ingresos de S/ 20,863 millones y un EBITDA de S/ 2,792 millones en el año 2023, registrando crecimientos de 5.5% y 11% por encima del 2022, respectivamente. InRetail Perú registró un crecimiento sólido en el año, con los tres negocios mostrando resiliencia, liderazgo, y su naturaleza defensiva.

Todos los números mostrados en este reporte incluyen NIIF 16, siendo comparables con el periodo 2022.

InRetail Perú Corp. Estado de Situación Financiera Consolidado En millones (S/)	Al 31 de diciembre (12 meses)		
	2023	2022	Var%
Ingresos:			
Food Retail	11,378	10,515	8.2%
Pharma	8,791	8,668	1.4%
Shopping Malls	763	678	12.4%
Total ingresos	20,863	19,782	5.5%
Costo de ventas:			
Food Retail	-8,681	-8,011	8.4%
Pharma	-6,020	-6,024	-0.1%
Shopping Malls	-264	-228	1.5%
Total costo de ventas	-15,000	-14,265	5.2%
Utilidad bruta:			
Food Retail	2,697	2,504	7.7%
Pharma	2,771	2,644	4.8%
Shopping Malls	499	450	10.9%
Total utilidad bruta	5,863	5,517	6.3%
Gastos de administración y ventas	-3,933	-3,847	2.2%
Otros ingresos (gastos) operativos, neto	120	32	276.9%
Utilidad operativa	2,050	1,702	20.5%
Ingresos (gastos) financieros, neto	-573	-499	14.7%
Impuesto a la renta	-541	-459	18%
Utilidad neta	936	744	25.8%

[Food Retail](#)

Durante el año 2023, nuestro segmento de Food Retail registró un crecimiento neto de +45 mil m² (+8.2%) de área de venta, que incluye la apertura de 207 tiendas netas de Mass, y la apertura de una tienda Plaza Vea. Cerramos el año con 591 mil m² de área de venta entre todos los formatos. El área de ventas incluye al cierre de año, 1,037 tiendas: 103 tiendas Plaza Vea (Supermercados), 8 tiendas Vivanda (Supermercados), 26 tiendas Makro (Cash-and-Carry) y 900 tiendas Mass (Hard Discount).

Como resultado, los ingresos totales del segmento alcanzaron S/ 11,378 millones, un 8.2% por encima de los ingresos del año 2022. Asimismo, las ventas digitales de las categorías de food crecieron 29% respecto al 2022.

El EBITDA ajustado del segmento fue S/ 1,112 millones, un 8.9% por encima de lo registrado en el 2022, con un margen EBITDA ajustado de 9.8%, en línea al 9.7% registrado en el 2022, explicado por la continua dilución de gastos fijos, y eficiencias operacionales, mitigado por el menor margen bruto y el incremento de gastos operacionales por la apertura de nuevas tiendas.

[Pharma Retail y Distribución](#)

Los ingresos del segmento de Pharma alcanzaron S/ 8,791 millones en el año 2023, un 1.4% por encima de lo registrado en el año 2022, impulsado principalmente por el negocio de Farmacias, impactado positivamente por un crecimiento en las categorías no-farma, a pesar de estar la categoría farma afectada por una alta base comparable dada la fuerte campaña de invierno en la segunda mitad del año 2022. El EBITDA ajustado del segmento alcanzó S/ 1,363 millones, un 13.7% por encima del 2022, con un margen EBITDA ajustado de 15.5% comparado con 13.8% en el 2022, impulsado positivamente por el mayor margen bruto, principalmente en el negocio de Farmacias, además de eficiencias operativas.

La cadena de farmacias terminó el 2023 con un total de 2,309 farmacias a nivel nacional entre ambas marcas (1,266 Inkafarma y 1,043 Mifarma).

[Shopping Malls](#)

El segmento de Shopping Malls terminó el año 2023 con 860 mil m² de área arrendable bruta. Los ingresos del segmento fueron S/ 763 millones, un incremento de 12.4% con respecto al 2022, explicado principalmente por el incremento en el área arrendable bruta, la contribución de Molina Plaza Power Center, adquirido en Julio 2022, el incremento en rentas fijas indexadas a inflación, y menores descuentos.

El EBITDA ajustado fue S/ 459 millones, un 10.9% por encima respecto al 2022, con un margen EBITDA ajustado (calculado como EBITDA dividido entre los ingresos por alquileres, neto) de 82% en comparación al 81.2% del 2022, debido al incremento de las rentas y la continua dilución de gastos fijos.

Valor generado y distribuido

A continuación, se presenta el valor económico generado y distribuido a nuestra cadena de valor:

Valor económico directo creado (VEC)		21,046
a) Ingresos	Ingresos operativos, otros ingresos no operativos, ingresos financieros	21,046
Valor económico distribuido (VED)		19,681
b) Gastos operativos	Costo de ventas, gasto de ventas, gastos administrativos, otros gastos no operativos	16,389
c) Salarios y beneficios sociales para los empleados	Gasto de personal	1,538
d) Pagos a proveedores de fondos	Gastos financieros, pago de dividendos	986
e) Pagos a gobiernos	Tributos, impuesto a la renta corriente, impuesto relacionado a entidades de propósito especial	695
f) Inversiones en la comunidad	Contribuciones en efectivo, tiempo de voluntariado de los empleados, donaciones en especies, otros	72
g) Amortizaciones, depreciaciones, provisiones y otros	Depreciación y amortización incluyendo activos por derecho de uso, desvalorización de existencias, provisiones de cuentas por cobrar, otros	429
Valor económico retenido (VER)		1,365

(GRI 201-1)

Política tributaria e impuestos pagados

Contamos con una Política Tributaria Corporativa, aplicando las buenas prácticas tributarias y actuando con transparencia, claridad, orden y coherencia. Esta política rige para InRetail y todas sus empresas subsidiarias.

En la siguiente tabla, detallamos los impuestos pagados por unidad de negocio en el 2023. Todos los impuestos son pagados en el Perú.

Unidad de negocio	Entidad	Actividad primaria	Ingresos (MM de S/)	Utilidad Antes de impuestos (MM de S/)	Impuesto a la Renta Devengado en el año (MM de S/)	Impuesto a la Renta e IGV Pagado (MM de S/)*
Food Retail	Supermercados Peruanos y subsidiarias	Venta minorista	11,378	433	144	78
Pharma Retail y Distribución	InRetail Pharma	Comercialización de productos farmacéuticos y demás elementos destinados a la protección y recuperación de la salud	8,791	762	256	187
Shopping Malls	Real Plaza	Operación de malls	763	430	127	82

Valor generado para los inversionistas

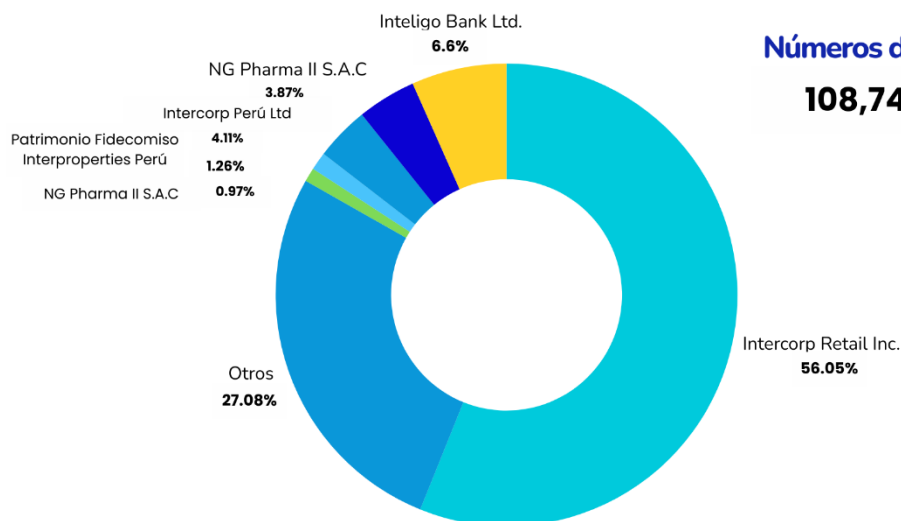
A continuación, mostramos la estructura accionarial de InRetail bajo los criterios solicitados por la Bolsa de Valores de Lima (BVL). Como se puede observar, no existen entidades gubernamentales ni miembros del Gobierno Peruano que posean acciones de InRetail.

Cabe señalar que, al 31 de diciembre de 2023, el 73% de las acciones emitidas por InRetail eran de titularidad de las empresas de su mismo grupo económico.

Principales accionistas

Accionista	País	%
InterCorp Retail Inc.	Panamá	56.05
Inteligo Bank Ltd.*	Bahamas	6.66
InterCorp Perú Ltd.	Bahamas	4.11
NG Pharma II S.A.C.	Panamá	3.87
Patrimonio Fideicomiso Interproperties Perú	Perú	1.26
NG Co. Investmet II L.P	Canadá	0.97
Otros	N/A	27.08
Total	N/A	100.00

* Incluye acciones propias y de terceros (actualizado al 31 de diciembre de 2023).



Números de acciones

108,746.887

Acciones con derecho a voto

Tenencia	Porcentaje de participación	Número de accionistas
Menor a 1%	6.45%	Nº indefinido
Entre 1% y 5%	16.49%	8
Entre 5% y 10%	21.01%	4
Mayor al 10%	56.05%	1
Total	100.00%	Nº indefinido

Estructura accionaria por tipo de inversionista - Criterio Bolsa de Valores de Lima (BVL)

Estructura accionaria por tipo de inversionista			
Acción (Nemónico):	INRETC1 PE		
Tenencia por tipo de accionistas de la acción o valor representativo de participación que compone el S&P Perú Select Index (al cierre del ejercicio)	Nº de acciones	Nº de tenedores	% de participación ³
1.- Miembros del directorio y alta gerencia de la sociedad, incluyendo parientes ¹	2,060	2	0.00%
2.- Trabajadores de la sociedad, no comprendidos en el numeral ¹	-	-	-
3.- Personas naturales, no comprendidas en el numeral 1 y 2	130,435	495	0.12%
4.- Fondos de pensiones administrados por las Administradoras de Fondos de Pensiones bajo	24,440,268	12	22.47%

Estructura accionaria por tipo de inversionista			
Acción (Nemónico):	INRETC1 PE		
Tenencia por tipo de accionistas de la acción o valor representativo de participación que compone el S&P Perú Select Index (al cierre del ejercicio)	Nº de acciones	Nº de tenedores	% de participación ³
supervisión de la Superintendencia de Banca, Seguros, y AFP			
5.- Fondo de pensiones administrado por la Oficina de Normalización Previsional (ONP)	-	-	-
6.- Entidades del Estado Peruano, con excepción del supuesto comprendido en el numeral 5	-	-	-
7.- Bancos, financieras, cajas municipales, edpymes, cajas rurales y cooperativas de ahorro y crédito bajo supervisión de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP	-	-	-
8.- Compañías de seguro bajo supervisión de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP	-	-	-
9.- Agentes de intermediación, bajo supervisión de la SMV	2,822	1	0.00%
10.- Fondos de inversión, fondos mutuos, y patrimonios fideicomitidos bajo el ámbito de la Ley de Mercado de Valores y Ley de Fondos de Inversión y fideicomisos bancarios bajo el ámbito de la Ley General del Sistema Financiero	58,213	11	0.05%
11.- Patrimonios autónomos y fideicomisos bancarios del exterior, en la medida que pueda identificarlos	881,344	27	0.81%
12.- Depositarios extranjeros que figuren como titulares de la acción en el marco de programa de ADR o ADS	-	-	-
13.- Depositarios y custodios extranjeros que figuren como titulares de acciones incluidas en el numeral 12	7,242,442	3	6.66%
14.- Custodios extranjeros que figuren como titulares de acciones	3,310,692	3	3.04%
15.- Entidades no comprendidas en numerales anteriores ^{2, 4}	72,678,611	17	66.83%
16.- Acciones pertenecientes al índice S&P/BVL Perú Select Index o valor representativo de estas acciones, en cartera de la sociedad	-	-	-
Total ⁵	108,746,887	571	100.00%

Estructura accionaria por tipo de inversionista			
Acción (Nemónico):	INRETC1 PE		
Tenencia por tipo de accionistas de la acción o valor representativo de participación que compone el S&P Perú Select Index (al cierre del ejercicio)	Nº de acciones	Nº de tenedores	% de participación ³
Domiciliados	26,387,155	526	24.26%
No Domiciliados	82,359,732	45	75.74%
Total	108,746,887	571	100.00%

¹ Término “Parientes” según el reglamento de propiedad indirecta, vinculación y grupos económicos

² Término “Entidades” según el reglamento de propiedad indirecta, vinculación y grupos económicos

³ Dos decimales

⁴ Incluye acciones correspondientes al Grupo InterCorp que no pertenecen al float

⁵ Total de número de tenedores incluye Inteligo Bank en numeral 15 y 13. La posición incluida en el numeral 15 refleja acciones que no son parte del float

Gestión de riesgos

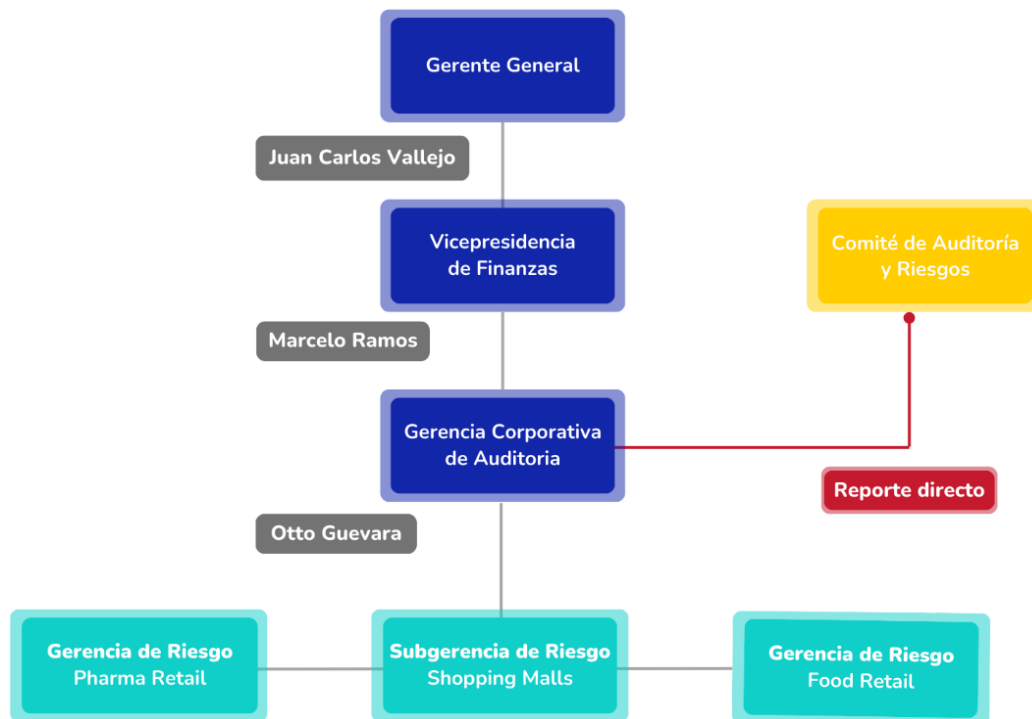
Durante el 2023, implementamos la gestión integral de riesgos en todas nuestras unidades de negocio. La gestión integral de riesgos se erigió como un enfoque holístico que abarcó la identificación, evaluación y adopción de medidas preventivas y correctivas en todas las dimensiones de la operación, consolidando prácticas más sólidas y proactivas que fortalecieran la resiliencia organizativa.

Gobernanza del riesgo

Desde 2023, las funciones, responsabilidades y objetivos del Comité de Auditoría se ampliaron, conformándose el Comité de Auditoría y Riesgos. Igualmente, se establecieron las Gerencias de Riesgos en todas nuestras unidades de negocio. Asimismo, se fortaleció la independencia de las jefaturas de auditoría de cada unidad elevándose la línea de reporte directamente a la Gerencia Corporativa de Auditoría, la cual se norma por nuestra Política de Estatuto de Auditoría Corporativa.

Además, las funciones de auditoría y riesgos son complementadas por el Oficial de Cumplimiento Corporativo de InRetail Perú Corp. y los Oficiales de Cumplimiento de cada unidad de negocio.

Actualmente, la Gerencia Corporativa de Auditoría es liderada por Otto Guevara, quien depende administrativamente de la Vicepresidencia de Finanzas y, funcionalmente, del Comité de Auditoría y Riesgos, esto para garantizar su independencia respecto a las líneas de negocio.



Modelo de tres líneas

Cada unidad de negocio tiene su proceso de gestión de riesgos, el cual se destaca por tener enfoque multifacético, trabajando de la mano con tres líneas de defensa, framework diseñado por el Instituto de Auditores Internos (IAI).

Primera línea

La primera línea se centra en la provisión de productos y servicios a nuestros clientes, al tiempo que gestionamos los riesgos asociados con estas operaciones para garantizar la entrega exitosa de bienes y servicios de calidad.

Responsable: Las gerencias de Operaciones y Contabilidad, así como la Dirección de Marketing.

Segunda línea

La segunda línea proporciona experiencia, apoyo, monitoreo y desafío en asuntos relacionados con el riesgo. Esta función supervisa activamente los riesgos empresariales y ofrece el respaldo necesario para mitigarlos y gestionarlos de manera efectiva.

Responsable: Las áreas de Compliance y Calidad.

Tercera línea

La tercera línea de defensa opera de manera independiente y objetiva, ofreciendo garantía y asesoramiento sobre el logro de nuestros objetivos organizacionales, asegurando la integridad

y efectividad de nuestros procesos de gestión de riesgos y control interno. Esta función reporta al Órgano de Gobierno a través de la Gerencia Corporativa de Auditoría.

Responsable: Comités de Auditoría y Riesgos.

Proceso de gestión de riesgos



“El proceso de gestión de riesgos proporciona una garantía razonable de que los riesgos relevantes son reconocidos y controlados, lo que permite a la empresa alcanzar sus **objetivos estratégicos y **crear valor**”.**

1. Identificación de riesgos

La colaboración entre la Gerencia de Riesgos de las distintas unidades de negocios y la Gerencia Corporativa de Auditoría es fundamental para la identificación y mitigación de riesgos empresariales. Cada línea de negocio identifica proactivamente los riesgos específicos asociados a cada frente de los planes estratégicos, lo que contribuye a una comprensión más profunda de los riesgos inherentes a cada actividad comercial.

Gracias a este enfoque, se ha logrado fortalecer significativamente la capacidad de las unidades de negocio. Esta interacción permite la elaboración de matrices de riesgo exhaustivas, donde constantemente se identifican y categorizan riesgos operativos, financieros, de cumplimiento normativo y ambientales, entre otros aspectos relevantes.

2. Evaluación

El análisis y la evaluación de riesgos juegan un papel crucial en nuestra gestión efectiva de las operaciones y la protección de nuestros activos. La Gerencia de Riesgos y el Comité de Gerencia de cada Unidad de Negocio realiza la evaluación de riesgos. Para cada riesgo se evalúa la probabilidad de ocurrencia y su impacto potencial, asimismo, se hace un análisis de causas, tarea fundamental para poder diseñar herramientas para gestionar los riesgos de manera efectiva.

3. Mitigación: Plan de respuesta

Las Unidades de Negocio son responsables de desarrollar los planes de prevención y mitigación para cada uno de los riesgos identificados como críticos o de alto nivel inherentes a su actividad comercial. Los riesgos críticos y altos son reportados en las sesiones del comité de auditoría y riesgos.

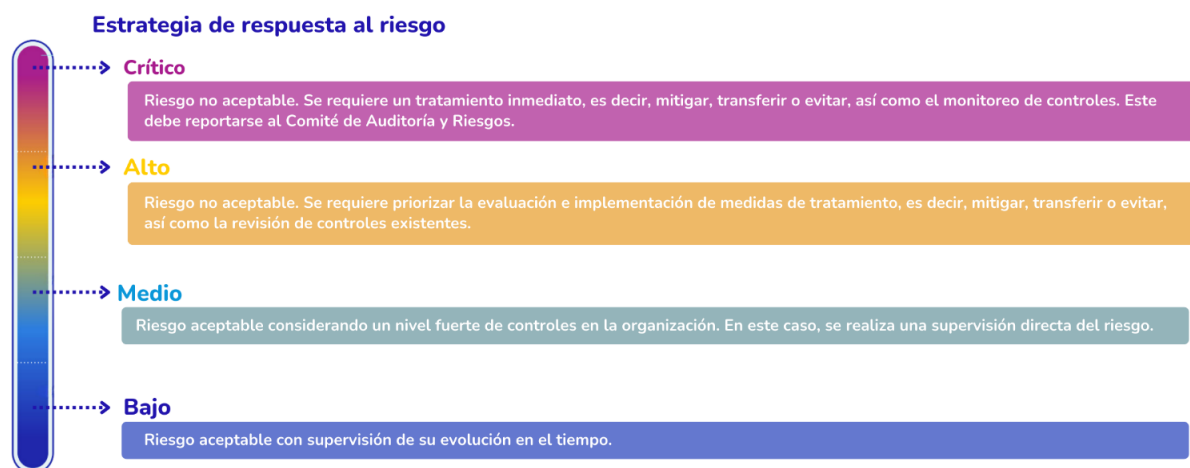
4. Seguimiento / Monitoreo

Para cada riesgo crítico y alto, con Plan de respuesta, se implementa un proceso de monitoreo para hacer seguimiento a los indicadores que alerten preventivamente sobre la materialización del riesgo. Si se detectan indicios de materialización, se activan los Planes de Respuesta.

5. Informe de riesgos

Finalmente, se informa periódicamente a la Gerencia General y Comité de Auditoría y Riesgos, sobre el estado de implementación de los planes de acción y sobre el estatus de los indicadores de riesgo. A la Gerencia General se le informa a través de reuniones periódicas y al Comité de Auditoría y Riesgos en cada sesión trimestral.

Apetito de riesgos



En InRetail Perú Corp llevamos a cabo una minuciosa evaluación para cada riesgo, donde se define meticulosamente el apetito por el riesgo. Esta determinación se fundamenta en una cuidadosa consideración del mapa de calor, que destaca los riesgos más relevantes y urgentes, así como en nuestra estrategia de respuesta previamente establecida. A través de este proceso riguroso, logramos una comprensión clara y completa de la tolerancia al riesgo, permitiendo una gestión efectiva y proactiva de los desafíos que enfrenta en su entorno operativo.

Probabilidad de ocurrencia de los riesgos

Probabilidad			
Nivel	Tipo	Operativo	Estratégico
5	Altamente probable	Actividad rutinaria: Se estima que podría materializarse en el 90-100% de las veces. Actividad no rutinaria: Puede ocurrir 2 o más veces al mes.	< 3 meses
4	Muy probable	Actividad rutinaria: se estima que podría materializarse entre el 60% y 90% de las veces. Actividad no rutinaria: Puede ocurrir 1 vez cada 2 meses.	3 a 6 meses
3	Probable	Actividad rutinaria: se estima que podría materializarse entre el 30% y 60% de las veces. Actividad no rutinaria: Puede ocurrir 1 vez cada 3 meses.	0.5 a 1 año
2	Poco probable	Actividad rutinaria: Se estima que podría materializarse entre el 5% y el 30% de las veces. Actividad no rutinaria: Puede ocurrir 1 vez cada 6 meses.	1 a 2 años
1	Remoto	Actividad rutinaria: se estima que podría materializarse en menos del 5% de las veces. Actividad no rutinaria: Puede ocurrir 1 vez al año.	2 años a más

Impacto de los riesgos

Magnitud del impacto	Definición
Mínimo	El riesgo tiene un efecto insignificante o casi nulo en los objetivos corporativos o de las unidades de negocio.
Bajo	El riesgo podría afectar los objetivos de manera leve, pero aun así no representaría una amenaza significativa.
Medio	El riesgo tiene el potencial de afectar los objetivos corporativos o de las unidades de negocio de manera moderada.
Alto	El riesgo tiene el potencial de causar daños considerables en los objetivos corporativos o de las unidades de negocio.
Muy Alto	El riesgo podría tener consecuencias catastróficas en los objetivos corporativos o de las unidades de negocio si se materializa.

Principales riesgos

En el 2023, identificamos los siguientes principales riesgos:

Área	Apetito	Probabilidad de ocurrencia	Magnitud del impacto
Personas			
Gestión del talento	Bajo	Muy probable	Medio
Cambio climático			
Cambio en patrones de precipitación y extrema variabilidad climática	Medio	Muy probable	Medio
Transversal			
Inestabilidad Política	Medio	Muy probable	Alto
Convulsión social	Bajo	Muy probable	Medio
Financiero			
Tipo de cambio	Medio	Probable	Alto
Tasa de interés	Bajo	Probable	Alto
Ciberseguridad	Bajo	Probable	Alto

Auditoría de riesgos

La revisión de la exposición al riesgo se realiza anualmente como parte de nuestro proceso de gestión de riesgos. Esta evaluación periódica nos permite mantenernos al tanto de cualquier cambio en el panorama de riesgos y ajustar nuestras estrategias en consecuencia.

Además, para garantizar una supervisión exhaustiva y una evaluación precisa, hemos implementado un proceso de auditoría continuo. Este proceso incluye auditorías internas realizadas por las Gerencias de Auditoría de cada área de negocio, quienes llevan a cabo revisiones detalladas de los procesos y controles internos. Colaboramos estrechamente con Ernst & Young (EY), una firma de auditoría externa de renombre, para llevar a cabo auditorías independientes y objetivas que complementen nuestras revisiones internas, y se encarga de verificar la razonabilidad de los estados financieros publicados.

Esta combinación de auditorías internas y externas nos proporciona una perspectiva completa y asegura la integridad y transparencia de nuestros procesos de auditoría y gestión de riesgos. Durante 2023, se realizaron cuatro (4) auditorías internas de riesgos.

Cultura de riesgos

Capacitaciones

Contamos con talleres dirigidos a los líderes de primera línea, gerentes generales y otros responsables clave. Estas sesiones de capacitación nos permiten establecer una base sólida para comprender y abordar los riesgos a nivel estratégico. Igualmente, contamos con una capacitación en la siguiente capa de liderazgo, incluyendo gerentes de segunda línea y jefaturas, asegurando así que toda la organización esté alineada en la identificación y gestión de riesgos. De manera paralela, hemos implementado un enfoque de gestión de riesgos por

proceso, reconociendo que los riesgos se manifiestan principalmente a través de las actividades y operaciones de la empresa.

Además, desde el 2022, el Comité de Auditoría ha establecido un plan anual de mejora que incluye la capacitación de todo el comité y sus directores en gestión de riesgos. Esto incluye la asignación de propietarios de riesgos y la implementación de Indicadores Clave de Riesgo (KRIs, por sus siglas en inglés) para monitorear de cerca los riesgos identificados. Durante el 2023 también tuvieron una capacitación interna sobre el modelo de riesgo y una capacitación externa realizada por Deloitte sobre IA y riesgos en empresas.

Identificación de riesgos en el desarrollo de productos y servicios

Con el objetivo de garantizar la seguridad y calidad en el desarrollo de nuestros productos nuevos, principalmente de Food Retail y Pharma Retail y Distribución, realizamos un proceso de identificación de riesgos. Este enfoque proactivo nos permite anticipar y mitigar posibles amenazas, fortaleciendo así nuestra resiliencia y asegurando el éxito a largo plazo.

De esta manera, en Food Retail, dirigimos nuestra atención hacia nuestras nuevas marcas propias, especialmente en productos alimenticios. En efecto, hemos establecido un formulario compuesto por 22 preguntas que requieren información detallada sobre cada nuevo producto. Este analiza riesgos comerciales, sanitarios y otros aspectos relevantes, incluyendo el proceso de producción, características organolépticas, fisicoquímicas, microbiológicas, alérgenos, vida útil, datos nutricionales y otros elementos cruciales. Asimismo, utilizamos otro formato en que los proveedores de Marca propia consignan la data técnica para rotulado de productos. Además, hemos implementado un riguroso acuerdo de Seguridad y Trazabilidad para alimentos y bebidas procesados mediante un formato de Declaración Jurada de Proveedores de Supermercados Peruanos.

En tanto, en Pharma Retail y Distribución, seguimos un proceso estricto utilizando la plataforma Automy. Esta centraliza todas las pruebas y ensayos realizados para minimizar riesgos.

Incentivos financieros

Para garantizar una cultura de riesgo estable, nuestros ejecutivos senior tienen métricas de gestión de riesgos incorporadas en sus incentivos financieros. Estos bonos se revisan anualmente durante la Planificación Estratégica de la empresa, junto con los objetivos para el próximo año y su perspectiva a 3 años.

En esta línea, algunos ejemplos de métricas de gestión de riesgos incluyen: minimizar los riesgos operacionales y asegurar el mantenimiento de la matriz de riesgos en cada negocio, así como garantizar la continuidad del negocio, buscando minimizar los riesgos operacionales, financieros, tributarios y de reputación.

Riesgos emergentes

Durante el 2023, identificamos los siguientes riesgos emergentes:

Riesgo emergente	Descripción	Impacto en el negocio	Acciones de mitigación	Nivel de priorización
Afectación de la cadena de suministro de frutas y verduras debido al incremento de eventos climáticos extremos.	En Perú, donde muchas frutas y verduras se cultivan en regiones específicas con climas particulares, la intensificación de los eventos meteorológicos extremos proveniente de El Niño, a causa del cambio climático, pueden afectar la disponibilidad y calidad de los productos y cómo consecuencia pueden verse impactadas las cadenas de suministro de frutas y verduras. En la costa norte se aprecia un nivel de peligro alto, asociado a la ocurrencia del fenómeno de El Niño. Para el 2030 y 2050, los peligros más altos se encuentran localizados en los mismos departamentos. (MINAM, 2022)	▪ Variabilidad de precios de productos y surtido - Escasez y encarecimiento de productos debido a los desafíos relacionados con la cosecha. ▪ Desabastecimiento o por reducción en la producción de ciertas frutas y verduras ▪ Encarecimiento de servicios logísticos ya que los productos no llegan a su crecimiento óptimo y no tienen la duración fresca que tenían antes. ▪ Incremento de la merma al no transportar los productos a tiempo. ▪ Rutas bloqueadas - dificultar el transporte de productos a lo largo de la cadena de suministro a causa de eventos climáticos extremos.	▪ Implementación del plan de prevención en caso de desastres. ▪ Centralización de surtido prioritario: 25 categorías. ▪ Incremento de días de stock en tiendas y CDs + reposición. ▪ Aumento de capacidad de almacenaje en provincias y arrendamiento de almacenes en zonas no-Oslo. ▪ Cabotaje. • Inclusión de criterios para la prevención de afectaciones en nuevas infraestructuras.	Muy Alto

Riesgo emergente	Descripción	Impacto en el negocio	Acciones de mitigación	Nivel de priorización
	Tenemos 850 locales en zona de riesgo, de los cuales 32 están clasificados como “alto riesgo”.	Disminución en la demanda y los patrones de consumo de frutas y verduras, ya que consumidores podrían verse obligados a adaptarse a productos alternativos o importados bajando la demanda local.		
Inestabilidad política y convulsión social	Crisis de gobernabilidad acompañada de una intensificación de protestas y manifestaciones a nivel nacional debido al latente descontento ciudadano y la falta de salidas a la crisis política.	Los impactos son dobles: Crisis política: Disminución en el consumo, dificultad para las importaciones, encarecimiento del crédito, falta de liquidez de proveedores. Impacto en tipo de cambio. Manifestaciones: Daños a la infraestructura y saqueos en tiendas ubicadas en puntos de conflictividad. Disminución de tráfico de clientes y ventas por inseguridad en el entorno. Interrupción de la cadena de	En InRetail estamos siguiendo de cerca los acontecimientos políticos y su impacto en el entorno empresarial. Hemos implementado una posición conservadora en la estructura de capital, bajando el nivel de endeudamiento y revisando proyectos de inversión. Además, hemos establecido un plan de contingencia para garantizar la protección de los empleados y la seguridad física de las tiendas. Definición e implementación de	Muy Alto

Riesgo emergente	Descripción	Impacto en el negocio	Acciones de mitigación	Nivel de priorización
		suministro por bloqueos en carreteras. Aumento de merma por bajas ventas o afectación de mercadería en tránsito. Clima de incertidumbre y tensión en el entorno laboral. Afectación a la seguridad del personal.	un plan de respuesta que incluye la formación de los empleados en respuesta a disturbios y seguridad personal y de clientes. Establecimiento de alianzas con autoridades locales para apoyo en seguridad y respuesta.	

Corrupción y Soborno

Política anticorrupción

Mantenemos una política integral contra la corrupción y el soborno, aplicable a todos nuestros colaboradores tanto en las unidades corporativas como en las unidades de negocio que conforman nuestra empresa. Esta política abarca todas las partes relacionadas y se incorpora de manera explícita en todos nuestros contratos y órdenes de compra, asegurando que sea de conocimiento general para nuestros proveedores y demás involucrados.

Además, nuestras unidades de negocio tienen la facultad de establecer reglas y pautas complementarias que refuercen las medidas de prevención y/o incrementen los niveles de seguridad contemplados en esta política. De esta manera, fortalecemos aún más nuestro compromiso con la integridad y la ética en todas nuestras operaciones comerciales.

(GRI 205-1)

Contribuciones políticas y/o benéficas

Conforme a nuestra política integral de prevención de la corrupción, el lavado de dinero y el financiamiento del terrorismo, hemos establecido estrictas medidas para garantizar la transparencia y la integridad en todas nuestras operaciones.

En este sentido, reafirmamos nuestro compromiso de no realizar contribuciones políticas, ya sean directas o indirectas, como medio de soborno y corrupción. Además, ningún colaborador ni tercero que nos represente, de forma directa o indirecta, está autorizado para realizar contribuciones en nuestro nombre para cualquier actividad proselitista, reflejando nuestra firme convicción de actuar con responsabilidad y ética en todas nuestras interacciones comerciales y sociales.

En tanto, las posibles sanciones disciplinarias por tales comportamientos abarcan desde advertencias verbales y por escrito hasta la suspensión o el despido del empleado infractor.

Cabe destacar que, de acuerdo con la legislación peruana, no se pueden imponer multas económicas a los trabajadores. No obstante, en caso de infracciones graves, el empleado podría suspenderse del trabajo sin remuneración como medida disciplinaria.

(GRI 416- 1)

Competencia desleal

(GRI 206-3-3) (GRI 206-1)

En Pharma Retail y Distribución, hemos establecido lineamientos y procedimientos precisos, como la Política de Publicidad, el Lineamiento Legal de Publicidad y las Consideraciones de Publicidad, que reflejan nuestros compromisos en el cumplimiento de la normativa sobre competencia desleal y publicidad comercial.

En esta línea, en el ámbito de Farmacias Peruanas, llevamos a cabo actividades anuales de refuerzo y capacitación para nuestros equipos internos, basadas en las experiencias del año anterior. En tanto, en Química Suiza, todos los materiales de difusión son aprobados por los equipos de Dirección Médica, Regulatorio (Farmacovigilancia) y Legal antes de su uso.

Además, mantenemos dos indicadores clave para evaluar nuestra gestión:

1. El número de materiales revisados y aprobados por el equipo.
2. El número de cartas u oficios relacionados con investigaciones sobre material publicitario recibidos de la autoridad sanitaria.

Igualmente, el área legal de Pharma Retail y Distribución realiza revisiones inopinadas periódicamente. A su vez, como parte de nuestro plan de mejoras 2023, hemos desarrollado lineamientos de uso más didáctico para facilitar la revisión de estos temas, tanto para el equipo legal como para los usuarios involucrados.

Es importante destacar que, durante 2023, no recibimos ninguna denuncia relacionada con competencia desleal.

Compliance & Integridad

Código de Ética

Contamos con un Código de Ética, que aplica a la totalidad de los colaboradores de las Unidades de Negocio que conforman Intercorp Retail, así como también a los miembros del Directorio, y que además está respaldado por políticas específicas en cada una de nuestras unidades de negocio. Estas políticas detallan las normativas y consideraciones que nuestros equipos y colaboradores deben tener en cuenta en su desempeño.

Igualmente, esperamos que nuestros proveedores, consultores, contratistas y cualquier socio comercial que trabaje con nosotros actúen éticamente, y en plena consonancia con los principios establecidos en nuestro Código de Ética.

Comité de Ética

Contamos con Comité de Ética, el cual tiene como función, según el Código de Ética, velar por el cumplimiento y mejora continua de las normas de conducta de la Organización, así como también, crear las condiciones para el fortalecimiento de la cultura ética y promover el compromiso y la participación de todos los colaboradores mediante la prevención. Sus integrantes son el/la:

- Director(a)/vicepresidente de Finanzas
- Director(a)/vicepresidente de Gestión Humana
- Director(a)/vicepresidente Legal/Asuntos Corporativos
- Auditores o encargados de Ética de las diferentes unidades de negocio
- Oficial de Cumplimiento

Integrantes	Función
Tanto InRetail Perú Corp. como sus unidades de negocio cuentan con un Comité de Ética, el cual no cuenta con la presencia de directores. En otras palabras, cada Comité de Ética está compuesto por integrantes pertenecientes a la línea ejecutiva.	El Comité de Ética tiene como fin velar por el cumplimiento y mejora continua de las normas de conducta de la Organización, así como también, crear las condiciones para el fortalecimiento de la cultura ética y promover el compromiso y la participación de todos los colaboradores mediante la prevención.

Oficial de Cumplimiento

Contamos con un Oficial de Cumplimiento Corporativo, cargo que es ocupado por Javier Echecopar, quien es Gerente Legal Corporativo. Este tiene como responsabilidad garantizar que la organización opere de manera ética y cumpla con de los requisitos normativos y de nuestra política en relación con la prevención de delitos como corrupción, lavado de activos y financiamiento del terrorismo. De esta manera, su labor incluye asegurarse de que nuestro modelo de prevención opere de manera efectiva, funcional y en constante mejora. Además, desempeña un papel fundamental en la gestión de la matriz de riesgos relacionada con la corrupción y el cumplimiento normativo. Él le reporta directamente a la Dirección de Asuntos Legales Corporativos.

Cabe destacar que, cada unidad de negocio cuenta también con un Oficial de Cumplimiento el que reporta, a su vez, al oficial corporativo. Los oficiales de cumplimiento son fundamentales para ayudar a las empresas a operar ética y legalmente, asegurando la integridad y reputación de la organización.

Asimismo, cada compañía tiene su propio Comité de Ética, el cual está conformado por su Oficial de Cumplimiento, un representante del área de Gestión Humana y el gerente de Riesgos. En esta línea, el Comité de Ética de cada empresa es responsable de:

- Fortalecer la cultura ética.
- Recibir y evaluar los reportes referidos a potenciales faltas al Código de Ética, políticas internas o normativa vigente.
- Validar la información recibida.
- Derivar los reportes recibidos según corresponda.
- De aplicar, disponer la investigación de las potenciales faltas.
- Tomar decisiones sobre la respuesta a los reportes derivados y supervisados que le correspondan.

No obstante, caso surja alguna situación grave, la unidad de negocio no la presenta ante su respectivo Comité de Ética, sino que se eleva directamente al Comité de Auditoría y Riesgo, que opera a nivel corporativo.

Modelo de Compliance

Durante el 2023, el Modelo de Compliance fue sometido a una auditoría interna por cada unidad de negocio de InRetail Perú Corp. Esta revisión abarcó minuciosamente los códigos de conducta y los sistemas de cumplimiento implementados para garantizar el cumplimiento de estos. En efecto, se analizaron detalladamente los procedimientos de seguimiento y notificación de violaciones, con el objetivo de evaluar la efectividad y la integridad de nuestro programa de cumplimiento.

Canal de denuncias (ConÉtica)

Para asegurar que nuestro Código de Ética se refleje en nuestras acciones diarias, mantenemos activo nuestro canal de denuncias anónimas "ConÉtica" (www.conetica.pe). A través de este canal, colaboradores, proveedores y cualquier individuo pueden reportar confidencialmente cualquier conducta no ética y/o violaciones a la legislación, regulaciones o políticas internas.

En este sentido, nuestro canal opera con total confidencialidad al recibir, registrar y clasificar los reportes realizados y luego, los remite al Comité de Ética de cada unidad de negocio y de InRetail Perú Corp, quienes los resuelven y reportan al gerente general también de manera confidencial.

Los grupos de interés pueden dirigirse directamente a cualquiera de los miembros del Comité de Ética, siempre que lo estimen oportuno. Esta vía de comunicación directa garantiza una respuesta ágil y efectiva a sus inquietudes o necesidades relacionadas con aspectos éticos y de cumplimiento dentro de nuestra organización.

Además, ConÉtica pone a disposición los siguientes canales de atención:

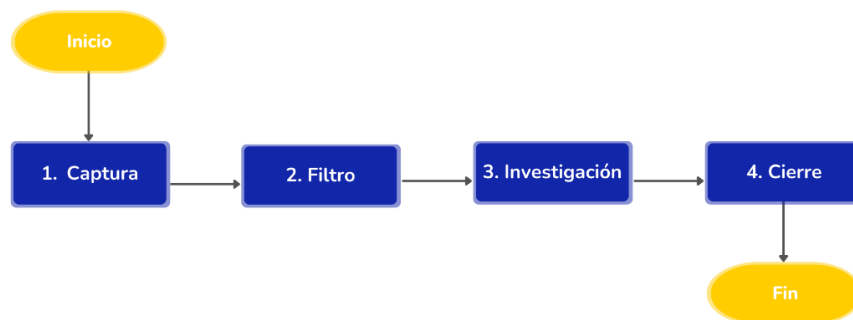
- Formulario Web: www.conetica.pe
- Buzón de Correo:
 - Unidad Corporativa de InRetail: inretail@conetica.pe
 - Supermercados Peruanos: spsa@conetica.pe
 - Farmacias Peruanas: farmaciasperuanas@conetica.pe

- Inkafarma: inkafarma@conetica.pe
- Mifarma: mifarma@conetica.pe
- Química Suiza: quicorp@conetica.pe
- Real Plaza: realplaza@conetica.pe
- Línea telefónica gratuita: 0-800-7-8323

(GRI 2-16)

Protocolo de Respuesta (ConÉtica)

Disponemos de un Protocolo de Respuesta para abordar con prontitud y uniformidad cualquier reporte relacionado con posibles irregularidades en el cumplimiento del Código de Ética, las políticas internas y la normativa vigente dentro del ámbito nuestras empresas. Este garantiza una respuesta sólida y oportuna ante cualquier situación que pueda comprometer nuestros estándares éticos y legales, asegurando así la integridad y transparencia en todas nuestras operaciones.



Tras una investigación y la verificación de la acusación, el Comité de Ética, el/la gerente general o la instancia correspondiente deberán evaluar minuciosamente los resultados para determinar la respuesta adecuada, conforme con nuestras políticas internas y la normativa aplicable. En caso de que sea necesario proceder con la desvinculación del colaborador implicado, la Gerencia de Gestión Humana deberá actuar con celeridad, siguiendo los protocolos internos y la legislación laboral vigente.

Es importante destacar que el incumplimiento de nuestro Código de Ética conlleva sanciones proporcionales a la gravedad de la falta, el cargo del colaborador, la reincidencia y/o las circunstancias particulares. Dichas medidas disciplinarias pueden incluir desde una amonestación verbal o escrita hasta la suspensión del trabajo sin remuneración o el despido², según corresponda.

² Según la Ley de Productividad y Competitividad Laboral (Decreto Supremo N° 003-97-TR), y el Reglamento de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral (Decreto Supremo N° 001-96-TR), en el Perú no se puede sancionar económicamente a un trabajador. Sin embargo, si es posible suspensión del trabajo sin goce de sueldo.

Denuncias recibidas y atendidas por tema	
Áreas de reporte	2023
Discriminación o acoso	138
Conflicto de interés	31
Corrupción o soborno	4
Datos de privacidad del cliente	0
Lavado de dinero	0
Total:	173

Quebrantamientos reales	
Áreas de Incumplimiento	2023
Discriminación o acoso	82
Conflicto de interés	21
Corrupción o soborno	3
Datos de privacidad del cliente	0
Lavado de dinero	0
Total:	106

Cabe señalar que el porcentaje de filtraciones que implica información de identificación personal (PII) es 0%.

(GRI 205-3) (GRI 418-1) (GRI 2015-3)

Programa de capacitación IRIS

En InRetail Perú Corp contamos con IRIS, plataforma pública la cual busca asegurar que todas las empresas del grupo actúen con integridad, cumpliendo con las regulaciones y políticas vigentes. IRIS centraliza todas las políticas de cumplimiento y ética, así como los cursos obligatorios, los contactos de los oficiales de cumplimiento y un enlace al canal de denuncias "ConÉtica".

(GRI 205-1)
(GRI 2-23) (GRI 2-24) (GRI 2-25) (GRI 2-26) (GRI 205 3-3)

Asociaciones y membresías

Trabajamos de la mano tanto con organizaciones públicas como privadas, formando alianzas para trabajar a favor del desarrollo sostenible en nuestro país. En ese sentido, somos parte de las siguientes asociaciones y convenios:

Asociación	Descripción
Perú Sostenible	Patronato de empresas líderes que realizan buenas prácticas de sostenibilidad para lograr el desarrollo sostenible de nuestro país.
Líderes + 1	Promueve el impacto económico, ambiental y social positivo, y la competitividad en los sectores más productivos del país.

Asociación	Descripción
Desafío Kunan	Premio anual al mejor emprendimiento social y ambiental en el Perú. Identifica la mayor diversidad de emprendimientos sociales en todo el Perú y reconoce aquellos que destacan por ser innovadores, escalables y sostenibles, ofreciendo fondos y acompañamiento técnico para llevarlos al siguiente nivel.
Sociedad Comercio Exterior Del Perú (COMEX)	Gremio empresarial que agrupa a las principales empresas exportadoras, importadoras y proveedoras de servicios de diversos sectores económicos, como agroexportación, minería, energía, manufactura, retail, digital, logística, turismo, infraestructura y salud, entre otros con el objetivo de incidir en políticas públicas a favor de la generación de empleo, creación de oportunidades y mejor calidad de vida del ciudadano.
Cámara de Comercio de Lima	Gremio empresarial que promueve la libertad de mercado, facilita oportunidades de negocio, brinda asistencia y servicios, e impulsa la competitividad en el sector privado.
Comunidad Aequales	Busca eliminar las brechas de género en nuestro país, enrumándonos con un firme compromiso hacia la equidad, siendo agentes de cambio desde la generación y retención de nuestros colaboradores.
Pride Connection	Red de empresas que brindan derechos laborales a las personas de la comunidad LGTBQ+ y fomentan espacios de trabajo seguros e inclusivos para sus equipos.
Asociación de Centros Comerciales y de Entretenimiento del Perú (ACCEP)	Asociación de la que forman parte los principales centros comerciales del país, tiene como objetivo fomentar el desarrollo de la industria representando, promoviendo y defendiendo a sus miembros ante organismos públicos y privados.
Fundación OLI	Plataforma solidaria dedicada a canalizar esfuerzos y recursos, y así conectar a personas e instituciones por la igualdad de oportunidades en los rubros de: medio ambiente, salud, cultura, educación y reducción de pobreza. Trabajamos junto con ellos en el Programa "Ayudando Abrigando", para las actividades de donaciones de ropa a comunidades vulnerables en Cusco, Ayacucho y Comas, en conjunto con la asociación Ayudando Abrigando.
Asociación Nacional de Cadenas de Boticas (ANACAB)	Su propósito es promover el acceso de las familias peruanas a servicios integrales de salud y así obtengan medicinas seguras y eficaces. La red garantiza la asesoría de un equipo de profesionales de la salud que tienen como principal interés estar al servicio y cuidado de pacientes y consumidores.
Instituto Peruano de Economía (IPE)	Institución privada sin fines de lucro que busca promover el desarrollo económico equilibrado y sostenido, realizando actividades que debatan sobre medidas de política económica.
Sociedad Nacional de Industrias (SNI)	Gremio empresarial que promueve el desarrollo de la industria manufacturera, impulsa la economía de mercado y contribuye al desarrollo del país a través de propuestas técnicas sectoriales de carácter económico, laboral, tributario, entre otros.

Asociación	Descripción
Banco de Alimentos (BAP)	Asociación sin fines de lucro que trabaja como intermediaria entre empresas de alimentos y organizaciones benéficas. Recupera alimentos sin valor comercial para distribuirlos a personas que padecen de inseguridad alimentaria.
Reverse Logistics Group (RLG)	Operador de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos encargado de gestionar la logística de inversa y brindar soluciones de reciclaje de Residuos de aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAEE) en cumplimiento con la normativa nacional.
Cámara de Comercio Americana del Perú (AmCham)	Organización que promueve e impulsa el sistema de libre mercado, fomentando el comercio, la inversión y el intercambio entre Perú y los Estados Unidos.
Hombro a Hombro	El movimiento empresarial es una iniciativa del sector privado destinada a respaldar al Estado mediante la capacidad de gestión de las empresas frente a situaciones de emergencia. El patronato reúne a 49 destacadas empresas del país y recibe el apoyo de otras en momentos de desastre, para canalizar su ayuda y llegar a las áreas de máxima urgencia de manera eficiente.
Patronato Nacional Pro-Bombero del Perú	El Patronato Nacional Pro-Bomberos del Perú es una entidad privada, constituida como asociación sin fines de lucro, cuyo objetivo es el de apoyar, en todo cuanto le sea posible al Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú (CGBVP) y a los bomberos voluntarios que lo integran.
Es Hoy	Movimiento de líderes empresariales que articula capacidades empresariales e impulsan iniciativas de alto impacto que respondan a desafíos urgentes del país. Food Retail firmó el Compromiso MYPE, iniciativa para impulsar que más empresas incorporen Principios de Relacionamento Responsable con sus Proveedores MYPE.
Consumer Goods Forum (CGF)	Red global liderada que reúne a más de 400 empresas minoristas, fabricantes y otros actores relevantes en la industria de bienes de consumo. Su enfoque radica en impulsar cambios positivos y una mayor eficiencia dentro de la industria al abordar desafíos globales como la sostenibilidad, la salud del consumidor y las prácticas éticas en la cadena de suministro. Food Retail es parte de la iniciativa Golden Design Rules.
Pacto Global	Es la iniciativa de sostenibilidad empresarial más grande del mundo que promueve el compromiso de las empresas a alinear sus estrategias y operaciones con los Diez Principios universales sobre Derechos Humanos, Estándares Laborales, Medio Ambiente y Anticorrupción.

Tabla de contribuciones

Razón	Moneda	2021	2022	2023
Grupos de presión (lobbying), representación de intereses o similares	S/	0	0	0

Razón	Moneda	2021	2022	2023
Campañas políticas locales, regionales o nacionales / organizaciones / candidatos	S/	0	0	0
Asociaciones comerciales, gremiales, asociaciones o grupos exentos de impuestos (think tanks)	S/	431,896	711,521	901,826
Otros (gastos relacionados con medidas electorales o referendos)	S/	0	0	0
Total de contribuciones y otros gastos	S/	431,896	711,521	901,826

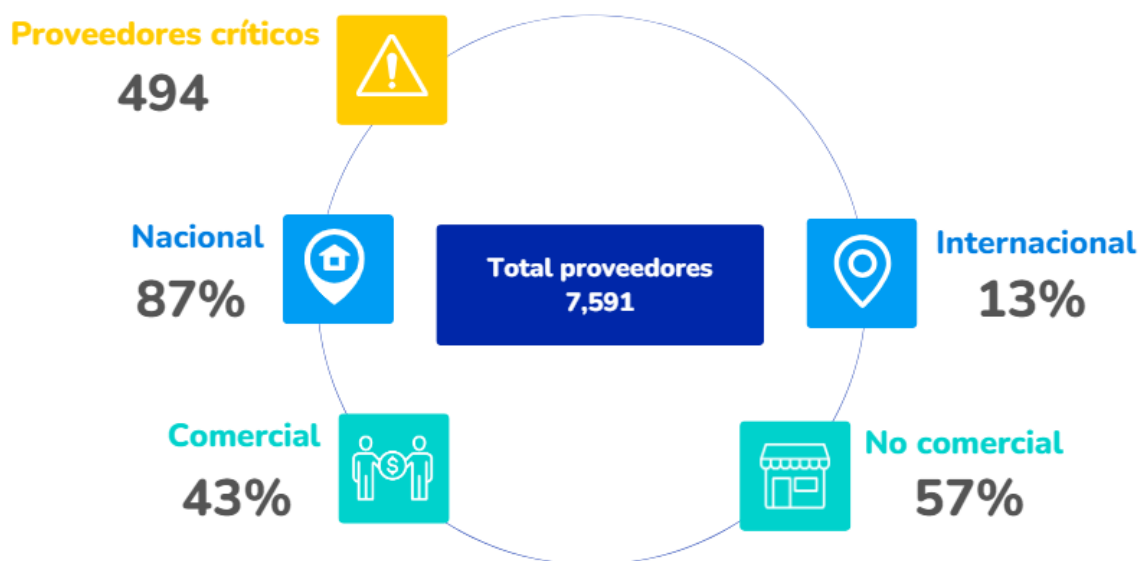
Mayores contribuciones

Tuvimos tres grandes contribuciones durante 2023 y estas son:

Empresa	Monto
Sociedad de Comercio del Exterior (COMEX)	S/195,131
Asociación Nacional de Cadenas de Boticas (ANACAB)	S/170,000
Asociación de Centros Comerciales del Perú (ACCEP)	S/120,000

Proveedores

“Nuestro objetivo es que al 2025, el 100% de nuestros proveedores críticos cumplan con buenas prácticas ambientales, sociales y de gobernanza”



Apostamos por trabajar con empresas coherentes y responsables para asegurar que a lo largo de toda nuestra cadena de valor se gestionen los riesgos y oportunidades ambientales, sociales y de gobierno corporativo. Por ello, realizamos esfuerzos para evaluarlos y homologar sus prácticas.

Actualmente, contamos con 7,591 proveedores en nuestras unidades de negocio. Estos son tanto comerciales (43%) como no comerciales (57%), nacionales y extranjeros. No obstante, trabajamos principalmente con proveedores nacionales, los cuales representaron el 87% del total de proveedores al 2023. Esto nos permite operar de manera más eficiente, con una menor huella de carbono y un mayor impacto económico en nuestra zona de influencia local.

Proveedores por tipo						
Unidad de Negocio	2021		2022		2023	
	Comerciales	No comerciales	Comerciales	No comerciales	Comerciales	No comerciales
Food Retail	2,701	1,499	2,590	1,485	2,654	1,496
Pharma Retail y Distribución	374	6,011	544	2,458	598	1,670
Shopping Malls	0	278	0	1,014	0	1,173
Total	3,075	7,788	3,134	4,957	3,252	4,339
Participación	28%	72%	39%	61%	43%	57%

Proveedores por procedencia						
Unidad de Negocio	2021		2022		2023	
	Nacional	Internacional	Nacional	Internacional	Nacional	Internacional
Food Retail	2,701	336	3,286	789	3,351	799
Pharma Retail y Distribución	6,009	172	2,753	249	2,104	164
Shopping Malls	267	11	991	23	1,147	26
Total	8,293	519	7,030	1,061	6,602	989
Participación	94%	6%	87%	13%	87%	13%

(GRI 204-1)

Proveedores críticos

“Al 2023, contábamos con 494 proveedores críticos en todas nuestras unidades de negocio”.



Proveedores que representan la **mayor facturación** de cada unidad de negocio (80% de las compras).



Proveedores de nuestras **marcas propias**.



Proveedores con pocos **sustitutos**.



Proveedores con **alta exposición** a riesgos ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ASG).

Proveedores con “alto riesgo ASG”

Como un conglomerado diverso que comercializa múltiples marcas e interactúa con distintos proveedores que brindan soporte a nuestras operaciones, reconocemos el riesgo potencial de tratar con proveedores de “Alto Riesgo Ambiental, Social y de Gobernanza (ASG)”.

Esto podría tener impactos negativos en nuestra reputación y en la sostenibilidad de nuestras operaciones, razón por la cual nos resulta crucial identificar y gestionar adecuadamente a estos proveedores para así garantizar la transparencia y la responsabilidad en toda nuestra cadena de suministro. Por ello, tenemos un Programa de Cadena Responsable, liderado, corporativo, por Sostenibilidad, y desarrollado junto a las áreas comerciales y de compras y adquisiciones de las unidades de negocio.

Programa de Cadena Responsable

En un entorno empresarial cada vez más competitivo, la colaboración efectiva con proveedores es crucial para el éxito a largo plazo de cualquier empresa. Por esta razón, desarrollamos nuestro programa Cadena Responsable, el cual se enfoca en identificar, evaluar, capacitar y monitorear a los proveedores con alto riesgo ASG, utilizando cuatro frentes de acción:

1. Registro y evaluación de proveedores
2. Identificación de proveedores con alto riesgo ASG
3. Homologación y auditorías
4. Programas de capacitación

Adicionalmente, el 100% de nuestros proveedores debe cumplir con nuestros Lineamientos Corporativos de Sostenibilidad para Proveedores y nuestro Código de Ética.

Registro y evaluación de proveedores

Desde el 2020, todos nuestros nuevos proveedores deben completar una Evaluación ASG en nuestro portal de registro de proveedores. En tanto, desde finales del 2022, el 100% de proveedores nuevos debe adjuntar la “Declaración Jurada de Evaluación de Sostenibilidad” en su proceso de registro. Esta se firma una vez que el proveedor ha completado la evaluación

mencionada, que consta de 18 preguntas sobre aspectos sociales, ambientales y de ética. Estas preguntas contribuyen a la identificación, evaluación y planificación de medidas correctivas en relación con la sostenibilidad de sus cadenas de suministro.

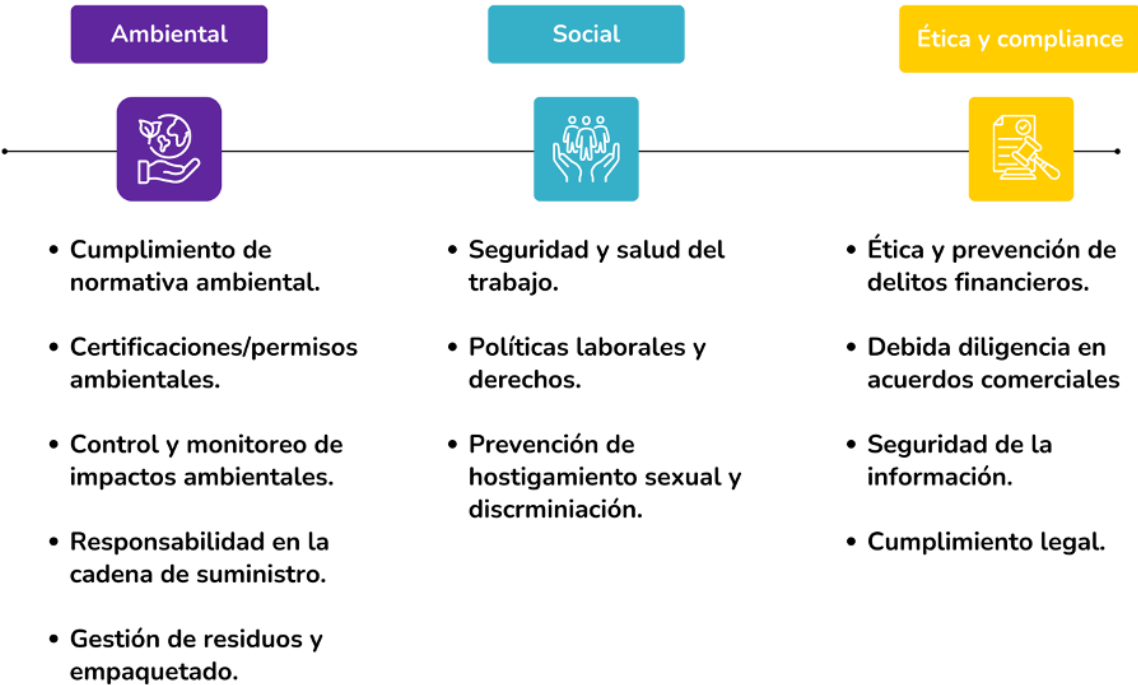
En tanto, para los proveedores ya existentes, la Evaluación ASG es enviada por las áreas Comercial y Adquisiciones, y como esta tiene carácter de declaración jurada, los proveedores deben proporcionar información veraz y completa sobre su desempeño.

Cabe precisar que, en nuestras unidades de negocio Food Retail, y Pharma Retail y Distribución, nuestras áreas de Calidad y Comercial son las responsables de evaluar tanto los proveedores comerciales como las marcas propias que comercializamos en nuestras tiendas. Por otra parte, las áreas de Adquisiciones o Compras son quienes se encargan de adquirir, negociar, evaluar y gestionar a los proveedores de servicios, activos y suministros que colaboran con nosotros.

“El 100% de todos los proveedores nuevos y de los proveedores críticos deben realizar la Encuesta ASG”.

(GRI 308-1)

Identificación de proveedores con “Alto Riesgo ASG”



Los proveedores son evaluados en torno a preguntas vinculadas a aspectos sociales, ambientales y de ética, que incluyen:

1. **Salud y seguridad:** Se verifica si existen prácticas adecuadas de salud y seguridad en el lugar de trabajo para proteger a los trabajadores y reducir los riesgos laborales.
2. **Derechos laborales:** Se asegura que los empleados sean tratados con dignidad y respeto, que se les pague un salario justo y que se cumplan sus derechos laborales básicos.
3. **Hostigamiento sexual laboral:** Se evalúa si la empresa cuenta con una política o procedimiento que prevenga, atienda y sancione caso de hostigamiento sexual laboral, así como un canal de denuncias para reportar cualquier caso.
4. **Medio ambiente:** Se evalúa el cumplimiento de las leyes y normativas ambientales, así como las prácticas de sostenibilidad y gestión responsable de los recursos naturales.
5. **Ética empresarial:** Se investiga si existen prácticas comerciales corruptas o antiéticas, como sobornos o tráfico de influencias.
6. **Seguridad de la información:** Se verifica si el proveedor cuenta con una política de seguridad de la información que incluya medidas para proteger la confidencialidad, integridad e información sensible de sus clientes.
7. **Código de ética:** Se analiza si la empresa cuenta con un código de ética que abarque temas de prevención de delitos de corrupción, lavado de activos y financiamiento del terrorismo. Asimismo, si es que el proveedor proporciona capacitaciones regulares a sus colaboradores sobre el contenido y si cuenta con una canal de denuncia activo.

En paralelo, llevamos a cabo una calificación de cumplimiento con puntajes, donde 5 es lo más alto.

Calificación de Cumplimiento			
Alto	Mediano	Bajo	Crítico
4.5 - 5	2.5 – 4.49	1.5 – 2.49	0 – 1.49

- **Alto cumplimiento:** El proveedor demuestra un alto grado de compromiso con los aspectos ASG evaluados y cumple con más del 90% de los estándares requeridos.
- **Mediano cumplimiento:** El proveedor demuestra un compromiso satisfactorio con los aspectos ASG evaluados y cumple con la mayoría de los estándares requeridos.
- **Bajo cumplimiento:** El proveedor demuestra un bajo compromiso con los aspectos ASG evaluados y requiere la implementación de un plan de mejora.
- **Cumplimiento crítico:** El proveedor no cumple con los aspectos ASG evaluados y requiere la implementación de un plan correctivo.

Por último, los proveedores reciben notificaciones por correo electrónico sobre los resultados de su evaluación, incluyendo los puntajes por cada dimensión evaluada, así como las oportunidades de mejora identificadas en el plan de trabajo de su empresa. En esta línea, es importante destacar que no existe un punto de corte en temas ASG para la selección de proveedores.

(GRI 414-1)

Identificación de proveedores	Food Retail	Pharma Retail y Distribución	Shopping Malls	Total
Número total de proveedores (Tier 1)	4,150	2,268	1,173	7,591
Número de proveedores importantes / significativos (Tier 1)	389	80	25	494
% de compras a proveedores importantes / significativos (Tier 1)	72.8%	33.0%	41.1%	57.7%

Proveedores evaluados en 2023	Total
Número total de proveedores evaluados	2,580
Número total de proveedores significativos evaluados	100
% de proveedores significativos evaluados	20%
Número de proveedores significativos evaluados con impactos negativos sustanciales reales/potenciales	14
Número de proveedores significativos con impactos negativos sustanciales que fueron terminados	6

Nuestro objetivo para 2023 fue evaluar al menos el 20% de nuestros proveedores significativos, con el fin de alcanzar nuestra meta para 2026.

Business units	Total
Número de proveedores sujetos al Plan de Acción Correctivo	61
Número de proveedores significativos sujetos al Plan de Acción Correctivo	14
% de proveedores evaluados con impactos negativos sustanciales reales/potenciales que recibieron apoyo en la implementación del plan de acción correctivo	62%
% de proveedores significativos evaluados con impactos negativos sustanciales reales/potenciales que recibieron apoyo en la implementación del plan de acción correctivo	100%

Homologación y Auditorías

Nuestros proveedores no comerciales pasan por homologaciones ASG. En tanto, cada unidad de negocio tiene su propio procedimiento de auditoría a los proveedores para garantizar el cumplimiento de los procesos de calidad.

Food Retail

En Supermercados Peruanos, se consideran dos criterios para la homologación de proveedores no comerciales en el proceso de licitación de adquisiciones según la categoría de servicio adquirido y el monto de la licitación. Por un lado, se encuentran las homologaciones SQR (financiera) y de Seguridad y Salud en el Trabajo, ambos realizadas por tercero. Estas homologaciones se solicitan según la categoría del servicio ofrecido y monto licitado. Esto no solo garantizan la transparencia y la idoneidad de los procesos, sino que también refuerzan la confianza tanto de los clientes como de los socios comerciales en nuestra capacidad para ofrecer servicios de calidad y cumplir con los estándares requeridos.

Por otra parte, tomando en cuenta que una de las principales categorías consideradas de riesgo es la “Distribución Alimentaria”, el 100% de nuestros proveedores de Food Retail son auditados por un tercero, enfocándose en la calidad, inspecciones higiénico-sanitarias y de infraestructuras, y verificación de buenas prácticas y certificaciones adquiridas. Además, nuestra área de Calidad se asegura de que los proveedores cumplan con los estándares necesarios, incluidas las certificaciones HACCP, y sean sometidos a auditorías de calidad en sus instalaciones.

Cabe señalar que, si un proveedor comercial no pasa la auditoría de calidad, en el caso de haber observaciones leves, se envían planes correctivos para que el proveedor pueda solventar las observaciones en un plazo determinado. En tanto, para observaciones graves, el proveedor no ingresa a trabajar en la empresa o se rescinde su contrato como proveedor. En el caso de los proveedores no comerciales, no se adjudica el servicio de no haber realizado las homologaciones correspondientes.

[Pharma Retail y Distribución](#)

En Farmacias Peruanas y Química Suiza cualquier proveedor no comercial debe pasar por un proceso de homologación. Este proceso es realizado por una empresa tercera. Además, incluye una evaluación exhaustiva de quince secciones por parte de Pharma Retail, abarcando aspectos como Recursos Humanos (planilla, capacitaciones y recibos por honorarios, entre otros); Legalidad (vigencia de poderes); Tecnologías de la Información (Seguridad de la Información); Medio Ambiente (certificación ISO 14001 y política, entre otros); Salud y Seguridad en el Trabajo (certificación ISO 45001, plan y política, entre otros); Logística y Procesos (capacidad de contratación), entre otros.

En tanto, cualquier proveedor nuevo que desee ingresar a nuestros centros de distribución debe cumplir con los requisitos de homologación en Salud y Seguridad en el Trabajo (SST). Este proceso se realiza de manera interna.

Por otro lado, para proveedores comerciales, trabajamos con laboratorios acreditados por el Ministerio de Salud. En efecto, todos los medicamentos vendidos en las farmacias cuentan con registros en la Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas (Digemid) del Ministerio de Salud; destacando que el 2% de las recetas corresponde a sustancias controladas dispensadas.

[Shopping Malls](#)

En Real Plaza, la homologación de proveedores no comerciales se realiza a través de una empresa tercera, y se enfoca en proveedores críticos y de servicios esenciales para la operación (tercerizados). El formulario de evaluación está dividido en cinco (5) secciones:

- Responsabilidad Social: Sistema de Gestión de Responsabilidad Social (RSE), Política de RSE o Sostenibilidad, capacitación, entre otros.
- Sostenibilidad: Estrategia de sostenibilidad, política de Derechos Humanos, hostigamiento sexual laboral, política Diversidad, Equidad e Inclusión, capacitación, entre otros.
- Medio Ambiente: Certificación ISO 14001, política de gestión ambiental, entre otros.
- SST: Certificación ISO 45001, política de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, entre otros.
- Calidad: Certificación ISO 9001, política de Gestión de Calidad, entre otros.

[Programas de capacitación](#)

Contamos con dos programas de capacitación a proveedores: Cadena Responsable y el Symposium de Diversidad, Equidad e Inclusión. En estos programas abordamos temas alineados a nuestras políticas de sostenibilidad y les presentamos a los proveedores herramientas ya existentes en el mercado, buscando que la información sea útil y aplicable para ellos.

- 1) Cadena Responsable: Este programa ofrece formación y herramientas en diversas temáticas ambientales relacionadas con las políticas del grupo. Nuestro objetivo es convertir a los proveedores en aliados estratégicos, alineados con nuestro propósito organizacional.

Se dio prioridad a los proveedores cuya actividad estaba directamente relacionada con el tema que se iba a tratar en el taller. Por ejemplo, se invitaban a los proveedores de frutas y verduras al taller de agricultura regenerativa.

Tema	Descripción	Proveedores participantes	Proveedores significativos participantes	Expositores
Cambio Climático y Huella de Carbono	Introducción al cambio climático y presentación de ejemplos de empresas que están llevando a cabo acciones climáticas en Perú y Latinoamérica. Además, se introdujo la plataforma del Ministerio del Ambiente para la medición de la Huella de Carbono.	56	33	World Wildlife Fund (WWF) y Ministerio del Ambiente
Agricultura Sostenible	Introducción a la agricultura sostenible y agricultura regenerativa, destacando sus principios y la importancia de su implementación.	30	21	Agencia de Protección Ambiental
Empaquetado Sostenible	Explicación de la importancia de contar con un empaquetado sostenible e información sobre bosques certificados en Perú. Además, se detalló cómo las empresas pueden obtener la certificación FSC (Forest Stewardship Council).	34	8	FSC
Bienestar Animal	Influencia del bienestar animal en nuestra cadena de valor, incluyendo las 5 libertades de bienestar animal, los principios y la legislación en Perú. Además, se realizó una comparación de la legislación con otros países y se presentó una lista de certificaciones en bienestar animal, así como	23	9	Arba

Tema	Descripción	Proveedores participantes	Proveedores significativos participantes	Expositores
	tendencias y compromisos en este ámbito.			

- 2) Simposio de Diversidad, Equidad e Inclusión: tiene como objetivo sensibilizar, capacitar y brindar herramientas a todos los proveedores del grupo para que promuevan y gestionen la diversidad, equidad e inclusión en sus organizaciones.

Proveedores capacitados por unidad de negocio en 2023				
Programa	Food Retail	Pharma Retail y Distribución	Shopping Malls	Total
Proveedores capacitados	75	200	17	292
% de proveedores significativos en programas de capacitación	3.1%	7.5%	20.0%	4.7%

Alianzas

Mediante nuestra unidad de negocio Pharma Retail contamos con un Green Joint Business Plan (GJBP) con L'Oréal Groupe, un plan de sostenibilidad desarrollado entre ambas empresas que incluye la formación de proveedores en el uso de materiales eco-diseñados, y la implementación de estrategias de transporte sostenible para reducir las emisiones de CO₂. Además, abarca una amplia gama de iniciativas que van desde el voluntariado social y ambiental, hasta el fomento del reciclaje consciente y la inclusión de población vulnerable en ambas empresas

Desafíos 2024

Para 2024 queremos desarrollar una Cadena Responsable 2.0, la cual contará con cuatro (4) frentes de acción, que son:



Identificación de proveedores críticos

- Clasificación de proveedores activos según el Estándar de Clasificación de la Industria Global (GICS).
- Determinación del nivel de riesgo por temáticas ASG y sector de actividad de la empresa.
- Establecimiento de umbrales de puntuación de riesgos.

Evaluación de proveedores

- Fortalecimiento de la plataforma de evaluación de proveedores actual.
- Segmentación de cuestionario por riesgos de industria a la que pertenecen.
- Envío de sugerencias de mejora en medidas de prevención y mitigación.

Capacitación de proveedores

- Levantamiento de brechas y necesidades de nuestros proveedores.
- Customización de temáticas por sector.
- Desarrollo de capacitaciones en diversos formatos y medios.
- Seguimiento en la participación de los proveedores.

Reconocimiento

- Levantamiento de buenas prácticas ASG en nuestros proveedores y desarrollo de un programa de reconocimiento.

Nuestro trabajo con MIPYMES en la cadena de suministro

Perú Pasión

"Perú Pasión" es nuestro programa de desarrollo para micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), en el cual les brindamos acceso a nuevos canales de venta, ya sea físicos y/o digitales, a través de nuestras empresas: plazaVea, Inkafarma, Real Plaza y otras unidades de negocio de Intercorp Retail. Las MIPYMES participantes disfrutan de condiciones comerciales preferenciales como el pronto pago, el cuál es de 30 días para las que venden en tienda física y 7 días para las que venden en tiendas digitales (marketplace).

Además, impulsamos la sostenibilidad en las MIPYMES brindando un descuento en la comisión de pago a aquellas que demuestren que tienen un modelo de negocio que genera impacto social o ambiental positivo. Esto aplica únicamente a aquellas que venden en nuestras tiendas digitales.

Por otro lado, damos un acompañamiento integral a las MIPYMES que acceden al programa mediante 3 ejes de acción:

- **Impulso comercial:** Damos exposición de manera preferencial en las tiendas digitales y redes sociales de cada unidad de negocio mediante espacios (como "landings, banners y cintillos"), un "tag" para que el cliente final pueda identificar que está comprando un producto local, campañas comerciales exclusivas y pauta publicitaria para lograr la venta de estos productos.
- **Entrenamiento:** Ofrecemos un programa de capacitaciones 100% gratuitas en temas de marketing digital, gestión comercial, finanzas e innovación, impartidas por talento experto interno (líderes de las empresas de la plataforma) y externo (Google, TikTok For Business, Zegel, Colectivo 23, entre otras entidades educativas de renombre). Además, contamos con un programa de mentorías exclusivo para las 40 MIPYMEs más destacadas del año, en el que durante 6 semanas resuelven un reto del negocio acompañadas por un líder de las empresas de Intercorp Retail.
- **Financiamiento:** Otorgamos 3 tipos de fondos para impulsar el crecimiento de las MIPYMEs. (1) Subvenciones para campañas comerciales, (2) fondos para pauta publicitaria y (3) fondos concursables. Este último se lanzó por primera vez durante el 2023 y tenía el objetivo de poder seleccionar a las 3 MIPYMEs más destacadas del programa y con mayor potencial de crecimiento comercial, las mismas que presentaron sus modelos de negocio frente al CEO y VPs de Intercorp Retail para tratar de obtener uno de los 3 fondos económicos.



Ciberseguridad y Seguridad de la información

Política Corporativa

Nuestra estrategia de ciberseguridad y seguridad de la información se ejecuta mediante un Modelo de Madurez Corporativo que promueve la implementación de criterios materiales

inspirados en la norma ISO 27001: Gestión de seguridad de la información y contextualizados en los lineamientos legales del país (Ley N° 29733).

A su vez, contamos con una Política Corporativa de Seguridad de la Información, que abarca aspectos de ciberseguridad, privacidad de la información, mantenimiento de la confidencialidad, integridad, disponibilidad de la información, así como la protección de recursos y datos personales en nuestras operaciones, proveedores y clientes.

Avances 2023

- Hemos reforzado la seguridad de la nube a través de ethical hacking, proceso legal y autorizado de detección de vulnerabilidades como fallos de configuración, brechas en softwares y/o deficiencias en la protección de datos en una aplicación, sistema o infraestructura en nuestra organización. Adicionalmente, durante 2023 se adicionaron evaluaciones relacionadas al desarrollo seguro basado en las buenas prácticas de la fundación internacional OWASP.

Ethical hacking por unidad de negocio	
Food Retail	3
Pharma Retail y Distribución	6
Shopping Malls	3
Digital	10
Total	22

- Progresamos en la elaboración de un Plan Integral de Respuesta ante los ataques más recurrentes, tales como el phishing, spear phishing, ransomware y la fuga de datos en ambientes cloud y on-premise.
- Hemos complementado la implementación de CyberSOC, un sistema establecido en colaboración con Deloitte. Esta iniciativa ha fortalecido nuestras capacidades de detección y respuesta en seguridad de la información, al funcionar como un servicio de monitoreo de amenazas cibernéticas las 24 horas del día, los 7 días de la semana con un incremento en la atención y respuesta del 80% al 100% de alertas cibernéticas. Además, de la preparación de indicadores de gestión y mejora continua sobre la gestión de ciber incidentes.
- Diseñamos un nuevo "framework de seguridad de la información y ciberseguridad" llamada "IRSP - Intercorp Retail Security Program" orientado a reducir los riesgos cibernéticos, el cual abarca aproximadamente 132 controles basados en el marco de seguridad SOGP (Standard of Good Practice for Information Secyurity) de la institución internacional ISF que recopila los estándares de ISO/IEC 27002, NIST Cybersecurity Framework y CSA Cloud Control Matrix. Este marco de trabajo comenzará a utilizarse a partir de 2024.
- Como parte del marco de control interno de TI, soportamos el desarrollo de un sólido grupo de controles generales. Esto nos permite evaluar el diseño, implementación y eficacia operativa de los puntos de control dentro de TI desde diversas perspectivas,

asegurando una cobertura integral de los riesgos TI en miras de la disponibilidad operativa y la minimización de riesgos cibernéticos. Esta iniciativa se llevó a cabo en acompañamiento con el equipo de Auditoría Interna, fortaleciendo así nuestro marco de control interno.

- Como parte del roadmap de Ciberseguridad ejecutado en 2023, se incluyeron: Implementación de herramientas de automatización para la detección de vulnerabilidades internas y externas de TI; Campañas de phishing automáticas con mayor recurrencia para soportar el plan de concientización, integración de capacidades IA para el monitoreo del CyberSOC, programas de Ransomware Readiness para la definición de líneas base de seguridad basadas en CIS Benchmark, Redefinición del políticas y procedimientos de seguridad para proveedores/terceros (contratos, accesos, responsabilidades).

Gobernanza

Garantizamos una sólida gobernanza en ciberseguridad. Nuestras políticas y directrices establecen la protección de datos sensibles y propiedad intelectual como prioridades. Contamos con comités especializados que supervisan nuestras iniciativas de seguridad, implementamos procesos de gestión de riesgos proactivos y promovemos la conciencia y capacitación en seguridad cibernética entre nuestros empleados. Además, realizamos auditorías regulares para garantizar el cumplimiento de nuestras políticas, asegurando así la integridad y confidencialidad de la información de nuestros clientes.

“La política de privacidad de datos está integrada en la gestión de riesgos y compliance en InRetail Perú Corp”.

Responsables de la Ciberseguridad y Seguridad de la Información

A nivel corporativo, contamos con una Vicepresidencia Corporativa de Tecnología de la Información, la cual es liderada por la señora Trinidad Camarasa. Esta, a su vez, incluye una gerencia de Tecnología y una gerencia de Ciberseguridad. Ambas áreas trabajan diligentemente para soportar los proyectos de privacidad de los datos de nuestra empresa, nuestros colaboradores, proveedores y clientes en las distintas plataformas de interacción, como Microsoft Office, ventas online, aplicativos móviles, atención al cliente, entre otras, y así mitigar las amenazas cibernéticas potenciales.

Por su parte, cada unidad de negocio cuenta con un responsable de Ciberseguridad y Seguridad de la Información con el título de BISO (Business Unit Information Security Officer), lo que permite ejecutar los lineamientos, así como el despliegue de políticas y herramientas corporativas, de acuerdo con las particularidades de cada unidad. En esta línea, contamos con Políticas de Gestión de Incidentes de Seguridad de la Información, que definen lo que cada parte interesada debe hacer en caso de un incidente. Para ello, la primera responsabilidad definida es la de los colaboradores de cada unidad de negocio, quienes deben contactar al servicio de asistencia correspondiente informando sobre el incidente. Luego, el equipo de ciberseguridad correspondiente tomará la iniciativa y tratará la amenaza, según corresponda.

En el Directorio, contamos con la Sra. Mariela García, quien, como parte de sus responsabilidades como miembro independiente del Comité de Auditoría, es responsable de supervisar los temas de ciberseguridad. Ella tiene experiencia en riesgos y ciberseguridad, ya que implementa y supervisa tanto los planes de riesgo como de ciberseguridad en el Grupo Ferreycorp, donde se desempeña como CEO. Además, el Comité de Auditoría trabaja con la Vicepresidencia Corporativa de Tecnología de la Información para asegurar que la política de seguridad y los modelos de madurez estén informados, cumplan con las normativas y reflejen la visión de la empresa. Asimismo, los planes de acción son revisados periódicamente por el Consejo de Administración, y nuestro Comité de Auditoría revisa y monitorea los casos de ciberseguridad.

En lo que respecta a la ciberseguridad y seguridad de la información, llevamos a cabo una exhaustiva evaluación del cumplimiento en auditorías internas por parte de nuestro Comité de Auditoría, que evalúa los casos regularmente en nuestras reuniones del Directorio, con una periodicidad no mayor de tres meses; y externas relacionadas con controles generales de TI. Estas evaluaciones abarcan la validación del cumplimiento de los requisitos del auditor, así como la identificación y subsanación de observaciones en cada unidad de negocio para garantizar el cumplimiento normativo.

Asimismo, nos enfocamos en el gobierno de la seguridad de la información, lo que implica la implementación de políticas y procedimientos a nivel corporativo. De esta manera, hasta la fecha de diciembre de 2023, hemos implementado y/o actualizado aproximadamente seis nuevas políticas (Política de Gestión de Ciberincidentes, Política Corporativa de Seguridad de la Información, Política de Seguridad para Proveedores, Política Corporativa de Gestión de Accesos, Política de Solicitud de Accesos por Cliente VPN y Política Corporativa de Uso Aceptable de Activos) y procedimientos dentro de InRetail Perú Corp, lo que representa un avance significativo en el fortalecimiento de nuestras prácticas de gobierno en esta área.

Estos esfuerzos combinados nos permiten no solo cumplir con los estándares regulatorios y las mejores prácticas en seguridad de la información, sino también asegurar la integridad y confidencialidad de nuestros datos en todas las operaciones de negocio.

Proyectos de gestión de incidentes de seguridad de información

Estamos comprometido con la protección de la información y la seguridad cibernética en todas sus unidades de negocio. Para lograr este objetivo, hemos implementado una serie de proyectos de gestión de incidentes de seguridad de la información, diseñados para fortalecer nuestras defensas contra amenazas cibernéticas y garantizar la integridad y confidencialidad de nuestros datos. Estos proyectos incluyen la implementación de un modelo de madurez para evaluar la preparación de nuestras unidades de negocio, la adopción del servicio Cyber Surveillance para la detección temprana de amenazas, la capacitación en Ethical Hacking y ciberseguridad, así como la implementación de soluciones avanzadas de detección y respuesta en los dispositivos finales de nuestra red, como el Endpoint Detection and Response (EDR).

Asimismo, cada unidad de negocio tiene proyectos de gestión de incidentes de seguridad de información que definen qué hacer cada parte interesada en caso de incidente. En todos los

casos, la primera responsabilidad definida es la de los usuarios y empleados de cada unidad de negocio, quienes deben contactar al servicio de asistencia correspondiente informando sobre el incidente. Principalmente se fomenta que los empleados se comuniquen con el equipo de TI y/o Ciberseguridad por correo electrónico, pero también pueden llamar al servicio de asistencia técnica. Luego, el equipo de ciberseguridad correspondiente tomará el control y tratará la amenaza como corresponde.

Brechas en Seguridad de la Información

Año	Cantidad de brechas
2023	0

Certificación

Mantenemos el 99% de nuestros datos en servidores de empresas tecnológicas líderes como Google, Amazon y Microsoft, que están certificadas con la norma ISO 27001.

Capacitaciones de los colaboradores

En cuanto a las capacitaciones de los colaboradores, ofrecemos cursos en materia de ciberseguridad para todos los empleados administrativos a través de nuestra plataforma WeConnect 2.0. Estos se asignan anualmente y son obligatorios.

En el año 2023, para asegurar que todos los empleados se responsabilizaran de la seguridad de la información, continuamos con la capacitación obligatoria con e-learning sobre ciberseguridad. Esta consta de tres videos y una evaluación para cada uno y entre los temas cubiertos figuran conceptos importantes de ciberseguridad, amenazas de ciberseguridad y recomendaciones de ciberseguridad.

Como grupo entendemos que la capacitación en ciberseguridad y seguridad de la información para los colaboradores es esencial para proteger los datos de los clientes, prevenir violaciones de seguridad, mantener la reputación de la marca y cumplir con las regulaciones. Además, contribuye a crear una cultura de seguridad y a reducir los riesgos financieros asociados con posibles ciberataques.

Asimismo, llevamos a cabo ejercicios anuales de sensibilización para validar la efectividad de nuestra campaña de concientización entre los colaboradores. Esto nos permite medir su preparación para enfrentar potenciales amenazas y asegurar una respuesta adecuada. No obstante, para 2024, queremos realizar estos ejercicios de sensibilización de forma trimestral y estamos evaluando incrementar aún más la frecuencia para 2025.

Además, en la evaluación del desempeño de los empleados, se incluye la capacitación anual obligatoria en ciberseguridad para todos los empleados administrativos a través de nuestra plataforma de RRHH Oracle. Igualmente, ofrecemos cursos de ciberseguridad en nuestra plataforma de RRHH, que deben completar todos los empleados administrativos anualmente. Dado que estos son obligatorios, la plataforma muestra la falta de cumplimiento, así como el

número de días de retraso. Esta información es gestionada por nuestro departamento de RRHH.

Food Retail	Pharma Retail y Distribución	Shopping Malls	Digital	Total
226	1,152	527	279	2,184

Sanciones

Si no se cumplen las medidas de seguridad de la información, nuestros empleados enfrentarán acciones disciplinarias, como interrupciones o suspensiones del trabajo, ya sean individuales o colectivas, sin goce de sueldo. Estas acciones tienen como objetivo rectificar el comportamiento, salvo en los casos en los que la infracción se considere grave y la penalización sea la terminación del contrato.

Políticas de privacidad de datos para clientes

Contamos con una Política de Privacidad, la cual se extiende a todas las operaciones que realizamos. Asimismo, contamos con una Política de Seguridad para Proveedores. Esto significa que cualquier dato personal recopilado, utilizado o compartido en el contexto de nuestra operación, ya sea por parte de nuestra empresa o de nuestros proveedores, se maneja de manera responsable y conforme a las disposiciones establecidas en nuestra política de privacidad.

En tanto, cada unidad de negocio tiene sus políticas de privacidad de datos para clientes y se encuentran publicadas en las páginas web de nuestras marcas. En estas secciones proporcionamos información detallada a nuestros clientes sobre la protección de sus datos personales:

plazaVea	Política de datos personales https://www.plazaVea.com.pe/politicas-de-privacidad-y-uso-de-datos-personales Derechos ARCO y privacidad https://www.veaclub.com.pe/arco
Vivanda	Políticas de privacidad y uso de datos personales https://www.vivanda.com.pe/institucional/politica-datos
Makro	Política de privacidad https://www.makro.pe/politica-de-privacidad
Inkafarma	Políticas de privacidad https://inkafarma.pe/politicas-de-privacidad
Mifarma	Políticas de privacidad https://www.mifarma.com.pe/politicas-de-privacidad Derechos ARCO https://arco.mifarma.com.pe/
Real Plaza	Política de protección de datos personales https://www.realplaza.com/politica-de-privacidad

Clientes cuyos datos se utilizan para fines secundarios

Aunque recopilamos datos de clientes para enviar promociones y eventos de nuestras marcas, esto se realiza solo con usuarios registrados que autorizaron el uso de sus datos para tales propósitos, contando siempre con cláusulas de consentimiento de datos. De esta manera, no utilizamos la información de nuestros clientes para fines secundarios. En el 2023, no se registraron quejas de clientes relacionada con la privacidad de la información. No obstante, en caso de existir incumplimiento, tomaremos medidas disciplinarias, las cuales se detallan en nuestros reglamentos internos. Estas tienen como objetivo, entre otros, que quien infrinja corrija su comportamiento, excepto en aquellos casos en los que la falta cometida se clasifique como grave y la sanción sea el despido.

Sostenibilidad

Estrategia Corporativa de Sostenibilidad



Buscamos generar una “Cultura de Sostenibilidad” mediante la promoción de prácticas comerciales responsables y sostenibles para liderar el cambio positivo. Para ello, contamos con una Estrategia Corporativa de Sostenibilidad, la cual se basa en cuatro (4) pilares, que son:

- 1) Planeta
- 2) Personas
- 3) Integridad
- 4) Prosperidad

A su vez, cada uno de estos pilares cuenta con objetivos y propósitos a mediano plazo, lo que nos permite establecer compromisos concretos y tangibles en todas nuestras unidades de negocio y cadenas de suministro. Es importante destacar que, además de la estrategia corporativa de sostenibilidad, cada unidad de negocio también tiene su propia estrategia de sostenibilidad ajustada a sus necesidades y las de sus grupos de interés.

- Igualmente, contamos con una Política Corporativa de Sostenibilidad, la cual detalla nuestro compromiso con los diferentes grupos de interés que nos rodean.

Análisis de Materialidad

(GRI 3-1)

Por otro lado, para mantener actualizadas las prioridades de nuestra estrategia de sostenibilidad, llevamos a cabo un análisis de materialidad cada dos años para identificar los temas ambientales, sociales y de gobernanza más significativos y relevantes para nuestras operaciones, grupos de interés y nuestro contexto más amplio.

Durante el 2022 desarrollamos nuestra materialidad doble teniendo en consideración la metodología de los Estándares del GRI 2021 de la materialidad de impacto y la nueva metodología publicado por EFRAG, además del Manual de implementación de SASB, con el fin de determinar la materialidad financiera, evaluando tanto riesgos como oportunidades para la empresa.

Durante el año 2023 hemos revisado nuestros impactos para asegurarnos de que no ha habido cambios significativos en el último año. Para 2024, tenemos programada un análisis absoluto y una actualización de impactos externos y financieros, para mantenernos al tanto de cualquier cambio relevante en nuestro entorno operativo y asegurar la efectividad de nuestras estrategias de gestión de riesgos y oportunidades.

En esta línea, cabe precisar que nuestro proceso de materialidad consta de cinco pasos que son:

1. Diagnóstico (entender el contexto)

Para comprender el contexto a nivel de la industria y de nuestras unidades de negocio, revisamos diversas fuentes de información internas y externas. Esto incluye una actualización de nuestros grupos de interés y un ejercicio de benchmarking con nuestros pares en la industria. Además, revisamos los estándares ASG pertinentes para los sectores minoristas y distribuidores de alimentos, farmacéuticos distribuidores de asistencia sanitaria y bienes inmuebles. Adicionalmente, revisamos los análisis de materialidad y las matrices de riesgos de todas las unidades de negocio y nuestro informe corporativo de TCFD.

Para complementar este proceso, también recopilamos retroalimentación de nuestros grupos de interés a través de encuestas de satisfacción, solicitudes de sugerencias, quejas y reclamos. Esto nos permite mantener un diálogo constante y obtener información valiosa sobre los temas que son importantes para nuestros grupos de interés.

2. Identificación de impactos

Según la información del diagnóstico, creamos una lista de impactos negativos y positivos, reales y potenciales, relacionados con la economía, el medio ambiente, las personas (incluidos los derechos humanos) y el rendimiento empresarial.

3. Evaluación de la importancia de los impactos

Hemos establecido una escala cuantitativa para evaluar la relevancia de los impactos, lo que nos permite luego priorizarlos de manera efectiva.

Hemos establecido una escala cuantitativa para evaluar la relevancia de los impactos, lo que nos permite priorizarlos de manera efectiva. En este sentido, los impactos negativos reales se determinan según su gravedad, que se define por las siguientes características:

- Escala: Nivel de gravedad del impacto.
- Alcance: Extensión del impacto (por ejemplo, el número de individuos afectados o la magnitud de los daños medioambientales).
- Carácter irremediable: Grado de dificultad que supone contrarrestar o corregir el daño resultante.

Por otro lado, los impactos positivos reales fueron evaluados por escala y alcance, definidos de la siguiente forma:

- Escala: se refiere a cuán beneficioso es o podría ser
- Alcance: se refiere a cuán extendido está o podría estar (por ejemplo, el número de personas beneficiadas)

En el caso de los impactos potenciales, ya sean negativos o positivos, se evaluaron considerando además la probabilidad de que ocurrieran.

Para evaluar cuantitativamente los riesgos para el negocio, nos basamos en nuestra metodología de riesgos. Este enfoque nos permitió integrar de manera efectiva los temas de materialidad en nuestra matriz de riesgos al concluir el proceso, proporcionando una visión completa y precisa.

4. Priorización de los impactos

Considerando la valoración asignada en el paso anterior, definimos un umbral sobre el cual, establecimos los impactos más significativos, en orden de prioridad.

5. Agrupación de impactos significativos en temas materiales

Finalmente, agrupamos los impactos más significativos en temas materiales corporativos. Obtuvimos una lista de once (11) temas materiales, donde 6 de los temas fueron considerados de doble materialidad:

Ambiental	Social	Gobernanza y Economía
• Energía. • Emisiones. • Residuos.	• Empleo y retención del talento. • Formación y educación.	• Innovación y transformación digital.

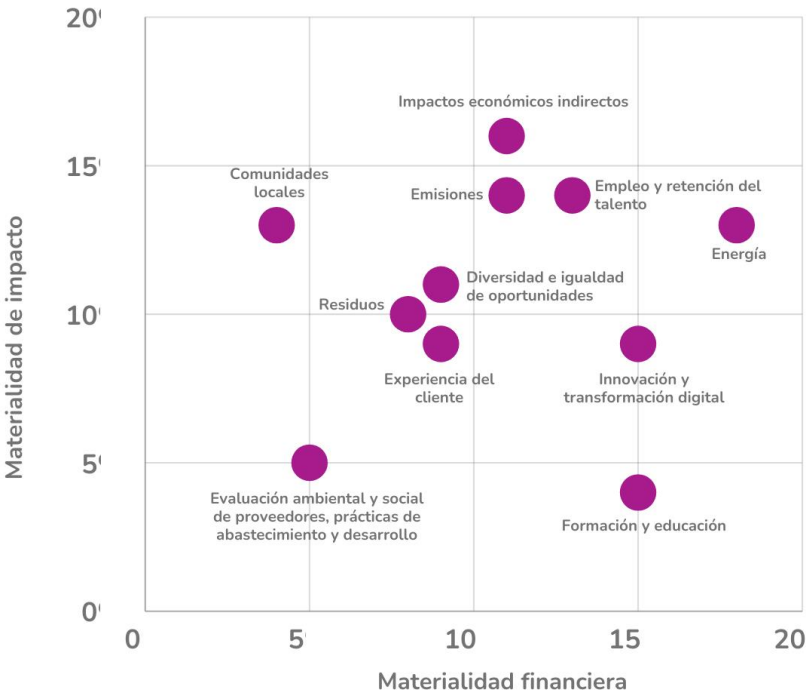
No se evaluaron los temas de derechos humanos y cumplimiento, ya que se consideran materiales por definición.



Validación del proceso y matriz

Nuestro análisis de materialidad es validado por la Gerencia Corporativa de Auditoría y la Gerencia Corporativa de Sostenibilidad. En tanto, es aprobado por la Vicepresidencia de Gestión Humana y Sostenibilidad, y la Vicepresidencia de Finanzas.

Matriz Doble Materialidad



Temas materiales (GRI 3-2)

Nº	Tema
T1	Energía
T2	Emisiones
T3	Desperdicio
T4	Empleo
T5	Formación y educación
T6	Diversidad e igualdad de oportunidades
T7	Comunidades locales
T8	Experiencia del cliente
T9	Evaluación ambiental y social de proveedores, prácticas de abastecimiento y desarrollo
T10	Impactos económicos indirectos
T11	Innovación y transformación digital

Compromisos y avances temas materiales

Para garantizar una gestión adecuada de nuestros temas materiales, integrados en la base de nuestra estrategia de sostenibilidad, cada uno tiene una meta asociada para el año 2026.

Temas con doble impacto

Tema material	Meta 2026	Progreso 2023
Energía	El 60% de los suministros de clientes libres tengan PPA de energía renovable.	Proceso activo de negociación para el contrato de energías renovables para todos los clientes libres
Emisiones	Reducir en 15% la huella de carbono relativa (alcance 1 y 2) sobre la base del 2022.	Incremento del 52% de la huella de carbono relativa vs 2022
Desperdicio	Reducir y reciclar el 75% de los residuos generados en todas las operaciones de las unidades de negocios.	Reciclaje del 68% de los residuos generados en las operaciones
Empleo	Asegurar programas de liderazgo para mujeres high potencial del negocio.	Programas: Mujeres Que Irradian, Circulo de Mujeres Líderes, InWomen, JapiWomen.
Formación y educación	Capacitar a 100% de colaboradores en programas de desarrollo profesional y educación continua.	49,556 colaboradores capacitados
Innovación y transformación digital	Aumentar el número de usuarios activos en 40.5% en Agora para el 2023 vs 2022	Aumento del 57.9% de usuarios activos en Agora vs 2022

Temas financieros

Tema material	Meta 2026	Progreso 2023
Experiencia del cliente	Mejorar el índice de satisfacción del cliente en un 60% para 2026.	Índice de satisfacción del cliente de un 59%
Evaluación ambiental y social de proveedores, prácticas de abastecimiento y desarrollo	Alcanzar que el 100% de los proveedores críticos cumplan con estándares ambientales, sociales y de gobernanza.	100 de 494 han completado la encuesta de proveedores en el 2023

Temas de Impacto

Tema material	Meta 2026	Progreso 2023
Diversidad e igualdad de oportunidades	Alcanzar un 45% de mujeres en posiciones de liderazgo.	39% de mujeres en posiciones de liderazgo
Comunidades Locales	Beneficiar a 100,000 personas a través de proyectos de valor compartido.	Más de 103,000 personas beneficiadas a través de Bueno por Dentro
Impactos económicos indirectos	Desarrollar 10,000 MYPES a través del programa Perú Pasión.	2,300 MYPES capacitadas y mentoreadas

Grupos de interés

Anualmente, revisamos y actualizamos nuestros grupos de interés para cada unidad de negocio. En esta línea, actualmente nos relacionamos con Colaboradores; Clientes;

Proveedores; Organizaciones de la Sociedad Civil; Comunidades; Gobierno y Regulador; e Inversionistas.

Esta práctica nos permite conocer las necesidades y preocupaciones de quienes tienen interés directo en nuestras operaciones y productos. Con ello, podemos fortalecer nuestras relaciones con estos grupos, adaptando nuestras estrategias y acciones para asegurar que sus voces y perspectivas sean consideradas en todas nuestras decisiones y actividades empresariales.

Canales de comunicación



Compromiso con los ODS

Alineamos y evaluamos cómo nuestra estrategia de sostenibilidad contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Organización de las Naciones Unidas (ONU). En esta línea, Identificamos seis (6) a los cuales contribuimos directamente, que son:



Hambre cero



Reconocemos que el acceso a la alimentación es una necesidad básica que lamentablemente no todos en nuestro país pueden satisfacer, es por ello que nuestra principal prioridad es garantizar que nuestras comunidades tengan acceso a alimentos seguros y nutritivos, al mismo tiempo, que nos esforzamos por reducir el desperdicio alimentario.

Ejemplos de nuestras iniciativas incluyen “Bueno por Dentro” y “Desperdicio de Alimentos”, entre otras (para más información ver el capítulo “Comunidad”).

Salud y Bienestar



Para apoyar el ODS 3, llevamos productos de calidad y a precios accesibles a rincones donde no llega el estado. Para asegurar esto, contamos con una red de más de 2.300 farmacias que garantizan la disponibilidad y accesibilidad de nuestros productos en diversas comunidades. Además, implementamos iniciativas para promover estilos de vida saludables y el bienestar general para todos en Perú. Entre estas acciones, figuran el “Plan de apoyo al paciente”; “Donación de logística inversa”; y “Farmacia Vecina”, Campañas de Salud, entre otras (para más información ver el capítulo “Comunidad”).

Igualdad de género



Valoramos y celebramos la diversidad en nuestro equipo de trabajo, reconociendo y respetando las distintas identidades de nuestros colaboradores. De esta manera, como parte de nuestro compromiso con el ODS 5, promovemos la igualdad de oportunidades laborales, políticas laborales sensibles al género, capacitación y educación equitativas, así como la igualdad salarial, entre otras iniciativas. Algunos ejemplos son InWomen (Corporativo); Mujeres Líderes (Food Retail); y Programa Japi Woman (Shopping Malls), entre otros (para más información ver capítulo “Nuestras Personas” y “DDHH”).

Trabajo decente y crecimiento económico



En el marco del ODS 8, “Trabajo decente y crecimiento económico”, promovemos una cultura de respeto a los derechos humanos y realizamos rigurosos procesos de debida diligencia para evaluar cualquier posible impacto negativo en toda nuestra cadena de valor. Asimismo, respaldamos la economía local y promovemos la diversidad cultural mediante iniciativas que apoyan emprendimientos locales. Además, priorizamos la contratación de personal local para impulsar el desarrollo económico y fortalecer nuestros lazos con la comunidad.

Entre las iniciativas vinculadas, están “La Placita del emprendimiento” y “Perú Pasión” (para más información ver los capítulos “Comunidad” y “Proveedores”).

Producción y consumo responsable



Para apoyar al ODS 12, hemos establecido programas de reciclaje y promovemos la reducción, así como la reutilización de materiales. Asimismo, educamos a nuestros empleados sobre la importancia de una correcta separación de residuos y buscamos activamente formas de minimizar los embalajes innecesarios en nuestros productos.

En este sentido, los proyectos que destacan son “Recicla Mass”; “Recicla Botica”; y “Reutilización de cajas y bandejas plásticas”; entre otros (para más información ver el capítulo “Planeta”).

Acción por el clima



Hemos integrado una serie de estrategias en nuestras operaciones comerciales y nuestra cultura para avanzar en el ODS 13 para así contribuir a los esfuerzos globales para combatir el cambio climático. Entre estas figura el uso de iluminación LED, sistemas de gestión energética y equipos eficientes en nuestras instalaciones. Igualmente, optimización de nuestras operaciones logísticas para reducir las emisiones de transporte. Además, trabajamos constantemente para mejorar la cadena de reciclaje con el programa “Recicla Consciente” (para mayores detalles ver el capítulo “Planeta”). Igualmente, hemos desarrollado un plan de prevención y mitigación ante el Fenómeno del Niño para garantizar la continuidad de nuestras operaciones y la seguridad de nuestros colaboradores y clientes.

Comunidad

Valor compartido

(GRI 413-1)

Creemos en la creación de valor compartido con nuestros grupos de interés mediante programas estratégicos que tienen un impacto positivo en la sociedad y generan eficiencia y compromiso en nuestro negocio. Contamos con programas corporativos y específicos para cada unidad de negocio, alineados con sus enfoques principales y con resultados sobresalientes.

En 2023, colaboramos con diversos aliados para fortalecer las conexiones entre nuestras empresas y organizaciones sociales. A través de Inspira, nuestro Laboratorio de Innovación Social a nivel corporativo, desarrollamos proyectos de valor compartido con una red de 3,160 organizaciones a nivel nacional, beneficiando a más de 70,000 personas.

Programas destacables por unidad de negocio

Food Retail

Bueno por Dentro (BxD)

Contribuimos a aliviar el hambre en nuestro país mediante la donación de productos alimenticios y no alimenticios que, si bien han perdido su valor comercial, conservan su calidad interna. Esta iniciativa cuenta con la participación del 100% de nuestras tiendas Vivanda, Makro, Merkao y plazaVea a nivel nacional, abarcando 18 regiones y 88 distritos del país. En tanto, trabajamos estrechamente con instituciones aliadas como Inspira, Fundación Don Bosco Perú, COPRODELI y Asociación de las Bienaventuranzas.

Zona de influencia: 165 tiendas



Impacto ambiental: 83.69 toneladas de CO₂



Resultados 2023

- 18 millones de raciones de alimentos
- +103,000 personas beneficiadas
- +200 organizaciones sociales

Durante 2023, realizamos un Informe de Impacto de Bueno por Dentro realizado por 60 Decibels, el cual busca ver como la iniciativa puede mejorar el impacto que genera. Los resultados mostraron que el 87% de los beneficiarios no tenían acceso a alimentos de calidad antes de recibir ayuda del programa. Además, el 84% indicó que, sin Bueno por Dentro, no podría hallar una buena alternativa.



¿Qué impacto está teniendo?

% cuya calidad de vida “ha mejorado mucho”	64%
% cuya salud “ha mejorado mucho”	46%
% cuyos ahorros “han aumentado mucho”	21%

Bodegazas

En alianza con Financiera Oh!, Izipay y Makro ideamos “Bodegazas”, programa de educación financiera y desarrollo de habilidades digitales orientado a bodegas que buscan modernizarse. Además, para desarrollar el componente educativo del proyecto, contamos con Zegel como aliado estratégico.

¿Cómo funciona el programa?

- **Financiera OH!:** Brinda capacitaciones y líneas de crédito para el crecimiento de los negocios a un nivel financiero.
- **Izipay:** Facilita medios de pago que promuevan la bancarización y digitalización de sus flujos e inventarios.
- **Makro:** Brinda ofertas especialmente dirigidas a nuestros beneficiarios para mejorar el surtido de su bodega.

¿Qué productos ofrecemos en las bodegas?

- Tarjeta Ceroh
- POS Izipay
- IziYa (QR)
- App Izipay

Resultados 2023

- Llegamos a las 1,900 bodegas distribuidas en el distrito de San Martín de Porres (Lima) y en la ciudad de Arequipa.

[Pharma Retail y Distribución](#)

Durante el 2023, desarrollamos las siguientes iniciativas en favor de la comunidad:

[Plan de Apoyo al Paciente \(PAP\)](#)

Comprendemos la dificultad económica de los pacientes para continuar con tratamientos de larga duración y complejidad, es por esta razón que creamos el Plan de Apoyo al Paciente (PAP), el cual busca contribuir en tres frentes: costo de la terapia, adherencia al tratamiento y desconocimiento de la enfermedad. Los beneficios del programa son: mejores precios, recordatorios de la continuación al tratamiento (adherencia) y acceso a la red PAP a nivel nacional. Cabe destacar que, algunas de las patologías crónicas que se tratan mediante el programa tenemos: diabetes, presión arterial, asma, hipercolesterol, artritis, entre otros.

85,000 usuarios registrados en el PAP al 2023

[Donación de logística inversa](#)

Los productos farmacéuticos y de consumo que están próximos a su fecha de vencimiento (dentro de los siguientes 3 meses) o que han sufrido daños externos que imposibilitan su venta, pero que aún conservan su integridad, son devueltos al centro de distribución para su evaluación. Una vez evaluados, se destinan a donaciones. Colaboramos con instituciones aliadas como la Beneficencia de Lima, la Asociación de las Bienaventuranzas y el Patronato de Bomberos del Perú. Estas organizaciones nos envían regularmente sus solicitudes de donación, abarcando medicamentos, productos de cuidado personal y nutrición.

6,865 productos donados

S/ 660 mil, valor total de productos donados

Farmacia Vecina

Tenemos un acuerdo establecido con EsSalud y Salog que nos permite, a través de más de 1,000 farmacias asociadas en Lima y Callao, proporcionar medicamentos a pacientes crónicos de EsSalud que residen en áreas cercanas a estas farmacias. Este servicio les evita la necesidad de desplazarse hasta las instalaciones de EsSalud. Además, por cada receta dispensada en nuestras farmacias, recibimos una compensación económica, la cual la utilizamos para patrocinar a más de 30 estudiantes de la organización Perú Champs cada año, apoyando así su educación escolar.

150 farmacias afiliadas

+88 mil recetas dispensadas

+30 beneficiarios de Perú Champs

S/ 72,500 donados a Perú Champs

MiQuímica

Con el fin de crear un ecosistema digital que nos permita estar más cerca de nuestros clientes y promover su desarrollo, continuamos con “MiQuímica”. Este es un programa de fidelización dirigido a las farmacias de barrio, que ofrece a los dueños de estas farmacias, entre otros beneficios, el poder hacer sus pedidos por la plataforma virtual y tener despachos más seguidos, lo que facilita su gestión y asegura una reposición más eficiente de los productos.

8,087 farmacias beneficiarias

Aliviamed

Aliviamed es un servicio de consulta médica telefónica que busca cuidar la salud de todos los peruanos con calidad, cercanía, bajo precio, corto tiempo de espera y beneficios para el tratamiento.

Ante la realidad de muchos peruanos sin acceso efectivo a servicios primarios de salud, Aliviamed surge con el propósito de acercar consultas médicas de calidad a quienes las necesitan, evitando la automedicación y la falta de atención profesional. Gracias a la tecnología, estas consultas pueden llegar a un mayor número de peruanos de manera inmediata y cercana, aliviando la presión sobre el sistema de salud y garantizando un acceso más amplio a diagnósticos y tratamientos oportunos para la recuperación.

2,300 locales

+ 52 mil atenciones



[Shopping Malls](#)

Desde los Shopping Malls, nos hemos comprometido a establecer una conexión significativa con las comunidades a las que servimos. En esta línea, impulsamos la venta de pequeños comercios del Perú a través de dos iniciativas en nuestros comerciales:

[La Placita del Emprendimiento](#)

Son ferias permanentes en nuestros malls de Lima y provincia para empresas MIPYME. Se destina un espacio clave dentro del centro comercial, un espacio al que usualmente no hubieran tenido acceso los emprendedores, para que vendan sus productos. Estos espacios son asignados a través de una alianza con una empresa gestora. El propósito es visibilizar sus productos, que incrementen sus ventas y así generar impacto en sus negocios y familias.

S/ 6,47 millones en ventas

18 ferias permanentes

1,504 emprendedores

[Ferias Locales](#)

Ferias itinerantes en nuestros malls de provincia, de pequeños (as) productores (as) regionales como artesanías, ropa y frutas locales. Estas ferias no solo aportan surtido al mall, sino que también están acompañadas de activaciones que buscan revalorizar la cultura peruana.

S/ 73,085 de venta

6 ferias en 4 malls de provincia (Pucallpa, Cusco, Juliaca y Huancayo)

31 emprendedores

Presentaciones culturales

[Campañas de salud](#)

Generamos alianzas con instituciones públicas, privadas y organizaciones del tercer sector, para poder brindar servicios de salud totalmente gratuitos a nuestros (as) visitantes. Asimismo,

trabajamos con hospitales regionales, el Ministerio de Salud, Essalud y ONGs para brindar despistajes, vacunaciones y promover la donación de sangre. En efecto, durante 2023, generamos alianzas que nos permitieron brindar dos (2) campañas de salud integral con 11 tipos de especialidades médicas y donación de sangre en 15 de nuestros malls a nivel nacional, atendiendo a 33,951 personas, llevando bienestar a quienes más lo necesitan.

Especialidades médicas gratuitas	Vacunación	Despistaje cáncer	Plan Familiar y VIH	Med. General
	Donación sangre	Despistaje diabetes	Odontología	Traumatología
	Anemia y nutrición	Desparasitación	Salud mental	

Voluntariado

Fomentamos y coordinamos programas de voluntariado corporativo, reconociendo su importancia para generar un impacto directo en áreas vitales como educación, medio ambiente, salud e inclusión social. En efecto, a través de diversas iniciativas, promovemos el espíritu de equipo y fortalecemos la cohesión interna, cultivando la colaboración, el liderazgo y el sentido de pertenencia entre nuestros colaboradores. Esto, pues hemos comprobado que estas acciones contribuyen significativamente a mejorar la motivación, la satisfacción laboral y la retención del talento interno. Además, brindan a nuestros colaboradores la oportunidad de desarrollar habilidades personales valiosas, como la empatía y la comunicación efectiva.

Cabe señalar que todas nuestras actividades voluntarias se realizan en colaboración con diversas organizaciones sociales aliadas.

Durante el año 2023, se realizaron más de 10 actividades de voluntariado, siendo algunas de estas:

1. **Construye con Andar:** Iniciativa que buscó mejorar las condiciones de vivienda en la comunidad de Pamplona Alta, ubicada en Lima. Los voluntarios asistieron para censar, definir necesidades y construir hogares, proporcionando un entorno más seguro y digno para las familias locales.
2. **Mentoring Perú Pasión:** Programa de 5 semanas donde colaboradores de las empresas de IR acompañan a emprendedores destacados de la comunidad PP a resolver un reto de negocio.
3. **Concurso Irradia:** Iniciativa mediante el cual los colaboradores elaboraron propuestas de voluntariado y los seleccionados se encargaron de ejecutar sus iniciativas, con acompañamiento técnico de expertos en voluntariado, con el fin de desarrollar habilidades de liderazgo y creatividad al servicio de la comunidad.
4. **Arborización en Lurín:** Voluntariado organizado con la Municipalidad de Lima y con el apoyo del Servicio de Parques de Lima – SERPAR para plantar 100 árboles de molle costeño en el parque principal de la comunidad de La Estancia de Lurín.

5. Perritos con pasado y futuro: Voluntariado ganador del concurso Irradia, enfocado en mejorar las oportunidades de adopción de perros mayores en un albergue específico.
6. Mayores lectores, juegos y diversión. Voluntariado ganador del concurso IRRADIA, que se enfoca en brindar compañía y entretenimiento a personas mayores. Los voluntarios participan en actividades como metodologías de lectura, juegos y otras formas de entretenimiento.
7. Acompañándolos: Voluntariado realizado en el albergue para mujeres "Santa Luisa de Marillac", donde residen 40 adultas mayores. Este voluntariado se centró en brindar compañía, apoyo emocional y actividades recreativas a las residentes.
8. Limpieza de canales de Los Pantanos de Villa, a cargo de voluntarios de Pharma Retail y Distribución
9. Limpieza de playas: en alianza con el Programa Bicentenario Perú y en total se lograron recolectar 7.5 toneladas de residuos en la playa.
10. Navidad Deportiva: Voluntariado que lleva deporte y bienestar a las internas del penal Anexo Mujeres de Chorrillos durante las festividades navideñas.

Voluntarios y horas de voluntariado por unidad de negocio				
Unidad de negocio	2022		2023	
	Número de voluntarios	Número de Horas voluntarias	Número de voluntarios	Número de horas voluntarias
Food Retail	482	586.00	666	2,264.00
Pharma Retail y Distribución	143	2,404.00	60	261.00
Shopping Malls	55	730.00	123	976.50
Digital	41	527.00	23	212.50
Total	721	4,247.00	872	3,714.00

Respeto por los DDHH

Compromiso con los derechos humanos

Establecimos un Compromiso con el Cumplimiento de los Derechos Humanos que se difunde y ejecuta en cada una de nuestras unidades de negocio. Esto se alinea con la Declaración Universal de Derechos Humanos y la Declaración sobre Principios Fundamentales de las

Naciones Unidas, y con la Declaración de la Organización Internacional de Trabajo (OIT) sobre los principios y derechos fundamentales en el trabajo y su seguimiento.

Cabe señalar que esta postura se aplica tanto para nuestros colaboradores como a lo largo de toda nuestra cadena de valor, incluyendo proveedores, clientes, socios y personal tercerizado.

Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas

Siguiendo las directrices del Pacto Global de las Naciones Unidas, iniciativa de la cual somos parte desde 2023, nos comprometemos a lo siguiente:

Principio 1	Contamos con espacios seguros y saludables para nuestros colaboradores, clientes y personal tercerizado. Asimismo, homologamos a nuestros proveedores para que cumplan la normativa asociada a seguridad y salud en el trabajo. Pagamos remuneraciones justas a nuestros colaboradores con todos los beneficios exigidos por la ley. Igualmente, trabajamos para asegurar la igualdad salarial para las personas con la misma experiencia en un mismo puesto, sin importar su género, orientación sexual, condición socioeconómica u otro aspecto que pueda generar discriminación remunerativa.
Principio 2	Realizamos procesos de debida diligencia de derechos humanos y contamos un Comité de ética.
Principio 3 & 4	Protegemos los derechos laborales de nuestro equipo. Además, prohibimos cualquier forma de trabajo forzoso y tráfico humano.
Principio 5	Prohibimos el trabajo forzoso o infantil, tanto en nuestras operaciones como en las de terceros y proveedores.
Principio 6	Fomentamos la equidad e inclusión y no toleramos ninguna manifestación de discriminación ni otro tipo de violencia.

Debida diligencia de los derechos humanos

Durante el año 2023 y por cuarto año consecutivo, llevamos a cabo un riguroso proceso de debida diligencia en materia de derechos humanos en todas nuestras operaciones, así como en nuestras interacciones con los clientes, transacciones con proveedores y adquisiciones de nuevas empresas. Esto se realizó para fortalecer nuestra ética empresarial y nuestro compromiso con el respeto a los derechos humanos.

“Hacemos una revisión periódica sistemática del mapeo de potenciales riesgos”

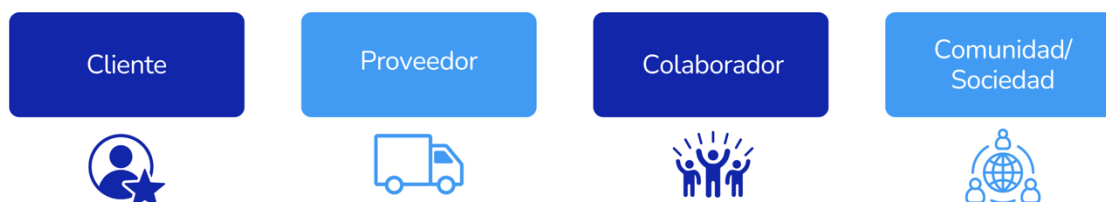
Es importante destacar que nuestro compromiso con los derechos humanos es supervisado anualmente por el Comité de Ética de InRetail y se implementa en todas nuestras empresas y áreas involucradas, como Gestión Humana, Operaciones y Relaciones Laborales. En esta línea, llevamos a cabo un análisis cuantitativo de los riesgos actuales y potenciales de la

empresa, así como un análisis cualitativo para identificar brechas y establecer acciones para la mejora continua.

Metodología

La revisión y mapeo de riesgos actuales y potenciales contempló el universo de 32 derechos humanos listados en el marco de los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre Empresas y Derechos Humanos (PRNU), así como el derecho universal declarado por la ONU en abril de 2022: "Derecho a un medio ambiente limpio, saludable y sostenible".

La evaluación abarca los siguientes ámbitos: clientes, proveedores, colaboradores y comunidades/sociedad.



De los 20 derechos humanos identificados como posibles riesgos, se elaboró una lista de 17 riesgos específicos relacionados con los cuatro (4) grupos de interés. A su vez, con esta lista, se llevó a cabo una priorización basada en los factores de gravedad y probabilidad, resultando en una lista de siete (7) riesgos considerados de alta prioridad.

En esta línea, los riesgos potenciales en derechos humanos priorizados como cuestiones identificadas son:



En tanto, dentro de los cuatro (4) grupos de interés, se consideran los siguientes grupos específicos:

- Empleados propios
- Mujeres
- Niños
- Minorías

- Trabajadores migrantes
- Empleados de proveedores y contratistas
- Empleados de proveedores indirectos
- Comunidad en general / Ciudadanía
- Comunidades locales
- Pueblos indígenas

Gestión de potenciales riesgos en derechos humanos

Relación con nuestros clientes

Las áreas de Auditoría, Calidad, Gestión Humana y Operaciones garantizan el adecuado trato al cliente. Además, el proceso de debida diligencia se encarga de asegurar que no se incumplan los riesgos potenciales.

Relación con nuestros proveedores

Anualmente, o al momento de su inscripción, nuestros proveedores son evaluados en sostenibilidad a través de una [plataforma online](#). En esta evaluación se incluyen aspectos vinculados a derechos humanos como la no discriminación, la prevención del hostigamiento sexual, las condiciones de trabajo seguras y la prohibición del trabajo forzoso.

Igualmente, al contratar a proveedores de servicios, principalmente, personal tercerizado o transportes, exigimos la presentación de evidencia documental que demuestre su cumplimiento con la normativa laboral y de salud y seguridad ocupaciones vigente. Si nuestra área de SST lo considera pertinente, se realizan homologaciones a los proveedores.

“El 100% de proveedores nuevos son evaluados en temas de DDHH”

Dentro de nuestras operaciones

Realizamos un análisis cualitativo interno para identificar brechas y establecer acciones para la mejora continua en nuestros riesgos prioritarios.

Remediación y mitigación

Acciones y medidas de mitigación, y remediaciones específicas por cada cuestión destacada:

Condiciones de trabajo:
Salario digno



Reconocemos la importancia del salario digno¹ para el bienestar y la calidad de vida de los colaboradores. Por ello, nos enfocamos en medir y gestionar de manera responsable nuestros procesos. En efecto, anualmente, realizamos un diagnóstico e implementamos prácticas que nos permiten evaluar constantemente nuestra estructura de

compensación y así tomar las medidas necesarias para asegurar que se cumplan los estándares de remuneración justa.

Grupos	Cobertura del salario digno/humano
Operaciones propias (colaboradores)	75% FTEs

Es importante destacar que nuestra meta para el año 2025 es respaldar al menos a uno de nuestros proveedores por unidad de negocio y contratistas en la implementación de la metodología de salario digno. Esto, pues al brindarles las herramientas y el conocimiento necesarios para llevar a cabo un diagnóstico preciso de las condiciones salariales en sus propias operaciones, estamos promoviendo y avanzando hacia prácticas laborales más justas y equitativas en toda la cadena de suministro.

A su vez, en línea con este objetivo, nos comprometimos a compartir nuestra metodología de salario digno con proveedores y contratistas. Creemos que esta colaboración no solo fortalecerá nuestros lazos y promoverá una mayor transparencia en nuestras relaciones comerciales, sino que también, tendrá un impacto positivo en la calidad de vida de miles de trabajadores que contribuyen directamente a la producción y distribución de nuestros productos.

(GRI 405-2)

Discriminación y acoso
en el trabajo



En InRetail Perú Corp. tenemos una postura de tolerancia cero ante cualquier manifestación de violencia, acoso o discriminación. En efecto, contamos con una Política Corporativa para Atención de Casos de Acoso y Hostigamiento Sexual en cumplimiento con la legislación peruana vigente. Esta establece los mecanismos necesarios para prevenir, investigar y sancionar adecuadamente dichos casos.

Igualmente, en cada una de nuestras empresas, contamos con Comités de Intervención e Investigación de Casos de Hostigamiento Sexual Laboral, que trabajan de la mano con las áreas de relaciones laborales. Asimismo, nuestra Área de Atracción de Talento recibe capacitación sobre procesos de selección inclusivos, y todos los colaboradores reciben entrenamiento sobre cómo identificar y tratar casos de acoso en el lugar de trabajo.

Espacios seguros

Queremos que ser el grupo empresarial más seguro para todas y todos. Por ello, desde InterCorp se creó la plataforma, donde se pone a disposición de organizaciones, líderes y colaboradores las herramientas que necesitan para romper con el silencio alrededor del hostigamiento sexual laboral e instaurar una cultura de respeto donde el acuerdo social sea la Tolerancia Cero al Acoso.

Capacitaciones

Capacitamos y sensibilizamos de forma continua a nuestros colaboradores, ya que el acoso sexual laboral puede ser difícil de identificar, principalmente porque muchos comportamientos inapropiados tienden a ser normalizados.

En esta línea, contamos con cursos de diversidad, sesgos inconscientes y hostigamiento sexual laboral, los cuales crean conciencia, previenen situaciones de acoso, y promueven una cultura de respeto y diversidad en el lugar de trabajo. Cabe resaltar que la capacitación de hostigamiento sexual laboral hace parte de los cursos regulatorios, por lo que es obligatorio que el 100% de los colaboradores lo lleven.

Temas	Food Retail		Pharma Retail y Distribución		Shopping Malls		Total
	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2023
Diversidad	20,724	1,120	2,018	0	459	527	1,647
Sesgos inconscientes	1,300	450	11	0	314	527	977
Hostigamiento Sexual Laboral	18,734	18,933	15,599	9,423	459	527	28,883

“La capacitación de hostigamiento sexual laboral es obligatoria para el 100% de nuestros colaboradores”

Adicionalmente nuestras empresas participan en el diagnóstico de Espacios Laboral Sin Acoso, ELSA, de Genderlab, plataforma que permite visibilizar e implementar estrategias de prevención del acoso sexual laboral basada en data. En el 2023, todas las empresas de Inretail participaron de ELSA y fueron reconocidas por la organización por su tolerancia 0 frente al Hostigamiento Sexual Laboral.

Participación por empresa – ELSA

Empresa	# de colaboradores censados en el 2023	% de colaboradores censados en el 2023
Food Retail	3,236	14%
Pharma Retail y Distribución	QS: 301 FAPE: 973	QS: 20% FAPE: 5%
Shopping Malls	274	55%

Percepción de los encuestados

Preguntas	Food Retail	Pharma Retail y Distribución	Shopping Malls
-----------	-------------	------------------------------	----------------

“Se están tomando acciones efectivas contra el hostigamiento o acoso sexual en mi trabajo”	80%	QS: 79% FAPE: 74%	82%
“El HSL no es tolerado en mi ambiente laboral”	79%	QS: 77% FAPE: 76%	80%

Denuncias

Cada empresa tiene su canal oficial para reportar casos de Hostigamiento Sexual Laboral. En esta línea, durante el 2023 hemos recibido un total de 101 denuncias, de las cuales el 100% fueron atendidas, y 62 fueron comprobadas.

(GRI 406-1)

Asociación
colectiva



Nos comprometemos a respetar y garantizar los derechos de nuestros colaboradores, incluyendo la libertad de asociación y negociación colectiva. En esta línea, respetamos las organizaciones de colaboradores con fines de negociación colectiva y establecemos procedimientos para facilitar la negociación periódica con representantes autorizados. En tanto, los representantes de los colaboradores tienen acceso a la

documentación necesaria para cumplir con sus funciones. A su vez, en lo que respecta a la asociación sindical, un 1.32% de los colaboradores InRetail Perú Corp. de pertenecen a sindicatos.

(GRI 407-1) (GRI 2-30)

Seguridad e inocuidad
alimentaria y calidad
de los productos



Contamos con procedimientos efectivos de calidad y sanidad que cumplen con los estándares de la industria, garantizando así la salud de nuestros clientes. Además, ofrecemos planes de inducción para el personal sobre el mantenimiento adecuado de la tienda y las instalaciones. Para obtener más información al respecto, consultar "Market Recall" y "Auditorías".

Discriminación
con el cliente



Tenemos políticas de no discriminación en nuestras tiendas y otros servicios al cliente. En esta línea, capacitamos a nuestro personal sobre diversidad y no discriminación para garantizar un entorno seguro y respetuoso para todos nuestros clientes. Además, contamos con procedimientos claros y efectivos para manejar cualquier queja relacionada con discriminación por parte de los clientes.

Impactos de prácticas
de abastecimiento



Para fortalecer nuestras medidas de mitigación en la cadena de suministro, contamos con evaluaciones ASG de proveedores, capacitaciones y planes de acción, entre otras cosas. Para obtener información detallada, consultar el capítulo "Proveedores".

Impactos en expresión cultural y desarrollo de la vida en la comunidad



Evaluamos exhaustivamente el impacto social y ambiental de nuestros proyectos, y tomamos medidas para mitigar cualquier impacto negativo. Por ello, proporcionamos capacitación continua sobre diversidad e inclusión, y monitoreamos de cerca cómo nuestras operaciones impactan a las comunidades locales.

Planeta

En Shopping Malls implementamos un sistema integrado de gestión y desde el 2022 contamos con las certificaciones ISO 9001 sobre gestión de calidad, ISO 14001 sobre gestión ambiental e ISO 45001 sobre gestión de seguridad y salud ocupacional. En efecto, somos la primera cadena de centros comerciales del país en lograr estas certificaciones, logrando con ello que el 43.5% de la superficie total de InRetail cuente con sistema integrado de gestión certificado.

Cambio climático

Estrategia de cambio climático

Nos comprometemos firmemente a abordar y adaptarnos a los riesgos del cambio climático mediante la implementación de iniciativas proactivas. En efecto, nuestro objetivo es reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y contribuir a limitar el aumento de la temperatura media global en 2°C, tal como se establece en el Acuerdo de París. En este sentido, hemos desarrollado una que se aplica en todas nuestras unidades de negocio.

A partir de lo anterior, se han desarrollado incentivos asociados a clima, que se presentan mediante el cumplimiento del plan ambiental. Estos incentivos se evalúan como parte de la evaluación de desempeño - teniendo un peso del 20% - para la Gerenta Corporativa de Sostenibilidad y la Jefa de Sostenibilidad.

Temática	KPI	Indicador
Eficiencia energética	Disminuir en un 5% el indicador de kWh/m ² respecto del año anterior	kWh/m ²
Reciclaje	Aumentar el reciclaje en un 3% respecto del año anterior	% de reciclaje
Reducción de la intensidad de huella de carbono	Disminuir la intensidad de la huella de carbono de alcance 1 + 2 en un 5% respecto del año anterior	tonCO ₂ eq/ventas

Riesgos financieros del cambio climático (TCFD)

Buscamos de manera proactiva evaluar los riesgos asociados al cambio climático, analizando los distintos escenarios y sus posibles implicaciones futuras para así poder adoptar medidas preventivas. Para ello, hemos realizado un análisis exhaustivo de riesgos y oportunidades

relacionados con el cambio climático, siguiendo las recomendaciones del Grupo de Trabajo sobre Divulgaciones Financieras Relacionadas con el Clima (TCFD, por sus siglas en inglés). Este, a su vez, considera tres escenarios (RCP 2.6, 4.5 y 8.5), que representan diferentes niveles de concentración de Gases de Efecto Invernadero (GEI).

Mitigación	Adaptación
Evitar y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero.	Adaptar nuestras operaciones, procesos y logística al cambio climático.
Medir y hacer esfuerzos para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en nuestras operaciones y cadenas de suministro.	Promoción de tecnologías de adaptación al cambio climático en la agricultura.
Implementar y promover la adopción de energías renovables.	Promover la participación en proyectos de inversión.
Aumentar la eficiencia energética y del agua.	Adoptar medidas preventivas y reactivas en caso de emergencias y desastres naturales.
Optar por suministros de bajas emisiones (refrigerantes, extintores, etc.).	Promover medidas para la protección de la biodiversidad y los recursos naturales.
Adoptar tecnologías y transporte de bajo carbono en la distribución de productos y operaciones.	Evaluar a los proveedores en función de los riesgos y oportunidades relacionados con el cambio climático.
Tomar acciones basadas en el análisis del ciclo de vida del producto.	Implementar criterios de eficiencia energética e hídrica en el diseño y construcción de locales.
Reducir la generación de residuos, aumentar las tasas de reciclaje y desviar alimentos de los vertederos a través de donaciones.	Implementar un plan de contingencia para la distribución de productos en caso de emergencia.
Trabajar de la mano con los proveedores agrícolas para desalentar el cambio de uso de suelo y fomentar el uso responsable de fertilizantes.	Implementar programas de economía circular.

Cabe precisar que, al seleccionar la ubicación de nuestros nuevos proyectos, verificamos que estos no estén en zonas de alto riesgo de desastres naturales identificadas por el Instituto Nacional de Defensa Civil (Indeci). En efecto, si el riesgo es inevitable, adaptamos el diseño de la infraestructura para que sea resistente y segura ante posibles eventos adversos. Igualmente, para promover la construcción sostenible, hemos establecido el Comité Cibeles. Este comité proporciona información y pautas sobre características de construcción sostenible. Además,

como resultado de nuestras sesiones hemos elaborado un checklist que está alineado a LEED, EDGE y al Código Técnico de Construcción Sostenible de Perú.

Oportunidades surgidas a raíz del cambio climático (TCFD)

Aplicar las recomendaciones del TCFD ayuda a gestionar los riesgos del cambio climático y también a abrir oportunidades financieras que impulsan la sostenibilidad y el crecimiento a largo plazo, entre las que se incluyen: inversiones sostenibles, productos financieros verdes, reducción de costos operativos y acceso a mercados y clientes. En efecto, durante 2022, Supermercados Peruanos fue la primera empresa peruana del sector retail en recibir un préstamo verde por S/ 100 millones por parte de Interbank, mientras que, en 2023, recibió otro por S/ 150 millones por parte de BBVA (ambos son hasta 2027). Además, estamos por firmar un tercero en 2024. Esta modalidad de financiamiento ha permitido invertir en infraestructura para la inauguración de más tiendas a nivel nacional y para ello, nos comprometimos con dos objetivos específicos:

- 1) **Objetivo ambiental:** Lograr más del 76% de residuos reciclados en nuestras tiendas de plazaVea, Vivanda y Mass.
- 2) **Objetivo social:** Llegar a más de 80,000 beneficiarios a través de nuestro programa de donación de alimentos, “Bueno por Dentro”.

Huella de carbono

(GRI 305-1) (GRI 305-2) (GRI 305-3)

Medimos y verificamos nuestra huella de carbono para los alcances 1, 2 y 3. Para ello, utilizamos la herramienta Huella de Carbono Perú del Ministerio de Ambiente, la cual sigue el estándar ISO 14064-1 y los estándares del GHG Protocol para el alcance 3.

En esta línea, el detalle por unidad de negocios es el siguiente:

Alcance	UN	2021 tCO _{2e}	2022 tCO _{2e}	2023 tCO _{2e}	Meta 2023
Alcance 1	SPSA	6,233.80	33,845.60*	71,791.00	70,926.20
	Pharma - QS	2.83	189.70	143.90	
	Pharma - FP	12.70	28.70	2,611.00	
	Real Plaza	85.24	74.90	113.26	
	SubTotal	6,334.57	34,138.90	74,659.19	
Alcance 2	Food Retail	38,499.90	46,937.70	58,974.00	80,932.80
	Pharma - QS	768.90	832.50	924.40	
	Pharma - FP	7,756.94	7,935.10	11,512.80	
	Shopping Malls	6,406.76	10,018.20	13,781.20	
	SubTotal	53,432.50	65,723.50	85,192.40	
Alcance 3	Food Retail	2,861,976.67	3,724,857.23	3,666,951.63	4,214,840.80
	Pharma – QS	424,366.64	78,704.22	51,888.90	
	Pharma - FP	996,920.62	384,493.00	302,173.20	
	Shopping Malls	20,887.35	25,059.14	33,830.20	
	SubTotal	4,304,151.28	4,188,054.45	4,054,843.93	

* Hubo un error en el cálculo relacionado con las emisiones por fugas de refrigerantes (Alcance 1). El error se corrigió para el año 2022; pero se están esforzando para corregirlo en años anteriores.

**Nuestra medición de Alcance 2 es 'location based'.

La tasa media de refrigerantes que no tienen potencial de calentamiento global es de 0%.

Desglose Alcance 3³

Categoría	tCO _{2e}
Bienes y servicios adquiridos	3,514,650.20
Bienes de capital	1,296.90
Actividades relacionadas con combustibles y energía	1,785.70
Transporte y distribución aguas arriba	18,323.30
Residuos generados en operaciones	973.30
Viajes de negocios	497.20
Desplazamiento de empleados	9,619.30
Transporte y distribución aguas abajo	4,443.70
Uso de productos vendidos	474,289.83
Activos arrendados aguas abajo	28,614.40
Consumo de agua	350.10
Total	4,054,843.93

³ No se miden las categorías activos arrendados aguas arriba, procesamiento de productos vendidos, tratamiento al final de la vida útil de los productos vendidos, franquicias e inversiones, por representar menos del 3% en suma.

Según nuestra estrategia, seleccionamos el 2022 como línea de base para nuestra huella de carbono. Esto se debe a que necesitamos una base más sólida y precisa para nuestras mediciones, reconociendo que los años 2020 y 2021 se consideran anómalos debido a la interrupción parcial de nuestras operaciones causada por la pandemia de COVID-19. En efecto, durante estos años, nuestras operaciones no pudieron alcanzar el 100% de su capacidad, lo que podría distorsionar comparaciones significativas.

En tanto, es importante señalar que no todas las unidades de negocio calcularon su huella de carbono en 2019, lo que podría afectar la comparabilidad de los datos. En consecuencia, a partir de 2023, hemos decidido adoptar el año 2022 como nuestra línea de base, ya que este año refleja nuestras operaciones bajo condiciones normales. Este enfoque nos permitirá evaluar de manera más efectiva nuestro progreso hacia la reducción de nuestra intensidad de emisiones.

En el 2023 elaboramos un Plan de Reducción de emisiones de GEI, el cual tiene como objetivo desarrollar y proponer medidas de mitigación para la reducción de emisiones directas e indirectas provenientes de las operaciones del Grupo. Se utilizó la metodología y criterio de la iniciativa Science Based Target (SbTi) para la definición de la meta de reducción de emisiones, en donde para los Alcance 1 y 2 esta fue determinada en términos de CO₂eq, siendo la meta de reducción de 44% al 2031, mientras que para el Alcance 3 se determinó una meta basada en el supplier engagement en base a indicadores meta para las medidas propuestas. El resultado final fue un plan que contiene un total de 34 medidas, 16 medidas para abordar emisiones de los Alcances 1 y 2, y 17 medidas para el Alcance 3.

Metas

(GRI 305-5)

Contamos con metas en cambio climático para el 2025 y estas son:

- Reducir nuestras emisiones de huella de carbono (alcance 1 y 2) relativas en un 15% versus 2022.
- Disminuir nuestro consumo energético en un 15% versus 2022.
- Reciclar el 60% de los residuos generados en nuestras operaciones.

Para ello, implementamos las siguientes acciones:

- **Eficiencia energética:** Estamos comprometidos en reducir el consumo de energía mediante tecnologías eficientes, energías renovables y buenas prácticas. En este sentido, desde el 2022 trabajamos con el Proyecto Retail Energy para implementar acciones de eficiencia energética, involucrando a los directores de operaciones de cada unidad de negocio.
- **Eficiencia hídrica:** Nuestras tiendas cuentan con grifos ahorradores para reducir el consumo. Nuestro enfoque principal está en el monitoreo de la calidad del agua residual y su cumplimiento normativo, tanto en Food Retail como Shopping Malls. Para ello, realizamos monitoreos constantes de calidad de agua, capacitamos

continuamente a nuestros colaboradores y hemos desarrollado procedimientos de buenas prácticas de limpieza para mantener la calidad del agua residual.

- **Cuidado de la biodiversidad (flora y fauna):** No desarrollamos operaciones en áreas protegidas ni de alta biodiversidad. Igualmente, capacitamos a nuestros proveedores en prácticas responsables para extender nuestra cobertura y compromiso a la cadena de suministro.
- **Reducción de empaques y residuos:** Nos proponemos migrar, en la medida de lo posible, a empaques reutilizables, reciclables o compostables. Por otro lado, implementamos iniciativas para reducir el desperdicio de alimentos, reciclar y asegurar la trazabilidad de los residuos generados en toda nuestra operación.
- **Huella de carbono:** Medimos y realizamos esfuerzos para reducir nuestras emisiones de gases de efecto invernadero.
- **Cultura ambiental:** concientizamos a proveedores, colaboradores y clientes sobre la importancia de prácticas sostenibles.

Prácticas medioambientales

Sistema de gestión de energía

En el 2022, lanzamos el proyecto Retail Energy con la finalidad de implementar medidas de eficiencia energética en nuestras unidades de negocio, comprometiéndonos con el cumplimiento de objetivos relacionados con la estandarización de reportes de consumo de electricidad, análisis de datos históricos y reporte de indicadores para la gestión energética. Asimismo, implementamos buenas prácticas para el ahorro energético en equipos electromecánicos y sistemas de iluminación, incluyendo la adopción de tecnología LED.

En el 2023, publicamos nuestra Política Corporativa de Eficiencia Energética, desplegada en todas las unidades de negocio. A su vez, para monitorear el consumo de electricidad en tiempo real y corregir posibles problemas de calidad de energía o consumos innecesarios en nuestras tiendas, implementamos un software de gestión energética en 28 locales, logrando ahorros de hasta S/ 500,000 soles en el 2023. También, desarrollamos buenas prácticas de eficiencia energética para operar eficientemente los sistemas de refrigeración, aire acondicionado, ventilación e iluminación; capacitando a más de 400 personas involucradas en la operación de estos equipos energéticos en tiendas.

Cabe señalar que, en 2024, seremos parte del programa “Red de Aprendizaje en Sistemas de Gestión de la Energía”, proyecto financiado por Euroclima y la Agencia de Cooperación Alemana – GIZ, el cual tiene como objetivo implementar un Sistema de Gestión de la Energía (SGEn - bajo los lineamientos de la ISO 50001). Mediante este proyecto se realizarán diagnósticos energéticos y se proporcionará asistencia técnica como cursos virtuales y presenciales a los líderes de mantenimiento o eficiencia energética de las tiendas.

[Food Retail](#)

- **Iluminación LED:** En nuestras tiendas plazaVea realizamos un cambio progresivo a iluminación LED tanto en piso de ventas como en trastienda desde el 2021. Asimismo, el 2023 incorporamos 8 tiendas Makro con iluminación LED. De esta manera, concluimos con éxito el proyecto de transición a la iluminación LED en todas nuestras tiendas. En el 2024 implementaremos sistemas de automatización para la iluminación en 20 tiendas plazaVea, instalando sistemas de timer inteligentes y sensores de presencia de ondas milimétricas en trastienda, asimismo adecuaremos el techo de 15 tiendas para proporcionar de iluminación natural al piso de ventas.
- **Software de gestión de energía:** El 2023 incorporamos el software Power Monitoring Expert que permite monitorear el consumo de electricidad en tiempo real e identificar oportunidades de ahorro y optimización. Además, todas nuestras tiendas nuevas ya consideran la implementación de un BMS desde su diseño y construcción. En el 2024 incorporaremos 25 tiendas a este software, cubriendo el 40% de nuestros plazaVea.
- **Energía renovable:** El 2022 implementamos paneles solares en nuestra tienda plazaVea Moquegua, los cuales proporcionan aproximadamente el 25% de la energía consumida en la tienda. En el 2023, este sistema generó más de 220mil kWh, obteniendo un ahorro de más de S/100 mil soles.
- **Auditorías de eficiencia energética:** Contamos con la Escuela de Auditorías Energéticas, donde capacitamos a los jefes y supervisores de mantenimiento para fortalecer sus habilidades relacionadas con la mejora de la eficiencia energética en los equipos electromecánicos de las tiendas. En 2023, se generaron propuestas de mejoras de eficiencia energética, enfocadas en la correcta medición del consumo de energía. Por lo que, en 2024 se procederá a la renovación de 80 medidores inteligentes en nuestras tiendas.

[Pharma Retail y Distribución](#)

- **Iluminación LED:** Durante los primeros meses del 2023, concluimos con éxito el proyecto de transición a la iluminación LED en el centro de distribución de Química Suiza (Santa Anita, Lima). Además, se cambiaron las luminarias del centro de distribución de Chorrillos (Lima), que ahorran un 40% de energía. También hemos implementado este cambio en 2,090 unidades de nuestras farmacias, lo que ha supuesto un ahorro del 30% en el consumo de energía para la iluminación. Como resultado, aproximadamente el 91% de nuestras farmacias ahora cuentan con iluminación LED.
- **Energía renovable:** Contamos con el certificado de Energía Renovable (REC, por sus siglas en inglés), que confirma que 71 MWh de la energía eléctrica utilizada en la construcción de nuestro Centro de Distribución de Punta Negra proviene de fuentes renovables. Además, hemos implementado un sistema BOT para automatizar la gestión de los recibos de energía de todas las farmacias, garantizando un registro preciso del consumo energético.

- Eficiencia energética: En 2023, se implementó un Comité de Eficiencia Energética, el cual cuenta con reuniones trimestrales y un plan de trabajo al 2025.

Shopping Malls

- Sistema de medición de electricidad para locatarios: En el 2023, Real Plaza finalizó la implementación de un sistema de medición y facturación automática de electricidad para los locatarios de sus centros comerciales. La información de estos sistemas ayudará a los locatarios a comprender mejor su consumo de energía y tomar medidas para reducirlo, generando un uso más eficiente de la energía y ahorros en sus facturas.
- Auditoría Energética en el Real Plaza Salaverry: La auditoría energética se llevó a cabo en las áreas comunes y sistemas electromecánicos del centro comercial (incluyendo iluminación, ventilación, aire acondicionado, escaleras eléctricas, motores, ascensores, entre otros). Este diagnóstico permitirá a los operadores del centro comercial gestionar de manera eficiente estos sistemas, para lograr ahorros en el consumo de electricidad, especialmente en los sistemas de aire acondicionado y ventilación, la principal fuente de consumo de energía.

Consumo de energía

(GRI 302-1) (GRI 302-4)

Total de energía consumida	Unidad	2021 *	2022	2023
Combustibles no renovables comprados y consumidos	MWh	22,779	48,926	87,878
Food Retail	MWh	22,357	48,547	87,525
Pharma Retail y Distribución	MWh	95	95	116
Shopping Malls	MWh	327	284	237
Energía eléctrica no renovable comprada	MWh	130,175	143,347	183,853
Food Retail	MWh	92,669	103,685	128,635
Pharma Retail y Distribución	MWh	22,085	19,321	27,057
Shopping Malls	MWh	15,421	20,341	28,161
Total de energía renovable comprada	MWh	180,877	174,125	205,973
Food Retail	MWh	128,763	130,532	147,347
Pharma Retail y Distribución	MWh	30,687	24,299	31,145
Shopping Malls	MWh	21,427	19,195	25,776
Total de energía renovable generada	MWh	0	164	228
Food Retail	MWh	0	164	228
Pharma Retail y Distribución	MWh	0	0	0
Shopping Malls	MWh	0	0	0
Total de energía renovable consumida	MWh	180,877	174,387	204,496
Total de energía no renovable consumida	MWh	152,378	192,273	271,731
Total de energía consumida	MWh	333,255	366,562	476,227

*El año 2021 es considerado atípico debido a las circunstancias operativas no convencionales atribuidas a la pandemia de COVID-19, ya que no operamos a plena capacidad.

Cabe señalar que, durante 2023, un 43% de la energía utilizada en nuestras operaciones fue renovable. Así mismo, el 81% de la energía eléctrica que consumimos proviene de la red, y estamos trabajando para aumentar este porcentaje en el futuro a través de la implementación de proyectos de autogeneración con fuentes renovables.

Si bien nos habíamos propuesto en el 2022, un objetivo de consumo de energía no renovable de 183,381 MWh, alineada a la reducción anual constante del 5% en nuestro indicador relativo de consumo energético, el 2023 en Perú presentó un panorama desafiante. Las temperaturas alcanzaron niveles históricos sin precedentes en varias décadas, registrando el invierno más cálido en los últimos 60 años a nivel nacional⁴ y experimentando olas de calor de mayor duración que lo habitual. Este contexto excepcional provocó un aumento significativo en el consumo de electricidad debido al uso intensivo de equipos de refrigeración y aire acondicionado.

Adicionalmente, el aumento en el consumo de combustible se debe a los desafíos en el suministro eléctrico de la red, especialmente en la región norte del país, donde la calidad del suministro es deficiente. Para compensar las demandas energéticas de la tienda, fue necesario activar los generadores, lo que contribuyó a un mayor consumo de combustibles. En 2023, también se implementó un bot en Pharma para la obtención de los consumos energéticos de las farmacias a nivel nacional y se revisó exhaustivamente la información de combustibles de Food Retail, mejorando así la confiabilidad de los datos.

Por estas razones, estamos reevaluando nuestro año base de referencia con el fin de asegurar un punto de comparación más preciso para nuestros objetivos.

Programas de gestión de eficiencia hídrica

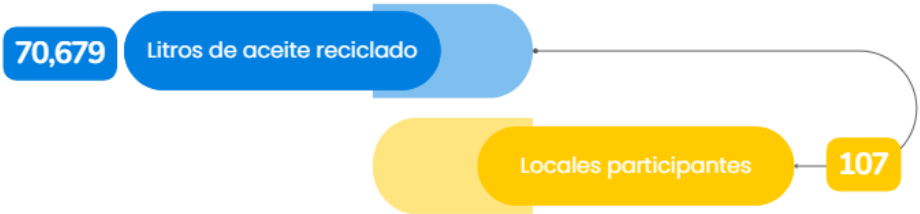
Utilizamos agua proveniente de la red pública para nuestras operaciones y para garantizar una gestión responsable, nos enfocamos en: reducir en lo posible el consumo del agua y asegurar que el agua residual que se vierte en nuestro alcantarillado cumpla con los valores máximos admisibles (VMA) indicados en la normativa vigente.

En tanto, en Food Retail, llevamos a cabo capacitaciones constantes a nuestros colaboradores en tiendas y jefes de sección respecto al cuidado del agua y buenas prácticas de limpieza.

Por otro lado, implementamos medidas concretas para preservar la calidad del agua residual, como el uso de trampas de grasa diseñadas para retener sólidos y grasas, las cuales cuentan con un plan de mantenimiento y limpieza anual. Del mismo modo, hemos instalado válvulas ahorradoras de agua en nuestras tiendas y grifos equipados con tecnología eficiente. Asimismo, en alianza con empresas especialistas en el reciclaje de aceite, recolectamos el aceite vegetal usado en el área de pollería de nuestras tiendas plazaVea y Vivanda. Este luego de ser usado es acondicionado y transformado en insumos para la industria química, y se usa para elaborar jabones, detergentes, velas, aceites industriales, agentes desmoldantes,

⁴ https://elperuano.pe/noticia/232756-2023-presento-las-temperaturas-mas-altas-de-los-ultimos-60-anos-para-peru#google_vignette

masillas y biocombustibles, tanto en el mercado nacional como en el internacional. En esta línea, durante 2023, fueron:



A su vez, en nuestros Shopping Malls, llevamos a cabo auditorías exhaustivas de los Valores Máximos Admisibles (VMAs) en el 100% de los locales de gastronomía. Estas inspecciones se realizan en colaboración con un laboratorio acreditado, que examina los puntos de salida de cada local para garantizar el cumplimiento de las normativas locales pertinentes. En efecto, la colaboración con un laboratorio acreditado nos permite garantizar la calidad y objetividad de los resultados obtenidos. Además, al enfocarnos en los puntos de salida de cada local, nos aseguramos de abordar directamente la fuente de posible contaminación, permitiendo una acción correctiva inmediata en caso de detectarse desviaciones respecto a los VMAs establecidos.

Consumo de agua

(GRI 303-5)

Consumo total de agua*	Unidad	2021	2022	2023
Food Retail	m³	715,017.0	713,964.4	728,741.4
Pharma Retail y Distribución	m³	431,443.0	358,009.6	488,991.3
Shopping Malls	m³	353,440.0	945,260.4	1,018,812.9
Total	m³	1,499,900.0	2,017,234.4	2,236,544.7

*El consumo de agua es igual a la extracción.

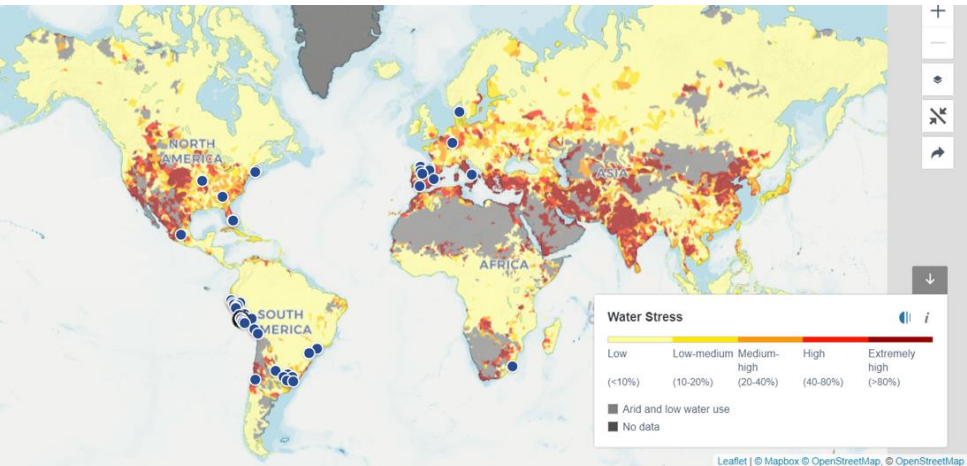
Para el 2023, nuestra meta era alcanzar un objetivo de consumo de agua de 2,018,330.2 m³, pero no pudimos cumplirlo debido a un aumento en el consumo de agua en nuestros centros comerciales. Este aumento se atribuyó a una mayor ocupación y afluencia de visitantes en los centros comerciales. En el caso de Pharma Retail el consumo de agua incrementó ya que en el 2023 se implementó un Bot que recolectó la información de consumo de los recibos de las farmacias, en años anteriores el consumo se había obtenido en base a los montos facturados y proyecciones.

No obstante, para 2024, queremos enfocarnos principalmente en mejorar la calidad del agua para cumplir con los requisitos regulatorios, en lugar de centrarnos en el consumo de agua o en el tratamiento de aguas residuales. En efecto, nuestro objetivo principal es garantizar que el agua que proporcionamos cumpla con los estándares establecidos, priorizando la calidad y seguridad para nuestros usuarios y el medio ambiente.

Riesgos hídricos en la cadena de suministro

Realizamos la evaluación del riesgo de escasez de agua para 176 de nuestros Proveedores de productos ganaderos, maíz, aceite de palma, arroz, soja, azúcar, tabaco y algodón utilizando la herramienta Aqueduct. En esta línea, los resultados revelaron que el 78% de estos operan en áreas con riesgos considerados como "Extremadamente Altos" y "Altos". Por este motivo, en 2024 vamos a establecer una comunicación directa con los proveedores para compartir los resultados y obtener información sobre las prácticas que están implementando para mitigar los riesgos relacionados con el agua.

Mapa de evaluación de estrés hídrico de nuestros proveedores a través de la herramienta Aqueduct



Exposición de los Proveedores a Estrés Hídrico

% de productos agrícolas obtenidos en áreas con estrés hídrico	
Productos de ganado	73%
Maíz	100%
Arroz	99.9%
Soja	32%
Azúcar	74%
Algodón	100%

Gestión de residuos

(GRI 306-1) (GRI 306-4)

Programas de gestión de residuos

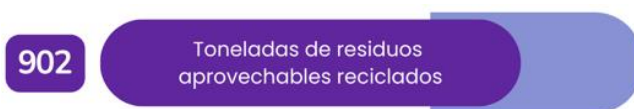
Somos conscientes de la importancia de gestionar los residuos que generamos en todas nuestras unidades de negocio. Por ello, trabajamos continuamente en prevenir, minimizar y valorizar los residuos generados desde el transporte, distribución y operaciones en locales hasta la eliminación de la vida útil del producto. Cabe destacar que toda nuestra gestión es

auditada de manera interna y fiscalizada por entidades del estado peruano, lo que eleva los estándares de nuestra gestión de residuos.

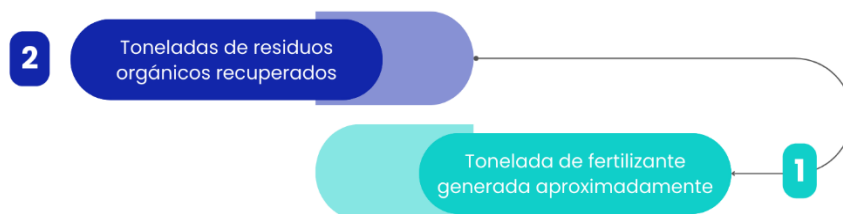
Food Retail

En Food Retail contamos con un Plan de manejo de residuos y un Manual de Gestión de Residuos en Locales, donde establecemos los procedimientos para el manejo adecuado de los residuos generados, asegurando su máximo reaprovechamiento. Además, en todas nuestras tiendas, todas las cajas de cartón y plástico film que se generan son recicladas. En efecto, para asegurar un seguimiento efectivo, hemos implementado un termómetro de reciclaje y establecido metas claras en cuanto a la cantidad de material reciclado. Igualmente, incentivamos activamente la participación de nuestros equipos, otorgando premios a las tiendas que superan estas metas, fomentando así una cultura de reciclaje y sostenibilidad en toda nuestra operación.

- **Recicla Mass:** Continuamos con nuestro programa de logística de inversa en nuestras tiendas Mass de Lima para la devolución de materiales reciclables utilizados en el embalaje de mercadería para su posterior reciclaje.



- **La Lombriz Feliz:** En alianza con plazaVea y Promart es nuestro proyecto de valor compartido de economía circular enfocado en el compostaje para la transformación de desechos orgánicos y la generación de fertilizante para plantas.



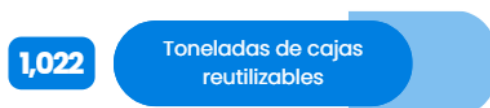
- **Recolección de Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAEE) a nivel nacional:** Como parte de nuestros compromisos en la gestión de residuos, de la mano de RLG implementamos una campaña de recolección de RAEE generado en nuestras operaciones a nivel nacional.
- **Capacitación en gestión de residuos:** Sensibilizamos a nuestro personal operativo en buenas prácticas, procedimientos y, sobre todo, en generar una cultura que comprenda la importancia de minimizar nuestro impacto ambiental. Para esto, utilizamos mensajes por e-mail, afiches, webinars y cursos vía e-learning.
- **Líderes de Sostenibilidad:** Contamos con líderes de sostenibilidad en las tiendas, quienes nos ayudan con la sensibilización y el cumplimiento, y reconocemos a las

tiendas que cumplieron con las metas de reciclaje, generando motivación y compromiso.

[Pharma Retail y Distribución](#)

En Pharma Retail y Distribución tenemos un plan de minimización de residuos sólidos en Química Suiza, el cual es replicado en las empresas de la plataforma pharma. En esta línea, algunas de nuestras iniciativas son:

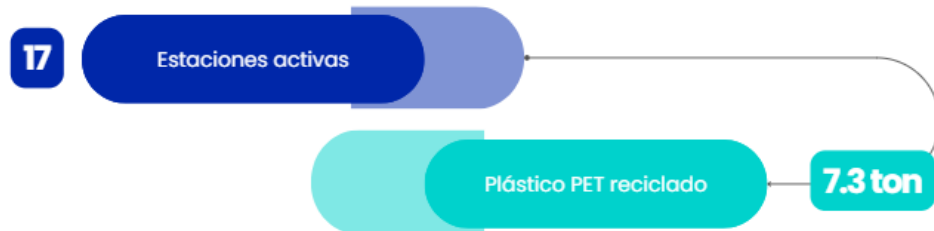
- Reutilización de cajas y bandejas plásticas: Nuestros productos se distribuyen a las farmacias en bandejas plásticas especiales, que se devuelven al centro de distribución, y reducimos el uso de cajas de cartón. Reusamos las cajas de cartón donde vienen los productos que comercializamos, como las de distribución a nuestras propias farmacias y a las independientes, si las cajas cumplen con los estándares de calidad; para preparar material de relleno y para armar separadores internos.



- Recicla Botica: Programa mediante el cual 68 de nuestras farmacias retornan las cajas de cartón para proceder con la reutilización respectiva, si las condiciones lo permiten, en la distribución de productos o su posterior reciclaje.
- Donación de productos de logística inversa: Todo producto farmacéutico y/o de consumo y nutrición, que por alguna razón se daña exteriormente durante la permanencia en la farmacia y su venta no es posible, pero sigue en buenas condiciones internas, es retornado al centro de distribución donde, previa evaluación, se destina a donación.
- Gestión de RAEE: Durante el 2023, suscribimos un convenio con la empresa CLARO para la gestión de Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAEE) e instaló cuatro (4) puntos de acopio.

[Shopping Malls](#)

- Estaciones de Reciclaje: Ponemos a disposición puntos de acopio en estaciones de reciclaje en nuestros malls para que los visitantes puedan aprender a segregar sus residuos. En los malls de Primavera y Salaverry contamos con los robots recicladores IRbin, que permite que el visitante acumule puntos con el cual puede canjear productos ecoamigables. Asimismo, contamos con 15 acopiadores de botellas PET y 04 estaciones de reciclaje. En tanto, durante el 2023 logramos recolectar 7.29 toneladas de plástico.



- Puntos de acopio de RAEE: Tras convenio con Entel, tenemos contenedores de Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAEE) en todos los malls de Lima para incentivar a los clientes a disponer sus residuos adecuadamente. Por su parte, para los residuos generados en la operación, los gestionamos por medio de un colectivo de RAEE y contamos con contenedores para asegurar la correcta segregación.

Residuos generados y aprovechados

(GRI 306-3) (GRI 306-4)

Disposición de residuos	Unidad	2021	2022	2023
Total de residuos generados	Toneladas	10,192.8	13,171.0	15,646.8
Food Retail	Toneladas	8,660.4	10,825.5	13,473.1
Pharma Retail y Distribución	Toneladas	1,003.2	1,881.3	825.1
Shopping Malls	Toneladas	529.2*	464.2	1,348.7
Total de residuos reciclados	Toneladas	7,171.4	9,767.0	10,691.8
Food Retail	Toneladas	6,100.4	7,817.7	9,725.4
Pharma Retail y Distribución	Toneladas	894.5	1,782.6	536.6
Shopping Malls	Toneladas	176.5*	166.7	429.8
Total de residuos dispuestos en rellenos sanitarios	Toneladas	3,021.4	3,404.0	4,964.9
Food Retail	Toneladas	2,560.0	3,007.8	3,747.6
Pharma Retail y Distribución	Toneladas	108.7	98.7	298.4
Shopping Malls	Toneladas	352.7*	297.5	918.9

*Los cálculos de residuos de Real Plaza en el 2021 fueron actualizados por un cambio en la metodología de cálculo. Se considera el alcance de 30% de los Malls.

Para el 2023, el alcance de la información es de 82.12% debido a la complejidad del levantamiento de información a nivel nacional. En el caso de los residuos de las farmacias y de las tiendas Mass son considerados residuos domiciliarios y son gestionados por la Municipalidad (cartón, papel y plástico), con excepción de los productos próximos a vencer

para el caso de Pharma que son devueltos al centro de distribución. El desafío para 2023 es incorporar más farmacias al programa Recicla Botica y ReciclaMass.

Metas 2024

Food Retail

- Lograr un 70% de material reciclado en promedio en las operaciones de plazaVea, Vivanda, Makro y OSLO.

Pharma Retail y Distribución

- Lograr aumentar de 63% (2023) a 65% (2024) los residuos reciclados del total de las operaciones.

Shopping Malls

- Mantener el cumplimiento normativo aplicable en gestión de residuos sólidos.
- Asegurar el desarrollo de buenas prácticas en la gestión de residuos sólidos, mejorando continuamente.
- Mantener vigentes nuestras certificaciones.
- Fortalecer la trazabilidad de la gestión de nuestros residuos sólidos.

Desperdicio de alimentos

Nuestra unidad de negocio Food Retail y sus marcas son las principales empresas retail comercializadoras de alimentos en el país. Por ello, mantenemos un firme compromiso para gestionar adecuadamente nuestros productos. No obstante, también buscamos producir la menor cantidad posible de residuos de alimentos, ya que entendemos la importancia de reducir nuestro impacto ambiental y contribuir a la sostenibilidad del planeta. En esta línea, contamos con dos estrategias clave, que son:

- 1) Implementar tecnología y mejorar nuestros procesos para minimizar el desperdicio: Actualmente, trabajamos con los sistemas ASR y AWR.
 - ✓ Sistema ASR (Advanced Store Replenishment): Gestiona el reabastecimiento de tiendas y analiza la data de inventario, y los SKU por local, venta y stock para un abastecimiento adecuado de las tiendas.
 - ✓ Sistema AWR (Advanced Warehouse Replenishment): Administra el reabastecimiento de Centros de Distribución (CD), analizando cada combinación SKU por centro logístico, así como los traslados desde los CD a tiendas y el stock almacenado en cada CD.

Cabe señalar que ambos sistemas nos permiten predecir con mayor precisión los niveles de abastecimiento necesarios y minimizar la cantidad de merma¹.

- 2) Rescatar alimentos en buen estado para darle un fin alternativo y evitar su desperdicio: En InRetail la comida no se bota. En efecto, contamos con un Compromiso con la reducción y posible eliminación del desperdicio de alimentos, el cual busca medir y

reducir la cantidad de alimentos que pueden desperdiciarse y reaprovecharlos, priorizando siempre su donación. De esta manera, la merma que se encuentran en buen estado es reaprovechada mediante nuestro programa Bueno por Dentro (BxD). Mediante este, priorizamos la donación de alimentos a organizaciones sociales que brindan servicio de alimentación continua a niños, adultos mayores y mujeres vulnerables. Para ello, capacitamos a colaboradores de tienda y centros logísticos en procedimientos de donación, atención a organizaciones sociales, y sobre la importancia de este proyecto, que alimenta a más de 100,000 personas, evitando desperdicios y dando un retorno tributario a la empresa.

¹La merma comprende todas aquellas “pérdidas” que se producen a lo largo de la cadena de distribución y ventas en el mercado retail y que se originan por distintos motivos: por roturas, pérdidas parciales del producto, estética y promociones vencidas, entre otros.

Proyecto “Blue Yonder”

Desde 2022, nuestro formato OSLO inició la implementación de un nuevo sistema de reposición de la categoría Frescos llamado “Blue Yonder – Luminare”, que usa herramientas de Inteligencia Artificial (IA) y Machine Learning (ML).

Este proyecto considera en los pronósticos de venta no únicamente la variable “cantidad”, sino que también, incorpora aquellas que pudiesen afectar nuestras ventas, tales como la temperatura. Esto, ya que, en días más cálidos, evidenciamos un aumento en la venta de productos tales como sandía, pepino y uvas. Por otro lado, también está el precio, pues ante una disminución de este de la naranja, la cantidad de venta pronosticada de dicha fruta aumentará. Finalmente, el calendario de eventos también impacta los pronósticos, ya que, es más probable que la venta de alcohol aumente en los partidos de fútbol, y el sistema previene esto para hacer una compra más estratégica.

Además, el sistema va aprendiendo de sus decisiones ante las variables y, en el tiempo, va perfeccionando su pronóstico. Ello, produce un mejor abastecimiento, menores ventas perdidas y la reducción de la merma (esto, asociado, así como disminución de generación de residuos sólidos a lo largo de nuestra cadena, considerando el tiempo de vida de los productos frescos).

Cabe señalar que, en 2023, esta iniciativa se terminó de implementar en las categorías de Frutas y Verduras, Fiambres y Quesos, Carnes, Panadería, Pastelería y Comidas Preparadas.

Indicador	Unidad	2021	2022	2023	Meta 2023
Cálculo de merma conocida	Toneladas	15,535.76	19,919.00	21,933.22	22,067.30
Cálculo total donado (food)	Toneladas	8,811.31	11,787.29	11,743.94	11,475.00

Indicador	Unidad	2021	2022	2023	Meta 2023
Cálculo destinado a compostaje	Toneladas	-	2.18	1.08	1.00
Total descartado	Toneladas	6,724.45	8,129.53	10,189.28	10,592.30
Importe del total donado (food)	S /	47,316,734.43	63,297,756.39	63,064,939.19	-
Intensidad (merma de food / venta de food)	#	0.013	0.015	0.016	0.016

Es importante mencionar que medimos la merma generada de manera continua, diferenciándola por tipo de categoría de producto, motivo de merma y sedes donde se produce. Asimismo, establecemos metas anuales tanto para la generación de merma como para la donación. En el 2023, la merma aumentó debido a las paralizaciones por la coyuntura política y social, así como a las intensas lluvias en el norte, lo que causó interrupciones en la distribución de alimentos y una menor afluencia en las tiendas.

Empaquetado

Somos conscientes de la importancia de prevenir y reducir los impactos ambientales negativos causados por el uso excesivo de plástico y otros materiales como madera/fibra de papel, metal (ej. Aluminio) y vidrio. En esta línea, en toda nuestra operación y cadenas de suministros, nos comprometemos a reducir los empaques innecesarios con estos materiales y mejorar los diseños para minimizar los residuos y su impacto ambiental. En efecto, mediante nuestras metas que están alineadas con el compromiso global de la Fundación Ellen MacArthur, nos pusimos como objetivo promover el uso de materia prima reciclada y empaques reciclables en los productos de marca propia e incentivar un consumo responsable entre nuestros clientes.

A su vez, a través del programa Recicla Consciente, en nuestros formatos plazaVea, Vivanda y Makro, hemos establecido la red de reciclaje más grande del Perú, demostrando un compromiso sólido con la sostenibilidad y el medio ambiente. En efecto, a través de esta iniciativa, no solo promovemos prácticas responsables de reciclaje entre los consumidores y nuestras tiendas, sino que también jugamos un papel crucial en la formalización de asociaciones de recicladores. Asimismo, en el e-commerce colocamos un sello para que el cliente de este canal tenga la misma oferta de información.

Hitos programa “Recicla Consciente” en 2023
• Más de 114 toneladas de material reciclado • 86.9% de los envases se reciclaron • 26 empresas asociadas • 56 estaciones de reciclaje en Arequipa, Ica, Junín, Lima y Piura. • Premio Anda: Categoría “Mejor mundo: ambiental”

Hitos programa “Recicla Consciente” en 2023

- Más de 10 millones de usuarios en redes sociales
- 1,057 recicladores capacitados
- 157 recicladores certificados
- 556 voluntarios digitales (influencers del reciclaje)

Desde el 2022, nos hemos comprometido con las Golden Design Rules, normas desarrolladas por el Consumer Goods Forum. Estas brindan un marco claro para impulsar la innovación y acciones que reduzcan el uso de envases plásticos y mejoren la reciclabilidad de los envases de nuestros productos. En este contexto, Supermercados Peruanos se ha comprometido a alcanzar siete objetivos relacionados con este tema para 2025. A finales de 2023, iniciamos la elaboración del primer reporte de avance para evaluar nuestros progresos y reforzar nuestro compromiso. Asimismo, hemos migrado empaques termoformados a empaques sellados al vacío en productos cárnicos, reduciendo así el uso de plástico en el empaquetado.

Desde Pharma, lanzamos un formulario dirigido a los principales proveedores de Marcas Propias para recopilar información sobre el empaquetado. Gracias a esta iniciativa, logramos cubrir el 82.84% de los envases de productos en las categorías de Consumo y Nutrición de nuestras marcas propias. Además, entre 2022 y 2023, triplicamos las ventas de las marcas propias que introdujimos en 2021: Cluny y Agrado Nature. Estas marcas se destacan por su enfoque en la reducción de impactos ambientales en la formulación de productos y la reciclabilidad de sus envases.

Cabe destacar que, para cumplir con nuestros compromisos, en el 2023 establecimos mesas de trabajo integradas por diversas áreas del negocio, con el objetivo de generar nuevas iniciativas y garantizar el cumplimiento de nuestras políticas.

Uso de plástico en el empaquetado					
Indicador	Unidad	2021	2022	2023*	Meta 2023
Peso total de los empaques de plástico	Toneladas métricas	1,561.8	1,558.9	1,917.45	2,338.4
Empaques de plástico reciclable	%	72.37%	70.51%	71.37%	70.00%
Empaques de plástico hecho de plástico compostable	%	27.63%	29.49%	26.86%	20.00%
Empaques de plástico hecho de material reciclado	%	10.69%	15.16%	12.23%	10.00%

Uso de otros materiales en el empaquetado			
Material	Peso total (ton) 2023*	% de material reciclado o certificado	Meta 2023
Madera/fibra de papel	1,068.09	89.76%	70.00%
Metal (ej. Aluminio)	220.25	4.61%	3.00%
Vidrio	48.16	0.00%	1.00%

*Se integra información del 82.84% de los productos de las categorías Consumo y Nutrición de marcas propias de Pharma Retail y Distribución.

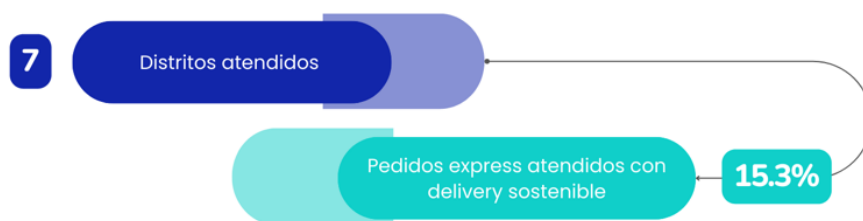
Movilidad Sostenible

Food Retail

- Estaciones de carga para automóviles eléctricos: Mantenemos nuestra estación de carga para vehículos híbridos/eléctricos en el estacionamiento para clientes de plazaVea Caminos del Inca.

Pharma Retail y distribución

- Delivery Sostenible: Con este proyecto buscamos contribuir en la reducción de la emisión de CO₂ en la distribución de pedidos de la venta no presencial de las farmacias mediante la incorporación de flota híbrida con transporte sostenible (bicicletas, scooters y vehículos eléctricos).

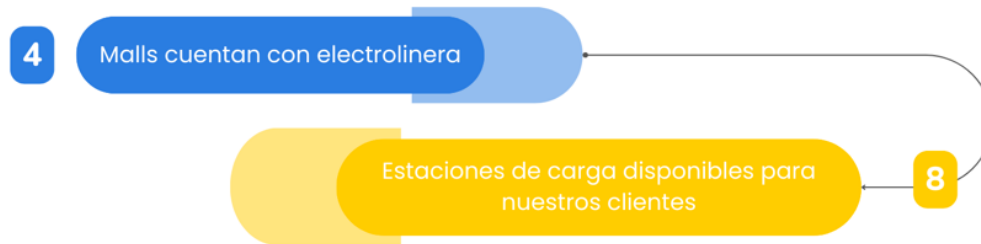


Shopping Malls

- Japi Bici: Campaña orientada a concientizar sobre el uso de transporte limpio dirigida a nuestros clientes. En esta línea, como parte de las acciones, implementamos estacionamientos para bicicletas, así como puntos de carga para movilidad eléctrica.



- Estaciones de carga para automóviles eléctricos: Alineados con nuestro compromiso de cuidado del ambiente, hemos implementado estaciones de carga gratuitas para automóviles eléctricos en los estacionamientos de clientes de nuestros malls.



Agricultura sostenible

Política de Agricultura Sostenible

Desde el año 2021, hemos implementado una Política de Agricultura Sostenible, conscientes de los desafíos que implica la comercialización de productos blandos, como aquellos de origen agrícola o animal, que pueden tener un impacto significativo en el ecosistema. Esta política establece un marco de trabajo que abarca hasta el año 2025, con el objetivo de que nuestros proveedores adopten prácticas agrícolas sostenibles, que se centran en los siguientes aspectos:



- 1) Cuidado del agua: Fomentamos en nuestros proveedores la adopción de nuevas tecnologías y prácticas orientadas a hacer un uso eficiente del agua mediante capacitaciones técnicas sobre regadío, agrosilvicultura, técnicas de labranza y gestión de riesgos.

- 2) Reducción de la contaminación ambiental y cuidado del suelo: Capacitamos a nuestros proveedores en la implementación de métodos ecológicos para el control de plagas, así como en la adopción de prácticas que no afecten la composición de los suelos.
- 3) Cuidado de la biodiversidad: Damos lineamientos a nuestros proveedores para que no hagan uso de productos derivados de pesca no sostenible y los acompañamos, mediante asesoramiento técnico para certificarse en producción sostenible. Asimismo, contamos con marcas propias como Cluny y Agrado Nature (ambas Pharma Retail y Distribución), donde más del 90% de los ingredientes de sus productos son veganos y se abstienen de realizar pruebas en animales.
- 4) Emisiones de gases de efecto invernadero (GEI): Capacitamos a nuestros proveedores en temas de alimentación, nutrición, salud y crianza de ganado con el objetivo de reducir las emisiones GEI.
- 5) Oferta de productos sostenibles: Estamos comprometidos con el incremento de la oferta de productos blancos que generen menor impacto ambiental y con la oferta de productos orgánicos libres de pesticidas.

Productos agrícolas certificados en 2023			
Categoría	Certificaciones o acreditaciones	% de productos certificados	Volumen de la categoría respecto al total de compra (%)
Soya	Rainforest Alliance, UTZ Certified, Fairtrade International, USDA Organic, EU Organic, NOP Organic	23.7%	2.10%
Azúcar	Fairtrade, Rainforest Alliance, Bonsucro, USDA Organic, EU Organic, NOP Organic.	51.6%	1.95%
Cacao	Fairtrade, Rainforest Alliance, UTZ Certified, ProTerra, USDA Organic, EU Organic, NOP Organic	29.6%	0.75%
Café	Fairtrade, Rainforest Alliance, UTZ Certified, USDA Organic, EU Organic, NOP Organic	47.7%	0.94%
Cereales	Fairtrade, Rainforest Alliance, USDA Organic, EU Organic, NOP Organic	27.4%	0.98%

Bienestar animal

Adicionalmente, contamos con una [Política Corporativa de Bienestar Animal](#), que establece lineamientos para garantizar el bienestar de los animales en nuestra cadena de suministro.

Esto, incluye buenas prácticas ganaderas y el uso responsable de antibióticos, a la vez que, asegura altos estándares de seguridad alimentaria para nuestros consumidores.

- Huevos de libre pastoreo: Incorporamos a proveedores que crían gallinas en entornos libres de jaulas y que cuentan con certificaciones como Certified Humane. Actualmente, 1% del surtido de huevos pertenece a huevos libres de pastoreo.
- Pesca sostenible: No comercializamos especies en peligro de extinción ni desarrollamos actividad comercial que afecte el desarrollo del ecosistema marino. Por el contrario, colaboramos continuamente con el Estado para comunicar las especies que se encuentran en veda y nos aseguramos de que nuestros proveedores respeten estos periodos. Además, desde hace tres años trabajamos con pescadores artesanales de las zonas del norte y centro del país, que colaboran con comunidades locales y llevan a cabo prácticas regenerativas como la cosecha de conchas de abanico.
- Uso de antibióticos y hormonas: Realizamos análisis anuales de medicamentos veterinarios para carne de res con el fin de controlar el uso adecuado de antibióticos en nuestra cadena de suministro. Los antibióticos se utilizan de acuerdo con la necesidad o para prevenir alguna enfermedad. Monitoreamos aleatoriamente las regiones del país de donde proviene el ganado que nos abastece, tomando muestras representativas para su análisis. En particular, revisamos detalladamente una zona específica, seleccionando aleatoriamente 3 proveedores de esa área. Es importante destacar que este proceso se lleva a cabo a nivel nacional y no se aplica a los productos importados. Asimismo, contamos con productos declarados libres de hormonas de la marca Artisan.

Cabe señalar que realizamos auditorías anuales a nuestros proveedores como parte de nuestro proceso de gestión. Estas, son llevadas a cabo por dos empresas certificadoras, quienes se encargan de verificar el cumplimiento de estándares establecidos, que incluye:

- ✓ Inspecciones higiénicas sanitarias.
- ✓ Revisión de parámetros técnicos establecidos en las certificaciones (certificación orgánica).
- ✓ Criterios para la aceptación de los productos.
- ✓ Lista de productos genéticamente modificados (GMO).
- ✓ Productos orgánicos deben contar con certificado vigente.
- ✓ En el caso de proveedores nacionales, se solicita la habilitación sanitaria de SENASA y en el caso de productos importados, se solicitan certificados de planta emitidos por la entidad aplicable.
- ✓ Análisis de respaldo en el caso de productos de alimentación saludable.

Por otro lado, nuestro principal proveedor de carnes rojas cuenta con una Política de Bienestar Animal y lineamientos específicos relacionados al proceso de sacrificio y matanza, que busca evitar el uso de estímulos estresantes.

Productos ganaderos certificados al 2023			
Categorías derivadas de animales	Certificaciones	% de productos certificados	Volumen de la categoría respecto al total de compra
Productos de ganado vacuno (excluidos los lácteos)	USD Organic	0.016%	1.05%
Productos lácteos	Fairtrade International/ Rainforest Alliance/ UTZ Certified	24.2%	15.09%
Productos avícolas	USD Organic	0.008%	5.49%
Pesca salvaje	MSC (Marine Stewardship Council)	15.1%	0.72%

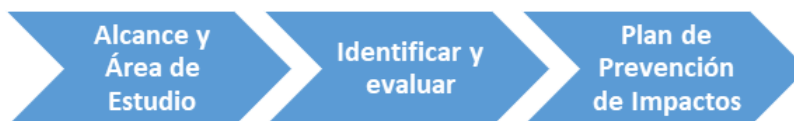
Biodiversidad

Compromiso con la biodiversidad

Nos comprometemos a preservar la biodiversidad crítica tanto en nuestras operaciones como en las de nuestra cadena de suministro. Para asegurar este compromiso, hemos establecido una Política Corporativa de Biodiversidad, que garantiza que nuestras actividades y las de nuestros proveedores se lleven a cabo fuera de áreas designadas como Patrimonio Cultural de la Nación y reservas naturales protegidas. Además, promovemos activamente prácticas de abastecimiento responsable, prohibiendo la comercialización de especies en peligro de extinción y evitando cualquier actividad comercial que pueda amenazar el ecosistema marino.

En línea con este compromiso, hemos implementado un riguroso procedimiento de gestión de riesgos naturales, en consonancia con la Metodología LEAP de Taskforce on Nature-related Financial Disclosures (TNFD).

Procedimiento de Evaluación de Riesgos e Impacto en la Biodiversidad



Alcance y Área de Estudio

Cada año, seleccionamos las unidades de negocio a evaluar y ubicamos los sitios donde se desarrollan nuestras operaciones.

Identificar y evaluar

Una vez definido el alcance, evaluamos los riesgos de biodiversidad en nuestras operaciones utilizando el Integrated Biodiversity Assessment Tool (iBAT). Esta herramienta nos ayuda a

identificar si nuestras actividades se realizan en áreas naturales protegidas, en zonas de alta biodiversidad, o si involucran especies amenazadas según la Lista Roja de Especies de la UICN. En este sentido, aunque la mayoría de nuestras instalaciones se encuentran en zonas urbanas o comerciales, Pharma Retail y Distribución cuenta con un almacén ubicado en una Zona de Reglamentación Especial debido a su proximidad al Humedal Pantanos de Villa. Esto significa que está sujeto a inspecciones regulares por parte del ente supervisor y fiscalizador, ya que su operación podría tener ciertos impactos negativos en el ecosistema circundante, por ejemplo:

- **Fragmentación del hábitat:** La infraestructura asociada a la operación de la empresa, como carreteras y edificios, puede fragmentar el hábitat del humedal, dividiendo áreas que antes estaban conectadas. Esto puede dificultar la movilidad y el acceso a recursos para la vida silvestre, lo que puede afectar negativamente a especies que necesitan áreas extensas para sobrevivir.
- **Introducción de especies invasoras:** La actividad humana asociada con la operación de la empresa puede facilitar la introducción y propagación de especies invasoras en el humedal. Estas especies pueden competir con las especies nativas por recursos y hábitats, desplazando a las poblaciones locales y alterando el equilibrio ecológico del humedal.
- **Generación de residuos sólidos:** La actividad de almacenamiento y distribución produce residuos que, si no se gestionan adecuadamente, pueden terminar contaminando el humedal.
- **Emisiones de vehículos:** La flota de transporte emite gases y partículas contaminantes que afectan la calidad del aire cerca del humedal.
- **Alteración del hábitat:** La construcción y mantenimiento de instalaciones cerca del humedal pueden alterar o degradar el hábitat natural, afectando a la biodiversidad local.
- **Impacto en la calidad del agua:** La manipulación de productos químicos durante la distribución puede generar aguas residuales contaminadas que afectan la calidad del agua del humedal.

Unidades de Negocio Incluidas en el Análisis de Riesgos de Biodiversidad

Exposición y Evaluación de la Biodiversidad		
Indicador	# sitios	Área terrestre (hectáreas)
Total	3,346	208.62
Evaluados	3,346	208.62
Expuestos	1	59.9
Con plan de manejo	1	59.9

Plan de prevención de impactos

Con base en la metodología LEAP propuesta por TNFD, hemos desarrollado una jerarquía de mitigación cuyo objetivo es abordar riesgos directos e indirectos para la biodiversidad.

Evitar

Contamos con una Política Corporativa de No Deforestación, mediante la cual buscamos promover la compra de commodities e insumos con certificaciones ambientales, que garanticen procesos social y ambientalmente responsables. Para ello, debemos acompañar a nuestros proveedores agricultores y ganaderos en prácticas de reforestación y asesoramiento técnico para certificarse. Con esa finalidad, a través del proceso de identificación de riesgos en nuestros proveedores, elaboramos un plan de capacitaciones para brindarles asesoría con expertos en los temas.

Además, en Pharma Retail y Distribución contamos con las siguientes acciones para evitar los impactos negativos en la biodiversidad al Humedal Pantanos de Villa:

- **Monitoreos ambientales:** Realizamos monitoreos ambientales anuales de acuerdo con nuestros compromisos establecidos en el Estudio de Impacto Ambiental (EIA). Igualmente, evaluamos el nivel de ruido ambiental durante el horario diurno y nocturno en los puntos de monitoreo, así como la calidad de aire teniendo en cuenta los siguientes parámetros: dióxido de azufre (SO₂), material particulado (PM10 y PM2.5), monóxido de carbono (CO), dióxido de nitrógeno (NO₂), sulfuro de hidrógeno (H₂S) y Plomo (Pb). Esto nos permite identificar y mitigar cualquier riesgo potencial para la flora, fauna y ecosistemas locales.
- **Gestión de residuos:** Adoptamos prácticas de gestión de residuos sólidos y líquidos que cumplen con las regulaciones y normativas ambientales. Además, promovemos la reducción, reutilización y reciclaje de materiales en nuestras operaciones y fomentamos la conciencia ambiental entre nuestros empleados.

Pese a lo anterior, estamos construyendo otro almacén alejado de áreas naturales sensibles. De esta manera, en la evaluación de esta ubicación, consideramos las siguientes medidas para minimizar nuestros impactos:

- **Selección de ubicación:** Está en una zona industrial, al costado del centro de distribución de SPSA. Está considerando bastantes zonas verdes, que podrán usarse por todos los colaboradores.
- **Eficiencia energética:** Implementaremos tecnologías y prácticas que fomenten la eficiencia energética en nuestras operaciones. Esto incluye un sistema inteligente de energía de Signify que controla la luz con sensores de movimiento y luz natural, así como la adopción de energías renovables cuando sea posible.
- **Gestión de residuos:** Continuaremos con nuestros programas de gestión de residuos sólidos que cumplan con las regulaciones ambientales y promuevan la reducción, reutilización y reciclaje de materiales. Además, estamos considerando una

compactadora para acumular mejor las cajas de cartón y darles una segunda vida. Asimismo, fomentaremos la conciencia entre nuestros empleados.

Logística: Implementaremos medidas para promover la optimización de rutas de distribución.

Reducir

Nos enorgullece ofrecer a nuestros proveedores capacitación integral en Agricultura Regenerativa y Bienestar Animal, colaborando estrechamente con destacados expertos en ambos campos. En estos programas de formación, los participantes aprenden las buenas prácticas esenciales y se sumergen en un proceso de aprendizaje continuo que abarca desde técnicas innovadoras hasta la comprensión de los principios éticos y ambientales subyacentes.

Asimismo, respaldamos esta iniciativa con una sólida Política Corporativa de Bienestar Animal, que establece directrices para proteger el bienestar animal en todos los eslabones de nuestra cadena de suministro.

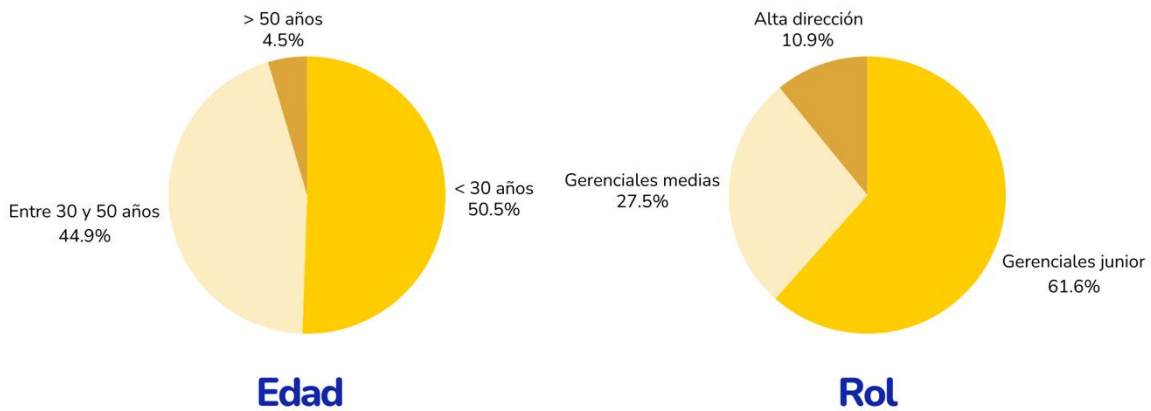
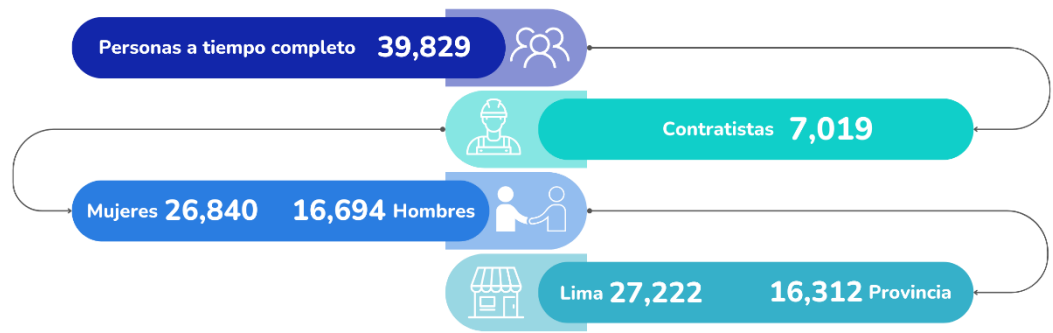
Restaurar y regenerar

Durante el 2023, realizamos iniciativas con diversos grupos de interés. Estas estuvieron enfocadas en la restauración de ecosistemas terrestres y acuáticos, así como en la protección de la biodiversidad.

Destacan entre ellas los siguientes logros:

- Plantamos 100 árboles en Lurín, una región con elevados niveles de estrés hídrico, lo que refleja nuestro firme compromiso con la restauración y conservación de los ecosistemas terrestres, así como con la mitigación del cambio climático y la preservación de la biodiversidad.
- Capacitamos a 143 proveedores en prácticas de bienestar animal y agricultura regenerativa, consolidando nuestro compromiso con la implementación de prácticas sostenibles en toda nuestra cadena de suministro. Cabe señalar que se centraron en el respeto y cuidado de los animales y la promoción de modelos agrícolas que regeneren el medio ambiente.
- Recolectamos más de 287 kg de residuos generales y orgánicos del canal de Pantanos de Villa gracias al voluntariado de Pharma Retail y Distribución en alianza con ProhVilla (Autoridad Municipal de los Pantanos de Villa). En esta actividad, participaron 12 colaboradores de Farmacias Peruanas en conjunto con vecinos de Chorrillos, así como otras empresas y ProhVilla. Juntos, trabajamos en pro del cuidado del medio ambiente y la conservación de este valioso ecosistema.
- Asimismo, como parte de nuestro compromiso positivo con la responsabilidad social y ambiental, en 2023, logramos retirar más de 7.5 toneladas de desechos, incluyendo plásticos, vidrios y otros residuos de diferentes playas del Perú en colaboración con diversas organizaciones locales y nuestros voluntarios.

Nuestras Personas



Conoce nuestro equipo

A diciembre 2023 contábamos con un total de 43.534 colaboradores.

Colaboradores por unidad de negocio al 2023			
Unidad de negocio	Hombres	Mujeres	Total
Food Retail	11,455	10,728	22,183
Pharma Retail y Distribución	4,771	15,742	20,513
Shopping Malls	301	191	492
Digital	167	179	346
Total	16,694	26,840	43,534

Del total de colaboradores, contamos con puestos *full-time*, *part-time* y practicantes, resultando en 39,829 *full time equivalent employees* (FTE).

FTE por Unidad de negocio	Al cierre 2021	Al cierre 2022	Al cierre 2023
Food Retail	17,957	18,271	18,851
Pharma Retail y Distribución	21,805	20,886	20.502
Shopping Malls	438	459	492
Digital	277	313	335
FTE Total	40,477	39,928	39,829

Asimismo, en nuestras operaciones contamos con el apoyo de contratistas, que, al ser especialistas en su rubro, nos permiten ofrecer una experiencia de calidad y la excelencia que espera el mercado. En esta línea, al cierre del 2023, contamos con 7.019 personas colaborando bajo esta modalidad.

Contratistas por unidad de negocio			
Unidad de negocio	2021	2022	2023
Food Retail	2,328	2,600	2,435
Pharma Retail y Distribución	995	3,925	3,852
Shopping Malls	1,010*	845*	732
Total	4,352	7,694	7,019

*Se corrige años anteriores.

Colaboradores por región							
Unidad de negocio	Género	2021		2022		2023	
		Lima	Provincias	Lima	Provincias	Lima	Provincias
Food Retail	Hombre	8,461	2,918	7,663	3,825	7,646	3,809
	Mujer	7,913	2,445	7,448	3,302	7,492	3,236
Pharma Retail y Distribución	Hombre	3,609	7,931	3,014	2,090	3,276	1,495
	Mujer	1,704	8,563	7,170	8,615	8,103	7,639
Shopping Malls	Hombre	167	145	203	78	198	103
	Mujer	98	37	151	27	161	30
Digital	Hombre	156	151	148	14	167	-
	Mujer	0	0	148	17	179	-
Total	Hombre	12,393	11,145	11,028	6,007	11,287	5,407
	Mujer	9,715	11,045	14,917	11,961	15,935	10,905

Además, nuestra presencia abarca todas las regiones del Perú, donde hemos desarrollado una estrategia de contratación que fomenta la inclusión de personal local en áreas con niveles de pobreza elevados, al tiempo que también considera la incorporación de empleados extranjeros.

Colaboradores por nacionalidad						
Nacionalidad	2021		2022	2023		
	Total	%	Total	%	Total	%
Perú	44,181	99,74%	43,817	99,78	43,446	99,80%
Argentina	15	0,03%	12	0,03%	12	0,03%
Chile	11	0,02%	9	0,02%	7	0,02%
Colombia	7	0,02%	8	0,02%	9	0,02%
Venezuela	61	0,14%	58	0,13%	49	0,11%
Brasil	3	0,01%	3	0,01%	4	0,01%
Ecuador	1	0,00%	1	0,00%	1	0,00%
España	1	0,00%	2	0,00%	2	0,00%
Francia	1	0,00%	1	0,00%	1	0,00%
Bolivia	2	0,00%	1	0,00%	1	0,00%
Ucrania	1	0,00%	1	0,00%	1	0,00%
Otras	14	0,03%	0	0,00%	0	0,00%
Total	44,298	100%	43,913	100%	43,553	100%

A su vez, la mayoría de nuestros colaboradores son *millennials*, con una gran parte teniendo menos de 30 años. En efecto, muchos de ellos están construyendo una carrera con nosotros, mientras que otros aprovechan nuestras modalidades flexibles o *part-time* para realizar actividades adicionales y/o completar sus estudios.

Porcentaje de colaboradores por grupo etario			
Grupo etáreo	2021	2022	2023
< 30 años	53.34%	51.70%	50.53%
Entre 30 y 50 años	42.99%	44.27%	44.93%
> 50 años	3.67%	4.03%	4.54%

Equidad de género

En InRetail Perú Corp., la equidad de género se erige como un tema central. Es por ello que nos consolidamos como un actor clave en la promoción de igualdad de oportunidades y empoderamiento para todas las personas, sin distinción de género.

Indicador	Indicador 2021		Indicador 2022		Indicador 2023	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Total de colaboradores	38.63%	62.55%	38.79%	61.21%	38.35%	61.65%
Todas las posiciones gerenciales (junior, medias y top)	54.83%	45.17%	46.43%	53.57%	53.55%	46.45%

Indicador	Indicador 2021		Indicador 2022		Indicador 2023	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Posiciones gerenciales junior	47.44%	52.56%	44.96%	55.04%	48.33%	51.67%
Posiciones gerenciales medias	61.96%	38.04%	62.96%	37.04%	61.22%	38.78%
Puestos de Alta Dirección	58.41%	41.59%	61.02%	38.98%	63.64%	36.36%
Puestos gerenciales en áreas generadoras de ingresos	63.58%	36.42%	66.67%	33.33%	46.15%	53.85%

(GRI 405-1)

Mujeres en posiciones STEM

Indicador	2021		2022		2023	
	H	M	H	M	H	M
Puestos gerenciales en áreas STEM	57.58%	42.42%	63.33%	36.67%	54.68%	45.32%
Total de posiciones de áreas STEM	68.16%	31.84%	66.34%	33.66%	62.61%	37.39%

*Nuestra meta es tener 40% mujeres en STEM es la meta al 2025.

Equidad salarial

En cuanto a la equidad salarial, nuestra proporción de compensación (mujeres/hombres), considerando la compensación base, es de 0,90. Si bien esta proporción está por encima del promedio nacional, reconocemos la importancia de seguir mejorando para lograr la equidad salarial total.

Para garantizar la equidad salarial entre géneros, hemos implementado la metodología HayGroup para la valoración de puestos. Esta metodología se fundamenta en criterios objetivos que asignan prestaciones sin tener en cuenta el género, la condición social o el estado civil, entre otros factores. Gracias a este enfoque, podemos establecer bandas compensatorias por posición.

Proporción de compensación por nivel de empleo	
Nivel	Ratio de Compensación
Ejecutivo (salario base)	0.76
Ejecutivo (salario base + incentivos)	0.74
Gerencial (salario base)	0.99
Gerencial (salario base + incentivos)	0.98

Proporción de compensación por nivel de empleo	
Nivel	Ratio de Compensación
No Gerencial (salario base)	0.96
Promedio	0.90
Alcance	100%

Por su parte, para garantizar que nuestros procesos de compensación estén libres de sesgo de género, seguiremos monitoreándolos y evaluándolos de manera constante. Estos esfuerzos incluirán análisis de equidad salarial y el mantenimiento de políticas de compensación transparentes comunicadas a todos los empleados, incluidos los líderes. Además, nuestro proceso de selección es “semi ciego”, lo que ayuda a reducir los sesgos inconscientes y promueve una mayor equidad en la contratación.

Programas en Liderazgo femenino

[InRetail Corp.](#)

Programa InWomen

Durante 2023, continuamos con el programa InWomen, el cual se centra en seleccionar mujeres con talento y potencial de crecimiento en nuestra plataforma para participar en sesiones de capacitación sobre liderazgo y metodologías ágiles, con un enfoque de género. Además, cada participante desarrolla un proyecto relacionado con su área de trabajo que pueda implementar en su empresa. En 2023 participaron 17 mujeres de toda la plataforma Intercorp, de las cuales 5 fueron de las Unidades de Negocio de InRetail.

[Food Retail](#)

Programa Mujeres Líderes

Primera comunidad de mujeres en posiciones de liderazgo dentro de las marcas de Food Retail. Esta iniciativa, diseñada para empoderar, capacitar e impulsar a estas mujeres para que sigan creciendo en comunidad, está integrada por colaboradoras que informan directamente a los directores y gerentes de la compañía.

52

Mujeres líderes (reportes de Directores N2)

Temas tratados:

- ¿Qué es el síndrome de la impostora?
- Sesgos inconscientes
- Cómo liderar espacios diversos
- Liderazgo femenino
- Técnicas de Design Thinking

[Shopping Malls](#)

[Programa Japi Women](#)

“Japi” es un programa que está diseñado para líderes mujeres de Real Plaza con el objetivo de potenciar el liderazgo femenino a través del autoconocimiento, la eliminación de barreras internas, el fortalecimiento de la confianza y la elaboración de un plan de desarrollo personalizado. En el 2023 participaron 43 mujeres de la iniciativa.

(GRI 405-3-3)

[Programas de diversidad e inclusión](#)

[Food Retail](#)

[Raymi](#)

En nuestra unidad de negocio Food Retail contamos con el programa “Raymi”. Este busca construir espacios de trabajo seguros, inclusivos y libres de cualquier tipo de violencia, así como contribuir a la reducción de la brecha de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, personas con discapacidad y comunidad LGTBIQ+, en el ámbito laboral.

[Pharma Retail y Distribución](#)

[La Franja de la Igualdad](#)

El programa “La Franja de la Igualdad” de Química Suiza (Pharma Retail) está inspirado en lo que más nos apasiona: nuestro Perú. En esta línea, tiene como símbolo la camiseta peruana, pero añadiendo una franja más de tal manera que ambas líneas simbolizan el signo “=” que representa la igualdad en la que creemos y valoramos.

[Tantay](#)

A través de Farmacias Peruanas (Pharma Retail) desarrollamos el programa de diversidad e inclusión “Tantay”, nombre que en quechua significa “juntar”, porque creemos firmemente que juntos podemos construir espacios seguros y justos.

[Shopping Malls](#)

[Todos y todas estamos aquí para ser felices](#)

Trabajamos para que todos nuestros procesos de gestión humana tengan un enfoque inclusivo que incentive un ambiente de respeto, libre de discriminación y donde todos(as) puedan ser felices siendo si mismos(as); y además logremos contagiar esa cultura con nuestros(as) clientes(as), locatarios(as), proveedores(as) y personal tercero.

Inclusión de Personas con Discapacidad

Nuestra empresa se enorgullece de promover la inclusión laboral a través de varios programas que buscan ofrecer empleo a personas con discapacidad, desafiando estereotipos y valorando el talento individual, al mismo tiempo que transformamos nuestra cultura empresarial hacia la inclusión.

En "Mi talento es único" de Food Retail, fomentamos la inserción laboral de personas con discapacidad, brindándoles oportunidades para desarrollarse plenamente en el ámbito laboral. En el 2023, cuatro personas de la organización social "Cerrito Azul", parte de nuestro programa Bueno por Dentro, comenzaron su vida laboral en el sector formal. Además, realizamos seis grupos focales para cada tipo de discapacidad contratada, como cognitiva, visual, motriz, entre otras, con el objetivo de escuchar sus experiencias y mejorar continuamente nuestros procesos.

En Farmacias Peruanas, a través de nuestro programa "Inclúyeme", organizamos nuestra primera feria laboral "Inclúyeme 2023", dirigida a personas con discapacidad (PCD), en colaboración con el MIMP, Conadis, la Municipalidad Metropolitana de Lima, AddmeWork.

Asimismo, lanzamos nuestro programa "Talento Inclusivo" en Real Plaza, con el fin de promover la contratación de personas con discapacidad y asegurarles una experiencia laboral enriquecedora en nuestros centros comerciales.

Colaboradores con discapacidad				
Unidad de negocio	Género	2021	2022	2023
Food Retail	Masculino	58	69	82
	Femenino	25	37	47
Pharma Retail y Distribución	Masculino	1	16	22
	Femenino	2	11	14
Shopping Malls	Masculino	0	0	0
	Femenino	0	0	0
Total	Masculino	59	85	104
	Femenino	27	48	61

Comunidad LGBT

Formamos parte de Presente y Pride Connection, una red de organizaciones que se comprometen a promover entornos laborales inclusivos para la comunidad LGBTIQ+ en Perú, fomentando el respeto y construyendo conexiones significativas.

Además, participamos activamente en ferias laborales donde compartimos nuestra filosofía inclusiva. Ofrecemos una serie de beneficios específicamente diseñados para miembros de la comunidad LGBTIQ+, tales como el uso del nombre social en la identificación de la empresa, seguro EPS para parejas del mismo sexo, días libres por matrimonio, unión civil o simbólica, así como días libres por adopción. Estamos comprometidos con la creación de un ambiente laboral donde todos puedan sentirse seguros, valorados y respetados.

Colaboradores de la comunidad LGBTQ+			
Unidad de negocio	2021	2022	2023
Food Retail	1,007	710	710
Pharma Retail y Distribución	11	136	307
Shopping Malls	20	16	8
Digital	-	-	12
Total	1,038	862	1,037

*Estos datos se recopilan a partir de censos y encuestas, que pueden ser anónimas para proteger la identidad de las personas y no abarcan al 100% de los colaboradores, ya que son voluntarias.

Diversidad cultural

Por otro lado, en nuestro proceso de reclutamiento, hemos incorporado una pregunta opcional para que los candidatos puedan indicar si se identifican con algún grupo minoritario. Esta iniciativa nos brinda la oportunidad de reconocer y tener visibilidad sobre la tasa de contratación, crecimiento y desempeño de los diferentes grupos. Es importante destacar que responder esta pregunta es completamente voluntario y no tiene ningún impacto en el proceso de selección.

A continuación, se detalla el número de personas contratadas en 2023 que se identificaron con algún grupo minoritario:

Colaboradores contratados por grupo minoritario		
Grupo minoritario	Género	2023
Afrodescendientes	Hombre	302
	Mujer	302
Asiáticos	Hombre	155
	Mujer	165
Indígenas de la Amazonía	Hombre	190
	Mujer	189
Quechuas, aimaras u otros pueblos originarios andinos	Hombre	503
	Mujer	700

Política de Diversidad e Inclusión

Si bien contamos con programas de diversidad e inclusión en cada una de nuestras unidades de negocio, también contamos a nivel corporativo con una [Política de Diversidad e Inclusión Corporativa](#), que establece compromisos en Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI), así como nuestra posición de tolerancia cero a la discriminación y cualquier forma de violencia. En

efecto, buscamos el desarrollo de nuestros colaboradores sin distinciones de sexo, edad, religión, orientación sexual, identidad de género, grupo étnico u otras características.

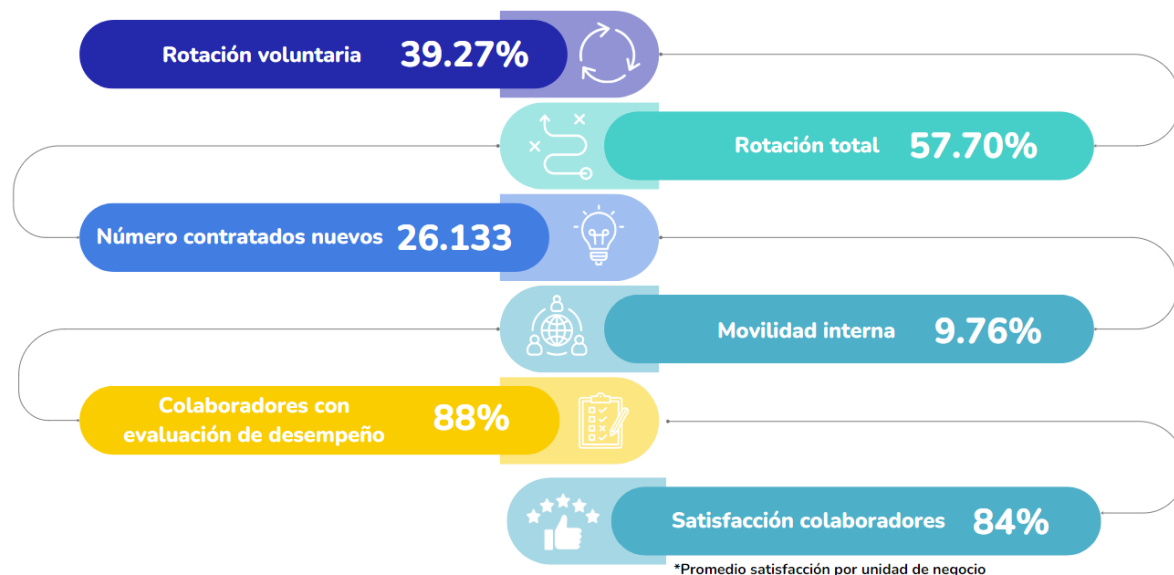
Cabe destacar que esta política se aplica a todos los colaboradores, así como a terceros, proveedores y socios, que prestan servicios en todas las unidades de negocio.

Plan de Diversidad e Inclusión

Igualmente, contamos con un Plan de Diversidad e Inclusión, liderado por la VP de Recursos Humanos y Sostenibilidad, junto con nuestra Gerente Corporativo de Sostenibilidad y Diversidad.

En esta línea, es importante mencionar que InRetail forma parte de Intercorp, donde también se cuenta con un Diversity & Inclusion Officer.

Atracción y retención de talento



Atracción

La naturaleza de nuestros negocios es dinámica, por lo que requiere contar con estrategias proactivas que nos permitan atraer al talento idóneo. Para ello, las políticas de atracción y selección de cada unidad de negocio buscan establecer procesos justos y libres de sesgos. De esta manera, contamos con:

- Empleamos prácticas de selección semiciega que implican la eliminación de datos personales, como nombre, apellido, dirección, colegio, universidad y fecha de nacimiento, tanto en los largos listados como en los currículums recibidos. Esto garantiza que solo se consideren la trayectoria profesional y las competencias relevantes de cada postulante.

- Durante el proceso de selección, es crucial que las preguntas estén centradas en explorar las competencias necesarias para cada perfil, evitando cualquier cuestionamiento de carácter personal que pueda inducir a sesgos. Por lo tanto, no se permitirá hacer preguntas relacionadas con el estado civil, responsabilidades familiares, orientación sexual, edad u otros aspectos personales.
- Participación de hombres y mujeres como evaluadores en el proceso de selección, y la conformación de ternas mixtas para fomentar equipos equitativos.
- Charlas y programas dirigidos a universidades e institutos. Como fuente de reclutamiento publicamos en diferentes bolsas de trabajo de universidades del Perú, CONADIS.
- Alianzas con colectivos que fomentan la inserción laboral de personas con discapacidad, en condiciones de vulnerabilidad como son la comunidad LGBTIQ+ y mujeres sobrevivientes de violencia.

Food Retail

Nuestro reclutamiento proactivo nos permite cubrir la necesidad de las operaciones con bastante antelación, tanto de talento administrativo como operativo:

- Administrativo: Medimos la efectividad de los procesos cerrados en el plazo establecido, superando nuestra meta anual y logrando un 98% de procesos en el plazo; así mismo, el 73% de procesos de selección ha sido semiciego.
- Operativo: Al ser una industria altamente dinámica, de alta rotación y estacionalidad, buscamos tener el menor gap entre el personal requerido y el contratado. Contratamos talento joven bajo modalidades part-time, que les permite flexibilidad en su horario y seguir desarrollando su vida académica y laboral.

Pharma Retail y Distribución

Considerando que la oferta de químicos farmacéuticos y técnicos de farmacia es muy escasa, tenemos el reto de desarrollar y formar a nuevos profesionales para poder expandir nuestras farmacias en zonas desatendidas. En esta línea, actualmente, contamos con 2,300 farmacias, 10,390 técnicos de farmacia y 2,420 químicos farmacéuticos en todo el país y trabajamos de manera constante en alianzas con universidades e institutos para atraer y retener el mejor talento. Igualmente, contamos con programas específicos como el Programa de Formación Dual, que nos permiten involucrarnos en el proceso de formación profesional de nuestros futuros colaboradores y aumentar la oferta de los perfiles que requerimos.

Programa de Formación Dual

El Programa Formación Dual, en colaboración con Zegel IPAE, capacita a profesionales competentes, generando un impacto positivo en la sociedad al ofrecer oportunidades educativas a jóvenes de escasos recursos.

Cabe precisar que Zegel IPAE proporciona la formación académica, mientras que Farmacias Peruanas ofrece la capacitación práctica, incluyendo la formación de "Formadores de Corazón".

Programa de Formación Dual

Hasta la fecha, hemos patrocinado a 121 jóvenes, proporcionándoles apoyo financiero, seguro de salud y herramientas para su formación práctica. Además, los estudiantes realizan prácticas en nuestras farmacias y tienen la posibilidad de ser contratados al finalizar sus estudios.

Igualmente, una alianza con la Compañía Minera Las Bambas ha permitido la inclusión de 20 jóvenes de Cotabambas, Apurímac, en el programa durante 2023.

[Shopping Malls](#)

A su vez, en Shopping Malls, reclutamos principalmente talento administrativo a través de procesos especializados por posición. Medimos y evaluamos el cumplimiento de los plazos establecidos en cada fase del proceso de reclutamiento; y nos aseguramos de garantizar una experiencia grata para los candidatos, ya sean seleccionados o no.

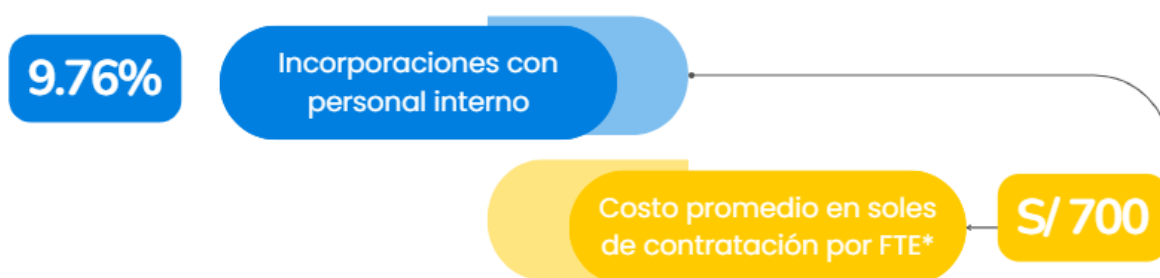
Para ello, desde el primer día, asignamos un "Amigo Real" que acompaña al nuevo ingresante durante sus primeras semanas, guiándolo a través de los aspectos clave de nuestra empresa y asegurándose de que se sienta bienvenido y apoyado. Además, como parte de nuestro programa de onboarding, proporcionamos un pack de bienvenida que incluye materiales de trabajo y una inducción detallada al puesto, donde tienen la oportunidad de conocer a diversos líderes de procesos y comprender más a fondo los procesos de la compañía. Para hacer aún más especial la llegada de cada nuevo miembro, enviamos un pequeño presente a su hogar, dirigido a ellos y a su familia, con una torta de bienvenida, un peluche y sus uniformes de trabajo, acompañados de una tarjeta firmada por su futuro equipo. También, reconociendo la importancia de la comunicación y el agradecimiento, enviamos un correo de agradecimiento a todos los participantes del proceso de selección, independientemente de si fueron seleccionados o no. En tanto, para asegurar que continuamos mejorando y adaptándonos a las necesidades de nuestros colaboradores, medimos su satisfacción a través de la encuesta del "journey" del colaborador, que se lleva a cabo anualmente en toda la compañía.

[Digital](#)

En Digital, procuramos reclutar candidatos con perfiles creativos, analíticos y proactivos, con conocimientos previos en aplicaciones móviles, sistemas de pago en línea, herramientas de análisis de datos, entre otros elementos que ayudan a impulsar la estrategia comercial del grupo. El proceso de reclutamiento incluye un análisis detallado con el líder de la posición, seguido de una lista de candidatos y CVs semiciegos, para proceder con la etapa de entrevista. Seleccionado el candidato se inicia el proceso de onboarding con el envío de un flyer del flujo de primer día de labores y un kit de bienvenida. Hemos logrado cerrar el 100% del cierre de los procesos en la fecha prevista.

(GRI 401-1)

Contrataciones por unidad de negocio						
Unidad de negocio	2021		2022		2023	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Food Retail	6,517	5,004	8,843	7,488	9,461	8,179
Pharma Retail y Distribución	2,620	6,388	3,099	6,092	2,364	5,814
Shopping Malls	57	47	79	53	83	63
Digital	127	152	97	91	78	91
Total	9,321	11,591	12,118	13,724	11,986	14,147
	20,912		25,842		26,133	



(GRI 401-1)

Retención

En InRetail nos enfocamos en la creación de espacios de trabajo en los que se promuevan experiencias significativas y enriquecedoras para nuestros colaboradores.

En esta línea, con la implementación de programas de bienestar laboral, capacitación y desarrollo profesional, e iniciativas de responsabilidad social, buscamos crear un entorno laboral en el que cada persona se sienta valorada y motivada para contribuir positivamente a la sociedad. Ello, pues estamos convencidos que, al invertir en el bienestar y crecimiento de nuestros colaboradores, estamos contribuyendo al desarrollo sostenible de las comunidades en las que operamos.

No obstante, dado el carácter dinámico de nuestras operaciones, enfrentamos constantemente movimientos de entrada y salida de talento en nuestros equipos. La situación nos expone a la alta rotación, pero desde las áreas de Gestión Humana estamos dedicados a mejorar nuestras cifras para asegurar la estabilidad de nuestro personal y la continuidad de nuestras operaciones. A continuación, se presenta una tabla que muestra la rotación promedio anual a nivel del grupo.

Rotación promedio anual		
2021	Rotación total	40,12%
	Rotación voluntaria	29,83%
2022	Rotación total	43,07%
	Rotación voluntaria	28,04%
2023	Rotación total	57,70%
	Rotación voluntaria	39,27%

(GRI 401-1)

Clima y Cultura

Organizamos eventos periódicos que sirven para alinear nuestros objetivos, evaluar resultados y fomentar la integración entre los miembros del equipo. Esta práctica no solo impulsa la productividad, sino que también contribuye significativamente a mejorar el ambiente laboral.

Beneficios para los colaboradores

(GRI 401-2) (GRI 403-3)

Nuestras gerencias de Bienestar buscan asegurar la mejor experiencia y cuidado a nuestro equipo, brindando diversos beneficios tanto a nuestros colaboradores como a sus familias. Entre ellos, destacan:

Finanzas

- Ofrecemos descuentos en todas las empresas de Intercorp Retail. Además, brindamos préstamos con condiciones favorables y mejores tasas en la cuenta CTS.

Salud

- Atención psicológico-gratuita: Con el fin de brindar soporte emocional en el momento más difícil, contamos con atención especializada de un profesional en psicología. Es un beneficio gratuito y confidencial.
- Proveemos consultoría de medicina general y nutricional gratuito a todos los colaboradores.
- Brindamos a nuestros colaboradores y parejas (en toda su diversidad) la posibilidad de contar con un seguro que les permita recibir atención médica en clínicas privadas a nivel nacional.

Deporte

- Organizamos campeonatos deportivos inter-empresas e interáreas de fútbol y vóley. Estos eventos no solo fomentan el trabajo en equipo y la salud de nuestros colaboradores, sino que también promueven la integración y el espíritu de comunidad dentro de nuestra organización.

Flexibilidad laboral y home office

- Horario de verano los primeros meses del año.
- Trabajo híbrido para personal administrativo.
- Trabajo part-time para los colaboradores de Supermercados Peruanos.
- Flex-time: los colaboradores administrativos tienen la opción de elegir un horario laboral, entre tres distintas opciones.
- Licencia sin goce de sueldo: Se otorga licencia sin goce de haber por un plazo máximo de 30 días calendarios por salud, fallecimiento, estudios, siniestros.
- Cartilla de horas libres para el personal administrativo (30 horas).
- Cartilla de permisos para actividades personales para el personal operativo, que puede estar relacionadas a ascensos, celebraciones personales, asuntos familiares, entre otros (6 días).
- Facilidades para colaboradores que tienen a su cuidado familiares con alguna enfermedad terminal o grave.

Beneficios para padres y madres

- Políticas corporativas de regreso escalonado para los padres y madres que regresan de su licencia de paternidad y maternidad, respectivamente. Así, pueden elegir trabajar medio tiempo durante uno o dos meses después de sus días de licencia.
- Licencia sin goce por maternidad no cubierta por EsSalud: Este beneficio se brinda cuando la colaboradora no tiene vínculo laboral el mes de la concepción, ya que EsSalud no reconoce la licencia remunerada por 98 días.
- Extensión de licencia de paternidad: 7 días adicionales en Food Retail, 6 en Pharma Retail y Distribución, y 5 en Shopping Malls.
- Lactancia: Brindamos a nuestras colaboradoras que se encuentran en la etapa de lactancia materna una hora de licencia por lactancia materna al día hasta que su hijo cumpla un año. Esta licencia se puede dividir en dos veces iguales y se concede en su

jornada laboral. Además, contamos con lactarios en todas nuestras operaciones, para brindar un espacio cómodo y equipado.

- Políticas de adopción que reconocen días adicionales a los otorgados por ley en las unidades de Food Retail y Shopping Malls.
- Programa Maternidad de a 2: En la unidad Food Retail contamos con este programa que incentiva la corresponsabilidad en las funciones del hogar y crianza de los hijos e hijas. En esta línea, brindamos charlas en convenios con clínicas y empresas de maternidad y proporcionamos entrevistas con especialistas en la materia de manera virtual.
- Licencia por pérdida de hijo (a) durante el embarazo: En Supermercados Peruanos, entendemos que la pérdida de un hijo (a) es una experiencia común, profundamente dolorosa, y que requiere apoyo y comprensión. Por lo que hemos implementado una política de licencia por pérdida de hijo (a) para brindar a nuestros colaboradores el tiempo necesario para enfrentar este difícil momento.

Beneficios para Mi Familia

- Asignación familiar: Cada mes damos una asignación familiar de S/ 102.5 soles, ya que conforme a la Ley 25129, se otorga este derecho a los colaboradores sujetos al régimen laboral de la actividad privada que tienen hijos menores de 18 años o que sigan estudios superiores o universitarios, con lo cual se prolonga hasta los 24 años.
- Vacaciones útiles: Programa para los hijos de colaboradores 2-12 años, cuyo objetivo es brindar espacios de aprendizaje y desarrollo a través de juegos.
- Préstamos escolares: Brindamos un préstamo económico en el mes de febrero para la compra de útiles escolares de los hijos de nuestros colaboradores en etapa preescolar y/o escolar.
- Premio Excelencia Académica: Premiamos las mejores notas escolares de tu hijo(a) con un notebook.

Evaluación de desempeño

Cada año llevamos a cabo una Evaluación de Desempeño, que se divide en dos tipos:

- El primero es para el equipo administrativo, donde se evalúan los objetivos establecidos y alineados con el plan estratégico de la organización. Asimismo, se considera el plan de desarrollo de competencias y oportunidades de mejora identificadas en el año anterior. Tras la evaluación, se define el plan anual de desarrollo del colaborador utilizando la metodología integral 70:20:10^[1].
- En tanto, el segundo es para los colaboradores operativos. En efecto, contamos con escuelas de capacitación presenciales diseñadas para incrementar las capacidades relacionadas con su función.

^[1] El 70% se centra en el desarrollo de competencias a través de la práctica, el 20% en el conocimiento adquirido de otros (educación informal) y el 10% en capacitaciones, lecturas y artículos (educación formal).

Colaboradores con Evaluación de Desempeño en 2023											
Indicadores	Food Retail		Pharma Retail y Distribución		Shopping Malls		Digital		InRetail		% del total de colaboradores
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	
Gestión por objetivos	328	236	501	468	258	174	95	127	1,182	1,005	5%
Evaluación de desempeño multidimensional	277	188	139	115	258	174	154	178	828	655	3%
Evaluación del desempeño basada en el equipo	10,274	9,659	3,798	13,319	258	174	154	178	14,484	23,330	87%
Conversaciones ágiles (feedback)	10,414	9,776	3,891	13,383	259	168	154	178	14,718	23,505	88%

“En InRetail Perú Corp. lanzamos el Feedbackkon, iniciativa a través de la cual se logró que el 52% de los colaboradores recibieran feedback de sus jefes directos”.

(GRI 404-3)

Satisfacción de colaboradores

Creemos firmemente que los mejores resultados se logran cuando trabajamos en entornos que nos permiten ser felices y desarrollarnos plenamente. En esta línea, evaluamos la satisfacción de nuestros colaboradores mediante encuestas anuales de clima y cultura utilizando metodologías desarrolladas internamente. Entre ellas figura una encuesta que permite calcular el Net Promoter Score (NPS) debido a que, durante 2023, hemos agregado este indicador para medir el nivel de satisfacción general de nuestros colaboradores ante la pregunta: “¿Recomendaría mi empresa como un buen lugar para trabajar?”. En efecto, en su última versión, esta contó con un 94% de participación y 62 preguntas en total, entre las cuales figuran:

Satisfacción laboral

- ¿Acá me dan oportunidades de crecer profesionalmente y hacer línea de carrera?
- ¿Considero que mi desempeño es evaluado de manera justa?
- ¿Tomando todo en consideración, yo diría que este es un gran lugar donde trabajar?
- ¿Todos(as) tenemos la oportunidad de recibir un reconocimiento especial?
- ¿Quiero trabajar aquí por mucho tiempo?

- ¿Yo recomendaría mi empresa como un buen lugar para trabajar?
- ¿Estoy orgulloso(a) de decir a otros(as) que trabajo aquí?
- ¿Cuándo veo lo que logramos, me siento orgulloso(a)?

Propósito

- ¿Tengo claro de qué manera mi trabajo contribuye al propósito de la organización?
- ¿Mi trabajo tiene un significado especial para mí: éste no es “sólo un trabajo”?

Felicidad en el trabajo

- ¿Aquí se reconoce a las personas que intentan nuevas y mejores maneras de hacer las cosas, independientemente del resultado?
- ¿La empresa se preocupa de que mi lugar de trabajo actual sea psicológica y emocionalmente saludable para trabajar?

Stress

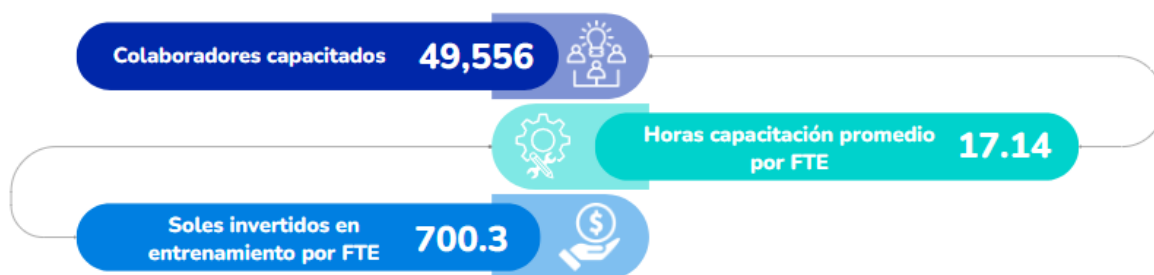
- ¿Aquí se fomenta que las personas equilibren su vida de trabajo y su vida personal?

Satisfacción de los colaboradores por unidad de negocio			
	2021	2022	2023
Food Retail	81%	85%	82%
Pharma Retail y Distribución	77%	78%	74%
Shopping Malls	93%	94%	91%
Digital	83%	91%	90%

Resultados y meta promedio de satisfacción de colaboradores			
Indicadores	2021	2022	2023
Resultado de encuesta de clima (promedio ⁵)	82%	87%	84%
Meta	83%	85%	85%
Participación	-	90.8%	93.5%
Empresas consideradas	All InRetail Perú Corp., excluyendo Digital	All InRetail Perú Corp., excluyendo Digital	All InRetail Perú Corp., excluyendo Digital

⁵ Calculado a partir del promedio simple de los resultados de las empresas

Desarrollo del Capital Humano



“Digitalizamos el 100% de todo lo vinculado a nuestro Capital Humano”

Contamos con diversos programas de Desarrollo de Capital Humano.

Horas por FTE de entrenamiento y desarrollo.		
Género	2022	2023
Masculino	16.18	16.31
Femenino	28.44	17.98

Capacitaciones por unidad de negocio	2022			2023		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Food Retail	15,318	16,153	31,471	12,303	11,495	23,798
Pharma Retail y Distribución	6,520	20,280	26,800	5,881	18,903	24,784
Shopping Malls	194	297	491	317	210	527
Digital	-	-	-	203	244	447
Total	22,032	36,730	58,762	18,704	30,852	49,556

Total de horas de capacitación por unidad de negocio y total			
Unidad de negocio	2021	2022	2023
Food Retail	660,357	630,905	737,494
Pharma Retail y Distribución	664,633	482,612	524,426
Shopping Malls	5,877	5,674	11,157.5
Digital	-	-	16,426
Total	1,330,867	1,119,190	1,289,503

(GRI 404-1)

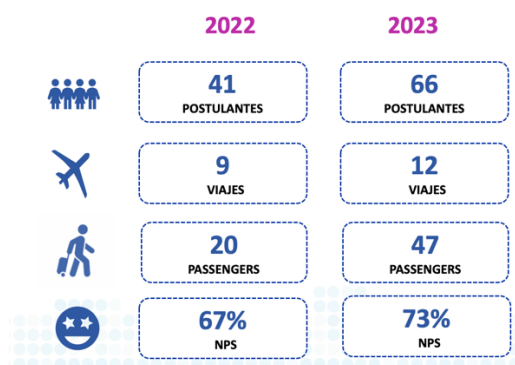
Programas de capacitación que destacan:
[InRetail Corp.](#)

InRetail Trip

Es una iniciativa que tiene el objetivo de desarrollar y potenciar talentos del grupo a través de la participación en proyectos de su empresa u otra empresa del grupo.

En detalle, cada año, llevamos a cabo el programa InRetail Trip. En este, identificamos los proyectos estratégicos más importantes para cada uno de nuestros negocios y ofrecemos a los talentos del grupo la oportunidad de formar parte de la solución a estos desafíos, independientemente de la empresa a la que pertenezcan. Esto significa que un profesional de farmacia puede abordar un problema en Promart, mientras que alguien de Química Suiza puede trabajar en un desafío en Supermercados Peruanos.

Realizamos esta iniciativa, ya que permite promover el aprendizaje en el puesto de trabajo (70%); compartir conocimiento y experiencias; reconocer talento y desempeño; ampliar y fortalecer el networking; e incentivar el trabajo colaborativo (cross plataforma).



IR Academy: Un programa de desarrollo para nuestros colaboradores para cerrar brechas en su rol actual y prepararlos para asumir retos y/o roles futuros. Este tiene cuatro academias, que son:

1. Integrity/IR Trainers (ética y cultura corporativa): Busca fortalecer nuestra cultura corporativa a través de los cursos de SST, Código de Ética, sostenibilidad y seguridad de la información, entre otros.
2. Power Skills/Customer Service (competencias DEC): Procura contribuir al desarrollo de las competencias corporativas para cerrar brechas en sus roles actuales.
3. Technical Skills/Cross plataforma (habilidades técnicas): Tiene como fin potenciar las habilidades técnicas y de análisis de data para sus roles actuales y prepararlos para asumir nuevos retos.
4. Growth Leader/Techme UP (beneficio para colaboradores): Su objetivo es fortalecer el liderazgo, a través del desarrollo de competencias y de herramientas para la gestión de equipos.

Durante el 2023, logramos:

- 10,000 horas de capacitación
- 98% de cobertura
- 4.4 de 5 en materia de satisfacción
- 21 rutas de aprendizaje

Food Retail

Journey de Aprendizaje

Las marcas Vivanda y plazaVea cuentan entre sus programas de capacitación y desarrollo con el “Journey de Aprendizaje”, plan de capacitación anual para todos los colaboradores de tienda que tiene como objetivo principal el brindar conocimiento, habilidades y destrezas necesarias para desarrollar sus funciones y responsabilidades, así como también potenciar e impulsar el crecimiento de estos. Este está compuesto por dos (2) grandes frentes, que son:

1) Malla de Aprendizaje

- Cursos Regulatorios: Tienen como objetivo fortalecer los pilares culturales de ética, seguridad, salud en el trabajo, calidad e Iris.
- Cursos Técnicos: Su foco son en las áreas técnicas tanto de las tiendas como de los centros logísticos, y abordan también áreas de conocimiento transversales.
- Cursos Mandela: Se centran en el desarrollo de habilidades personales y de liderazgo en los colaboradores, tomando como referencia el estilo de Liderazgo de InRetail, el modelo de Liderazgo Mandela y los roles del líder.

2) Escuelas

- Escuela de Frescos: Su meta es garantizar un aprendizaje efectivo para nuestros colaboradores al estandarizar la enseñanza teórico-práctica, con un enfoque principal en el dominio de habilidades en el área de frescos.
- Escuela de Cajas: Procura fortalecer los procesos y procedimientos relacionados con la línea de cajas y tesorería, reconociendo la importancia de los procesos en la caja sin descuidar la atención y el servicio al cliente.
- Escuela de FUM: Busca impartir el método correcto de reposición que permita a los participantes mejorar su eficiencia y productividad, al tiempo que adquieren un conocimiento más profundo sobre los procesos clave del “Frente de la Unidad de Medida” (FUM).

Todo el entrenamiento se realiza a través de una plataforma de aprendizaje virtual y presenciales (tanto con especialistas internos y externos en los temas). Por su parte, se anima a los colaboradores a participar a través de premios (líder, estrella de plata, el mejor del mes, etc.).

Entre los beneficios para ambas marcas, se incluye que los supermercados presentan una mejora general en el capital humano y roles técnicos especializados, que a su vez impactan en la rotación. En efecto, la plataforma y el plan de estudios personalizados ayudan a identificar a aquellos listos para una promoción interna, mejorando nuestro movimiento interno.

Adicionalmente, los puestos beneficiados son RS, RS1, asistentes, supervisores y líderes de división de diferentes áreas de tienda. Estos son quienes aseguran la eficiencia y calidad operativa de nuestro servicio mientras fortalecen la satisfacción del cliente.



[Pharma Retail y Distribución](#)

[Corazón de Líder](#)

El programa "Corazón de Líder" de Pharma Retail representa un compromiso sólido con el desarrollo profesional y la excelencia en liderazgo. A través de su plataforma innovadora de podcasts, el programa aborda una amplia gama de temas fundamentales, desde la motivación de equipos hasta la orientación al cliente, pasando por la importancia de la curiosidad, el análisis de datos, la ejecución decidida y los testimonios inspiradores de líderes destacados.

Para complementar esta iniciativa, está también la "Escuela Corazón de Líder", que se posiciona como un recurso indispensable para el crecimiento y fortalecimiento de los líderes en Farmacias Peruanas. Con un enfoque en áreas cruciales como la integración del nuevo personal y la gestión efectiva de equipos, esta escuela adopta una metodología blended, que combina lo mejor de la formación presencial y virtual, asegurando así una experiencia de aprendizaje completa y enriquecedora para todos los participantes.

[Escuela de Éxito Farmacéutico](#)

Pharma Retail contempla entre sus programas de entrenamiento y desarrollo la "Escuela de Éxito Farmacéutico", la cual tiene como objetivo capacitar a nuestros químicos farmacéuticos para que puedan responder a la agilidad requerida por el negocio. En detalle, este se enfoca en brindar conocimiento en tres aspectos, que son: i) desarrollo personal enfocado en el aspecto emocional de los empleados y su reconocimiento; ii) modelo de ventas que se centra en la satisfacción del cliente y herramientas de ventas; y por último, iii) entrenamiento en marcas privadas, donde los especialistas son capacitados en los productos ofrecidos en farmacias.

Cabe precisar que la formación es en línea y cuenta con contenido formal e informal, así como desafíos de aprendizaje que los empleados deben resolver durante el año.

Entre los beneficios, el programa mejora directamente la estrategia de ventas en nuestras farmacias, pues aumenta el volumen total de ventas y la venta complementaria, que consiste en vender productos adicionales a los que el cliente buscaba originalmente. En efecto, estudios internos de Pharma Retail muestran evidencia del aumento en las ventas totales y las ventas complementarias después de que se tomó el curso. Este programa también mejora el desempeño de los químicos farmacéuticos, ya que aquellos que tomaron el curso lograron un mejor rendimiento global en comparación con los que no lo hicieron. El mejor rendimiento de los químicos farmacéuticos también aumentó su confianza, lo que resultó en una mayor participación de los empleados.

Cabe señalar que, nuestros resultados de participación de empleados mejoraron del 78% en 2022 al 95% en 2023.

Se logró capacitar a 9,676 colaboradores de boticas

People Analytics

Hemos implementado 10 modelos de People Analytics diferentes y hemos logrado ahorrar más de un millón ochocientos mil soles mediante la eficiencia que ofrecen los modelos predictivos de permanencia. Estos modelos nos han permitido identificar la relación directa entre ciertas variables del factor humano y su impacto en el negocio. Un ejemplo de ello es que hemos observado que la personalidad de los químicos y técnicos farmacéuticos tiene una influencia significativa en la productividad de las ventas.

Salud y Seguridad laboral

Sistema de SST

(GRI 403-1)

El bienestar integral de nuestros colaboradores es una prioridad fundamental. Por ello, contamos con un Compromiso de Salud y Seguridad en el Trabajo (SST), el cual se ajusta a los requisitos de la ley peruana N° 29783 de Seguridad y Salud en el Trabajo y su modificatoria Ley N° 30222. Además, desde el 2022 contamos con la subgerencia de SST, la cual está encargada de velar por el cumplimiento del compromiso, los procesos y políticas que lo comprometan.

En esta línea, como grupo implementamos diversas iniciativas en nuestras diferentes unidades de negocio para garantizar la salud y seguridad de nuestros colaboradores de acuerdo con la normativa de sus respectivas industrias. Cada unidad de negocio cuenta con programas, herramientas, políticas y procedimientos, así como con equipos responsables de la seguridad, encargados de prevenir y atender cualquier tipo de incidente que involucre a personal propio y de terceros en nuestras instalaciones.

Estas se detallan a continuación:

Food Retail

En Food Retail hemos establecido un sistema integral de gestión de salud y seguridad en el trabajo (SST). Esto incluye la elaboración y actualización anual de una matriz de identificación y evaluación de riesgos, donde se incluyen riesgos específicos para mujeres gestantes.

Asimismo, hemos creado un canal anónimo llamado STOP y se mantiene una comunicación constante con el área de Seguridad Transversal.

A su vez, realizamos investigaciones de accidentes utilizando metodologías como los 5 Porqués y SCAT. Además, contamos con comités paritarios de SST y brindamos capacitaciones regulares a nuestros colaboradores sobre temas relacionados con la seguridad y la prevención de accidentes.

En tanto, en el 2023, obtuvimos el 97,56% de cumplimiento en la auditoría de cumplimiento legal, realizada por un auditor registrado en el Ministerio de Trabajo. Además, desarrollamos auditorías internas semestrales e inspecciones.

Al finalizar el año logramos cumplir con las metas propuestas:

- Reducir el índice de accidentabilidad, teniendo como meta la reducción en un 30%, y logrando un 50%.
- Cumplir con las auditorías internas de equipos críticos, obteniendo como resultado 95,5%.
- Cerrar al menos 98% de reportes STOP, obteniendo como resultado 99% de reportes cerrados.

(GRI 403-4)

[Pharma Retail y Distribución](#)

En Pharma Retail y Distribución, nuestras farmacias Inkafarma y Mifarma, junto con Química Suiza, han estructurado sus sistemas de gestión de salud y seguridad en el trabajo de acuerdo con las normativas vigentes. En esta línea, implementamos políticas y programas que buscan mejorar la seguridad laboral, reducir la tasa de accidentes e incidentes, promover competencias y capacidades en SST, y realizar vigilancia y control de riesgos ocupacionales. Asimismo, realizamos exámenes médicos ocupacionales, campañas de salud ocupacional y brindamos capacitaciones específicas a nuestros colaboradores. Al cierre del 2023 se logró la participación del 89,16% de los colaboradores de Farmacias Peruanas en las capacitaciones de SST, versus el 67,51% del año anterior. Mientras que para Química Suiza aumentó un 12,4% respecto al 2022, teniendo así una participación de 84,9%.

Cabe precisar que nuestra política y programa de SST son aprobados anualmente por el Comité de SST, mientras que los objetivos del programa de SST son:

[Programa SST Farmacias Peruanas](#)

1. Mejorar y reforzar las acciones de seguridad relacionadas a requisitos legales en materia de SST aplicables a la empresa.
2. Desarrollar los elementos del sistema de gestión de SST.
3. Reducir tasa de accidentes e incidentes laborales
4. Potenciar competencias, capacidades y cultura en SST.
5. Implementar la vigilancia de la salud de los trabajadores de la empresa y las medidas de control del riesgo ocupacional en los ambientes de trabajo para la prevención de accidentes y enfermedades ocupacionales

Programa SST Química Suiza

1. Proteger la seguridad y salud de todos los miembros de la organización mediante la prevención de accidentes, enfermedades e incidentes relacionados con el trabajo. Y proporcionar condiciones de trabajo seguras y saludables para los trabajadores.
2. Gestionar la mitigación de peligros y riesgos para la SST mediante la jerarquía de controles.
3. Cumplir los acuerdos, disposiciones, reglamentos y legislación vigentes, incluidos, los que la empresa determine o suscriba voluntariamente con los clientes u otras partes interesadas.
4. Promover que los colaboradores y sus representantes sean consultados y participen activamente en todos los elementos del Sistema de Gestión de SST.
5. Capacitar y concientizar a nuestros colaboradores y personal contratista en el cumplimiento de los objetivos y metas establecidos por la empresa con relación al sistema.
6. Promover la mejora continua del SST.

En tanto, para cumplir con estos objetivos, hacemos uso de las siguientes herramientas:

- ✓ Checklist de cumplimiento interno.
- ✓ Comité de SST por cada empresa, conformado de manera paritaria por colaboradores electos y representantes del empleador para investigar y proponer oportunidades de mejora en la empresa.
- ✓ Matriz IPERC: para identificación de posibles riesgos y medidas de acción.
- ✓ Procedimientos de atención e investigación de casos de accidentes y fatalidades.
- ✓ Matriz de requisitos documentarios para empresas terceras.
- ✓ Homologación para transportistas y contratistas.

Shopping Malls

En Shopping Malls, contamos con un sistema integrado de gestión certificado bajo las normas ISO 9001, ISO 14001 e ISO 45001. En este sentido, tenemos procesos para controlar los riesgos asociados a empresas externas, reportar peligros y condiciones subestándar, investigar accidentes utilizando la metodología TASC (técnica de análisis sistemático de causas), y realizar capacitaciones y cursos de formación para nuestros colaboradores. También, promovemos la participación y consulta de nuestros colaboradores a través de la elección de representantes en el Comité de SST y el buzón de sugerencias.

En tanto, nuestro Manejo de Gestión del Riesgo nos permite mantener un enfoque preventivo en un 80% y un enfoque en la emergencia en un 20%. Cabe señalar que evaluamos la gestión de nuestras unidades de negocio a partir de auditorías internas desarrolladas bajo el marco legal peruano y auditorías externas a cargo de auditores registrados en el MTPE. Además, las unidades de negocio certificadas son evaluadas por las auditorías externas propias de la certificación ISO 45001.

(GRI 403-2) (GRI 403-3)

	Food Retail	Pharma Retail y Distribución	Shopping Malls
Programa dedicado/certificación para la gestión de SSO/SST	STOP	ISO 45001: Salud y Seguridad Ocupacional	ISO 45001: Salud y Seguridad Ocupacional
Metodología utilizada	5 porqués y SCAT	SCAT	5 porqués y SCAT

Acciones para prepararse y responder a situaciones de emergencia

La gerencia de SST alineados a nuestra cultura de seguridad que tiene como objetivo ser la empresa más segura para trabajar, buscamos crear en cada uno de nuestros colaboradores la seguridad como un valor, así como de garantizar que las instalaciones operen de manera segura y eficiente al dar cumplimiento a todos los programas, políticas, procedimientos y mejores prácticas de seguridad de la empresa. También son responsables de observar y corregir de inmediato cualquier práctica de trabajo insegura. Ante la observación, identificación o notificación de un peligro para la salud o la seguridad que tenga el potencial de causar una enfermedad o daño, la gerencia debe tomar las siguientes medidas, de forma inmediata:

1. Identificar y analizar la existencia del peligro.
2. Evaluar el riesgo que generen.
3. Establecer medios de control apropiados para eliminarlo, corregirlo o mitigarlo.
4. Tomar la acción correctiva adecuada. Cuando un supervisor o gerente no tenga la autoridad o los recursos para tomar las medidas correctivas apropiadas, la situación deberá informarse al supervisor de siguiente nivel.
5. Tomar medidas para garantizar que la posibilidad de recurrencia se minimice.

Identificación de riesgos, evaluaciones de riesgos y controles OHS

Cada unidad de negocio ha implementado una Matriz de Gestión de Incidentes (IPERC) con el objetivo de gestionar de manera efectiva las notificaciones y manejar todos los incidentes que resulten en daño para las personas, así como implementar acciones destinadas a prevenir su recurrencia.

Este documento se aplica a los incidentes que afecten a las personas y que ocurran dentro de las unidades de negocio, abarcando tanto a nuestro propio personal como a los empleados y proveedores de servicios de las empresas contratadas en nuestras instalaciones.

La matriz proporciona pautas para evaluar incidentes (la evaluación de riesgo se calcula mediante la probabilidad y gravedad), describe el proceso de comunicación y manejo de

incidentes (gestión existente) y establece mecanismos para determinar medidas de control relevantes para obtener información y aprendizaje de estos eventos (acciones). La Matriz de Gestión de Incidentes garantiza un enfoque estructurado para la gestión de incidentes, promoviendo la seguridad y la mejora continua en nuestras operaciones comerciales.

La siguiente tabla muestra una instantánea del IPERC, desde la entrada y el trabajo en un almacén, hasta la llegada de la mercancía, el despacho de mercancía a las tiendas y la apertura de las tiendas.

Tabla: Identificación de riesgos, evaluaciones de riesgos y controles (IPERC)

	Peligro	Riesgo	Gestión Existente	Evaluación Riesgo	Valor	Acción
Ingreso a almacén	Uso de escaleras fijas	Caídas a desnivel	1.- Charla de inducción SST. 2.- Recomendaciones de SST por puesto de trabajo. 3.- Reglamento Interno de SST. 4.- Capacitación de SST. 5.- Concentración en todo momento. 6.- Uso de barandas.	Admisible	Tolerable	
Trabajos dentro del Almacén	Uso de equipos logísticos (estocas, elevador montacargas apilador eléctrico)	Atropellamiento, aplastamiento, choques, golpes.	1.- Charla de inducción SST. 2.- Recomendaciones de SST por puesto de trabajo. 3.- Reglamento Interno de SST. 4.- Capacitaciones de SST. 5.- Mantenimiento preventivo. 6.- Controles PEC. 7.- Briefings de SST. 8.- Uso de EPPs. 9.- Concentración en todo momento.	Substancial	No tolerable	1. Supervisión constante. 2.- Programa de jefes seguros.
Trabajos dentro de recepción de mercadería (Inventario, pesado de productos y ordenamiento)	Mercadería ubicada a altura	Rompimiento, caída de un agente material superior (que cae sobre la víctima)	1. Inducción general de SST 2. Entrega de RISST. 3. Recomendaciones de SST 4. Lineamientos de SST: - Apilar adecuadamente los materiales/mercadería. - No dejar elementos sin protección encima de mobiliarios. - Responsable: todos los colaboradores	Moderado	Tolerable	1. Inspección continua al apilado de materiales.
Despacho a mercadería a sala de venta	Traslado de mercadería haciendo uso de estocas.	Contusiones; Heridas; Traumatismos; Fracturas	1. Charla de inducción SST. 2. Recomendaciones de SST por puesto de trabajo. 3. Reglamento Interno de SST. 4. EPPs: Casco, Zapatos de Seguridad con punta de acero, Guantes de Seguridad.	Substancial	No tolerable	1.- Instructivo Uso de estoca 2.- Capacitación en el uso de stock
Apertura de tienda	Apertura de puerta enrollada.	Contusiones; Heridas.	1.- Charla de inducción SST. 2.- Reglamento Interno de SST. 3.- Protocolo de Apertura y cierre	Trivial	Tolerable	

(GRI 403-2)

Comité de SST

Contamos con Comités paritarios de SST en cada unidad de negocio, así como con capacitaciones regulares a colaboradores sobre temas relacionados con la seguridad y la prevención de accidentes.

Cabe destacar que los colaboradores tienen acceso directo a los miembros del Comité de SST y a los líderes de seguridad en cada tienda, quienes mantienen una comunicación constante con el área de Seguridad Transversal para informar sobre actos o condiciones inseguras.

(GRI 403-3) (GRI 403-4)

Canal de denuncias STOP

En nuestra unidad de negocio Food Retail, facilitamos un canal anónimo llamado STOP, donde se pueden reportar actos y condiciones inseguras, así como compartir buenas prácticas. Esto en el marco de cumplir con nuestro compromiso de entregar seguridad y bienestar a nuestro equipo, ya que el canal fortalece nuestra capacidad para identificar y abordar proactivamente los riesgos laborales en todos nuestros establecimientos.

	2022	2023
Número de denuncias	3.962	33.278 ⁶

ISO 45001: Salud y Seguridad Ocupacional

En nuestras unidades de negocio Pharma Retail y Distribución, así como en Shopping Malls, hemos logrado la certificación de nuestro sistema de gestión de salud y seguridad en el trabajo conforme a la norma ISO 45001. Este estándar internacional establece requisitos para los sistemas de gestión de salud y seguridad en el trabajo (SST), con el fin de promover un entorno laboral seguro y saludable para todos los empleados. En efecto, la certificación bajo la norma ISO 45001 indica que nuestra organización ha implementado y mantiene un sistema de gestión de SST eficaz, evaluado por un organismo de certificación independiente.

Metodologías de “los 5 porqués” y “SCAT”

(GRI 403-4)

En todas nuestras unidades de negocio investigamos los accidentes utilizando las metodologías de “los 5 porqués” y “Systematic Cause Analysis Technique (SCAT)”.

En esta línea, la metodología de los 5 porqués consiste en hacer preguntas repetitivas sobre el incidente, cada una profundizando en la causa raíz del problema. Esto, ya que el objetivo es identificar la causa principal detrás de un incidente al preguntar “¿Por qué?” cinco veces consecutivas, lo que permite llegar más allá de los síntomas evidentes y abordar las causas

⁶ El incremento se debió a que decidimos reforzar implementando una cuota mínima de reportes Stop por formatos, y así mismo se realizaron refuerzos constantes en todas las tiendas y sedes.

fundamentales. Esta técnica ayuda a comprender mejor las cadenas de eventos que llevaron al accidente y a tomar medidas correctivas efectivas para prevenir su recurrencia.

Por otro lado, el Sistema de Causalidad de Accidentes (SCAT) es un enfoque más estructurado que utiliza una serie de pasos para identificar las causas de un accidente. En efecto, SCAT utiliza una variedad de herramientas, como diagramas de flujo, para ayudar a visualizar y comprender las relaciones entre las diferentes causas, así como se centra en tres tipos de causas, que son:

- Causas inmediatas: Eventos físicos que ocurrieron justo antes del accidente.
- Causas subyacentes: Factores que contribuyeron indirectamente al accidente.
- Causas básicas: Variables organizacionales o de gestión que permitieron que las causas subyacentes ocurrieran.

Riesgos identificados en salud y seguridad laboral por unidad de negocio

Todas nuestras unidades de negocio cuentan con un proceso de gestión de riesgos y una matriz de riesgos que se ajusta al compromiso de bienestar con nuestros colaboradores y los requisitos de la ley peruana de Seguridad y Salud en el Trabajo.

(GRI 403-2)

Capacitaciones a trabajadores en salud y seguridad laboral (murales y cursos)

(GRI 403-5)

En Food Retail capacitamos a nuestro personal acorde con los temas establecidos en la normativa, según su puesto de trabajo: ergonomía, trabajo fuera de oficina, trabajos de seguridad por equipos logísticos, orden y limpieza, acciones ante peligros y riesgos, y respuesta a emergencias. Además, reforzamos protocolos, procedimientos y otros temas relevantes dos veces al año. En tanto, a lo largo del 2023, desplegamos en Food Retail diferentes iniciativas bajo nuestro programa #CeroAccidentes, con el objetivo de sensibilizar a nuestros equipos en tres áreas clave: prevención de accidentes frecuentes, promoción de buenas prácticas de SST y fomento del cuidado mutuo. Estas acciones incluyeron sesiones de capacitación interactivas, campañas de concientización en el lugar de trabajo y la implementación de protocolos mejorados de seguridad y salud ocupacional. Además, se establecieron canales de comunicación abiertos para que los empleados pudieran compartir sus preocupaciones y sugerencias, fortaleciendo así nuestra cultura de seguridad y bienestar en toda la organización.

Por su parte, en InRetail Pharma capacitamos a nuestros colaboradores por lo menos con cuatro capacitaciones regulatorias al año, abordando temas como la identificación de peligros y riesgos en el trabajo, infraestructura, situaciones de emergencia y manejo seguro de herramientas y equipos. Asimismo, contamos con las herramientas de comunicación digitales o físicas en Mifarma, Inkafarma, Farmacias Peruanas y Química Suiza, donde se informa a los colaboradores sobre la identificación de peligros asociados a sus actividades y cómo reportarlas a través de nuestra plataforma GISSAT. Así nuestros colaboradores y puedan reportar actos y condiciones inseguras.

A su vez, en Shopping Malls hemos implementado un programa de formación y capacitación para todos nuestros colaboradores, que incluye cursos obligatorios como cultura de seguridad, evacuación ante sismos y primeros auxilios, seguridad basada en el comportamiento (SBC), prevención de trastornos musculoesqueléticos, y alimentación y estilo de vida saludable en mitos y verdades en tiempos de COVID-19. Igualmente, desarrollamos cursos específicos de Soporte Vital Básico, RCP y uso de desfibrilador externo automático (DEA); Gestión de la información, estadísticas y registros SST; y Sistema de gestión de SST en el marco de la ley vigente. Además, para nuestras empresas terceras perennes, abordamos temas de SST, hostigamiento sexual, servicio al cliente y derechos humanos. Además, realizamos charlas de 5 minutos al inicio de cada turno.

Requerimientos para proveedores salud y seguridad laboral

Todos nuestros proveedores pasan por un proceso de homologación a cargo de una empresa tercera que valida el cumplimiento de un sistema de gestión. Asimismo, aplicamos controles a colaboradores terceros, exigiendo el uso de equipos de protección personal (EPP), el seguro complementario de trabajo de riesgo (SCTR) y carnet de sanidad correspondiente a su actividad. Finalmente, realizamos reuniones cada dos meses con proveedores de mantenimiento que ejecutan actividades de alto riesgo, así como con aquellos proveedores que trabajan dentro de nuestras instalaciones. Estas reuniones tienen como objetivo garantizar el cumplimiento de las medidas de seguridad y revisar cualquier aspecto relevante para la protección de nuestro personal y las instalaciones.

Índice de accidentabilidad

Tasa de Frecuencia de Accidentes en tiempo perdido (LTIFR, por sus siglas en inglés) Colaboradores			
Unidades de negocio	2021	2022	2023
Food Retail	3.54	2.83	1.97
Pharma Retail – Química Suiza	2.13	3.40	5.96
Pharma Retail - Farmacias Peruanas	0.93	0.80	1.36*
Shopping Malls	0.00	4.25	2.21
Promedio InRetail	3.55	2.82	2.88
Cobertura en función a ingresos	100%	100%	100%

*El incremento del indicador se debe a una mejora en el proceso de reporte de accidentes de trabajo.

Tasa de Frecuencia de Accidentes en tiempo perdido (LTIFR, por sus siglas en inglés) Contratistas			
Unidades de negocio	2021	2022	2023
Food Retail	20.57	14.53	3.40
Pharma Retail – Química Suiza	0	0	0.20
Pharma Retail - Farmacias Peruanas*	0	0	0
Shopping Malls	2.28	3.95	11.01
Promedio InRetail	5.71	4.62	3.65
Cobertura	100%	100%	100%

(GRI 403-9)

Fatalidades (Colaboradores)			
Unidad de negocio	2021	2022	2023
Food Retail	0	0	0
Pharma Retail y Distribución	0	0	0
Shopping Malls	0	0	0
Total InRetail	0	0	0

Fatalidades (Contratistas)			
Unidad de negocio	2021	2022	2023
Food Retail	0	0	0
Pharma Retail y Distribución	0	0	0
Shopping Malls	0	0	0
Total InRetail	0	0	0

Clientes

Propuestas de valor diferenciadas por unidad de negocio

Food Retail

Cada formato cuenta con surtido de productos y experiencia de compra diferenciada para atender a nuestros distintos perfiles de clientes:

Hipermercado y supermercado: destino de compras de una parada que alcanza a todos los niveles socioeconómicos.

plazaVea es nuestra cadena de tiendas especializada en la venta al por menor de una amplia gama de productos diferenciados y marcas propias. Esta tiene un enfoque dirigido hacia personas y familias, y nos esforzamos por ofrecer una experiencia de compra satisfactoria y conveniente para nuestros clientes.

Supermercado de gama alta: Variedad de productos alimenticios frescos y premium, así como un servicio distintivo.

Vivanda, se dedica a la venta al por menor de productos diferenciados y marcas propias, apuntando a personas y familias. En efecto, nuestro compromiso con la calidad y la variedad se refleja en cada una de nuestras tiendas, donde buscamos satisfacer las necesidades y preferencias de nuestros clientes con una oferta diversificada.

Hard-Discount: Tiendas de tamaño pequeño y convenientemente ubicadas, con un surtido optimizado para distintos niveles socioeconómicos.

Mass tiene como objetivo principal ofrecer productos de consumo masivo de primera necesidad a precios competitivos. Esta marca tiene un enfoque en la venta al por menor y a granel, acercando estos productos a un mayor número de personas y familias, convirtiéndose en nuestra cadena con mayor presencia para garantizar accesibilidad y asequibilidad.

Cash-and-carry: Centrado en clientes profesionales de HoReCa (Hoteles, Restaurantes y Catering).

Makro se destaca como nuestra cadena de venta al por mayor, ofreciendo productos de consumo masivo a precios bajos y competitivos. Además de satisfacer las necesidades de las familias, Makro también se enfoca en atender a emprendedores, proporcionando soluciones comerciales integrales para sus negocios.

Plataformas online

Jokr y Merkao son plataformas innovadoras de entrega de productos que operan a través de aplicaciones móviles y/o páginas web. En detalle, Jokr se destaca por su rápida entrega de supermercado, brindando productos frescos y de calidad directamente a la puerta del cliente en cuestión de minutos. Por otro lado, Merkao se enfoca en proporcionar productos de consumo masivo a precios competitivos, acercando aún más los productos esenciales a las comunidades locales mediante el abastecimiento de bodegas de pequeños emprendedores.

[Pharma Retail y Distribución](#)

En nuestra unidad de negocio Pharma Retail ofrecemos dos experiencias distintas para nuestros clientes:

Estrategia de múltiples formatos: Tradicional y autoservicio.

El modelo de negocio de Inkafarma destaca por su capacidad para alcanzar lugares remotos donde los servicios de salud pública no llegan. En efecto, ofrece productos de alta calidad, lo cual es crucial en un mercado donde abundan las falsificaciones de medicamentos. Además, sus precios accesibles los convierten en una opción especialmente beneficiosa para la población vulnerable. Además, a través de AgoraClub, los usuarios pueden acumular puntos equivalentes a dinero.

Estrategia de múltiples formatos: Tradicional, autoservicio y belleza.

En Mifarma, los clientes disfrutan de una experiencia de compra más autónoma con góndolas y anaqueles accesibles, con un mayor surtido de productos de la categoría Cuidado Personal. En efecto, nuestra estrategia de ventas se basa en la fidelización a través de la afiliación al Monedero del Ahorro, que ofrece descuentos exclusivos, puntos equivalentes a dinero y cupones de descuento.

[Shopping Malls](#)

En un contexto donde Perú cuenta con limitados espacios comunitarios o públicos, Real Plaza se fundamenta en ofrecer más que un simple destino de compras. En esta línea, Real Plaza no solo ofrece una amplia variedad de tiendas, restaurantes y opciones de entretenimiento, sino que también se esfuerza por ser un verdadero espacio de encuentro y convivencia para la comunidad. Para ello, cuenta con eventos culturales y deportivos, como con actividades para toda la familia.

[Digital](#)

La propuesta de valor de Agora se centra en ofrecer a los clientes una experiencia de compra única y emocionante en un ambiente moderno y acogedor. En efecto, es un destino donde los clientes pueden encontrar una amplia variedad de productos de alta calidad, desde alimentos frescos hasta artículos de hogar y tecnología, todo bajo un mismo techo. Además, Agora se caracteriza por ofrecer productos respetuosos con el medio ambiente y éticamente producidos, y por fomentar prácticas comerciales sostenibles en su cadena de suministro.

[Marcas propias \(GRI 17-2\) \(GRI 17-3\)](#)

Nuestras marcas propias desempeñan un papel fundamental en nuestra oferta, contribuyendo a la fidelización del cliente y consolidando nuestra posición de liderazgo en el mercado a través de tres estrategias clave, que son: i) la creación de SKU rentables, competitivos y atractivos; ii) la diferenciación de productos mediante una cuidadosa selección y una constante innovación en el surtido y el empaquetado; y iii) el fortalecimiento de nuestro poder de negociación en diversas categorías.

De esta manera, en el sector de Food Retail, contamos con una amplia cartera que supera las 15 marcas propias, mientras que en Pharma Retail esta cifra se eleva a cerca de 30. Estas ofrecen una gama diversa de productos exclusivos que abarcan desde opciones Premium o Gold, con un valor añadido y diferencial en el mercado, hasta marcas más tradicionales que proporcionan productos de primera necesidad a precios altamente competitivos. En efecto, la variedad nos permite atender las distintas necesidades y preferencias de nuestros clientes, asegurando una experiencia de compra completa y satisfactoria.

Cabe señalar que, durante 2023, no se registraron incidentes de no conformidad con los códigos reglamentarios o del sector para el etiquetado o el marketing, lo que refleja el compromiso de la empresa con la adhesión a las normativas establecidas. Además, no se reportaron pérdidas monetarias como resultado de procedimientos judiciales relacionados con prácticas de etiquetado o marketing, indicando una gestión efectiva de riesgos legales en

estas áreas. En tanto, la tasa de incidentes y pérdidas monetarias relacionadas con el etiquetado o marketing es de 0, evidenciando un desempeño sólido en este aspecto durante el período evaluado.

Food Retail

- ARO
- BALANZE
- BALDARACCI
- BELL'S
- BLACKLINE
- BOREAL
- DECO HOME
- EL BUEN CORTE
- HOME CHEF
- LA FLORENCIA
- M&K
- TERNEZ
- VIVAHOME

Pharma Retail y Distribución

- NINET
- SECOS
- TOTAL DENT
- CELL SKIN
- LADYFREE
- NON SUN
- MEDCELL
- BIU
- COLLAFLEX
- BIOCORD
- BABYMA
- CAPILATIS
- AVENE
- AGRADO NATURE
- CREIGHTONS
- MONDSUB
- NBC
- GNC
- GOLD BLADE
- CLUNY
- DERMEX
- VIVAPIL
- MOASS / PUZO
- DR. FOOT
- FRANGANTTI
- CLINASEP
- ANGELITO
- QUELOCURE

Satisfacción del Cliente (NPS, por sus siglas en inglés) por unidad de negocio

Unidad de negocio	2021	2022	2023
Food Retail	53.00%	52.3%	56.33%
Pharma Retail y Distribución	38.00%	55.3%	52.23%
Shopping Malls	41.80%	53.9%	67.10%

*plazaVea 52.70%, Vivanda 65.20% y Makro 51.10%

**Inkafarma 57.80% y MiFarma 63.90%. Química Suiza 35.00%

En 2022, nuestra cobertura de Satisfacción del Cliente (NPS, por sus siglas en inglés) alcanzó el 90% de los ingresos, siendo que nuestra meta estaba establecida en el 55%. En tanto, durante 2023, nuestra cobertura alcanzó el 100% de los ingresos de las empresas con clientes directos, mientras que nuestra meta fue de 59%, logrando 54,8%⁷.

⁷ Promedio de NPS es calculado utilizando la fórmula de promedio simple entre las marcas

Nuevos mercados: crecimiento canales digitales

Estrategia Digital

La estrategia digital es un componente vital de nuestra visión para transformar la experiencia del cliente y fortalecer nuestra posición en un entorno empresarial cada vez más digitalizado. Por ello, nuestra estrategia digital busca aprovechar al máximo las tecnologías emergentes y las tendencias del mercado para ofrecer soluciones innovadoras y experiencias personalizadas que satisfagan las necesidades y expectativas de nuestros clientes en todos los puntos de contacto. De esta manera, desde la mejora de la presencia en línea hasta el desarrollo de aplicaciones móviles y la implementación de soluciones de comercio electrónico, nuestra estrategia digital abarca una amplia gama de iniciativas diseñadas para impulsar el crecimiento, mejorar la eficiencia operativa y promover la fidelización del cliente.

Hitos 2023

Fuerte crecimiento en nuestra plataforma digital de alimentos y farmacias, fortaleciendo nuestro liderazgo.

- Ventas digitales de alimentos +29%
- Ventas digitales de farmacias +24%

Food Retail

Operamos las plataformas de PlazaVea.com y Vivanda.com y nos apalancamos de otros productos y servicios del ecosistema digital de InRetail, como son la gestión de pedidos, plataforma de pagos, medios de pago, la plataforma de Seller Center, customer care y el ecosistema Agora, que incluye billetera digital, programa de lealtad y last mile delivery. Gracias a ello, nos convertimos en un marketplace con múltiples servicios y una presencia más escalable y competitiva en el mercado.

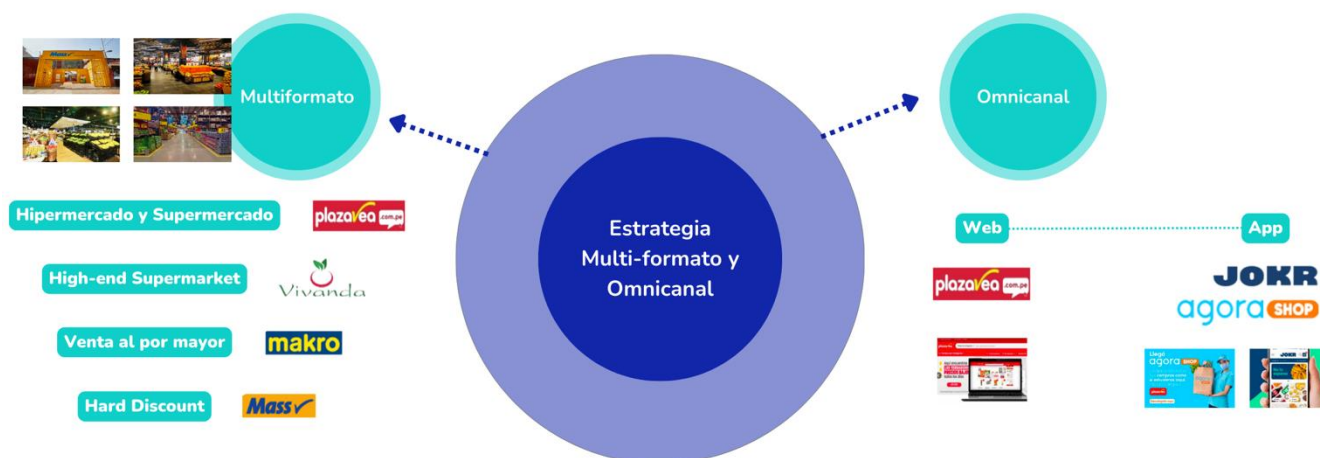
En esta línea, nuestra plataforma tiene dos grandes frentes: alimentos (food) y productos no alimentarios (non food). En el frente de alimentos, hemos integrado el servicio de last mile delivery llamado Agora, que incluye las marcas plazaVea, Vivanda y Makro. Además, contamos con las aplicaciones Jokr y Merkao, mediante la cual los productos son entregados directamente en el domicilio del cliente en un tiempo relativamente corto, dependiendo de la disponibilidad y la ubicación. Esta integración representa una apuesta importante en nuestra estrategia de expansión de canales y mejora de la experiencia de compra de nuestros clientes.

A su vez, en el frente non food, nos incorporamos a una estrategia de marketplace que cuenta con un catálogo de casi 500,000 productos, logrando una integración con el Seller Center cada vez más rápida.

Cabe destacar que todos nuestros emprendedores del programa Perú Pasión están incluidos en nuestra estrategia de marketplace, brindándoles oportunidad de acceder a un mercado más amplio y contribuir con su desarrollo.

En 2023, como destaque, el comercio electrónico en Food Retail experimentó un aumento del 6% en su participación.

Pharma Retail y Distribución



Desarrollamos la plataforma digital Mi Química para brindar un fuerte soporte a más de 6,000 farmacias independientes y droguerías de barrio en todo el país. Esta innovadora herramienta facilita la conexión de estos establecimientos con una amplia red de laboratorios y compañías farmacéuticas, brindando un acceso rápido y sencillo a una extensa gama de productos. Mi Química permite a los farmacéuticos gestionar eficazmente el abastecimiento de sus farmacias, asegurando una oferta de productos siempre actualizados y adaptada a las necesidades del mercado. Asimismo, esta plataforma les ofrece la flexibilidad de realizar compras bajo demanda en cualquier momento, agilizando así el proceso de reposición de inventario.

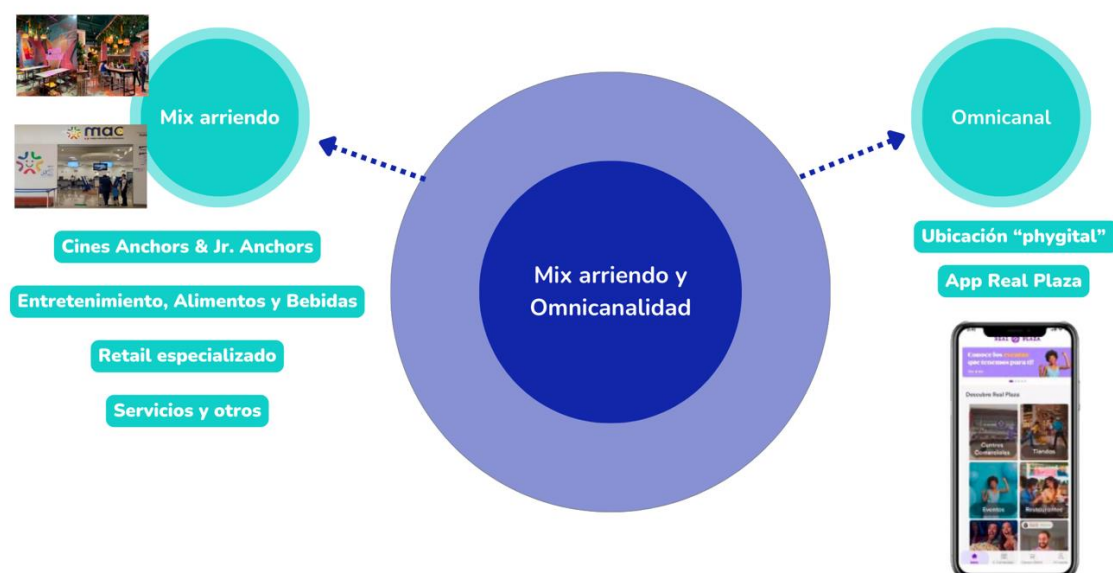
En 2023, destacamos que logramos un impresionante crecimiento del 24% en ventas digitales, con un promedio diario de 6,000 pedidos y un aumento del 45% en la penetración de Click & Collect. Además, nuestra participación en comercio electrónico en farmacias aumentó un 8%.



Shopping Malls

Iniciamos el 2023 incorporando el marketing digital a nuestro plan estratégico, convirtiéndolo en uno de sus cinco pilares. Adicionalmente, buscando la presencia omnicanal y desarrollando tráfico de calidad para nuestros locatarios, potenciamos tanto nuestra página web como nuestra App, ya que sirven como ventanas digitales para nuestros locatarios.

En 2023, destacamos la aplicación Real Plaza que mejoró la experiencia física del cliente al permitirle obtener descuentos exclusivos, acceder a eventos y otros servicios digitales. Además, inauguramos nuestro primer local físico con un enfoque híbrido (phygital) para la recogida de pedidos de nuestra tienda virtual y vendedores externos. Este nuevo servicio de Click & Collect logró una penetración del 40%. Como reto para los próximos tres años, diversificaremos y mejoraremos la calidad de nuestro mix de locatarios y áreas comunes para mejorar la experiencia del visitante.



Digital

A partir de 2022, las plataformas virtuales Agora PAY (billetera digital), Agora CLUB (programa de fidelización que acumula beneficios personalizados) y Agora SHOP (programa de compras de última milla) se unificaron en una sola app. Estratégicamente, los servicios que cada producto brindaba de manera independiente ahora están interconectados, ofreciendo a los consumidores un solo producto en una sola plataforma.

En este contexto, Agora surge como una propuesta digital que diversifica la oferta omnicanal de las unidades de negocio de InterCorp Retail, orientada a las necesidades de los usuarios, integrando y coordinando los esfuerzos de servicio de los tres productos en una sola propuesta.

En 2023, destacamos que experimentamos un crecimiento de 2,4 veces en nuestra base de usuarios activos de las aplicaciones Agora. De igual forma, observamos un aumento del 30% en el número de pedidos procesados a través de pagos electrónicos.

E-commerce: canales digitales

Tenemos en nuestras unidades de negocio diversos canales para atender las necesidades de nuestros clientes.

% de clientes usando plataformas digitales			
	2021	2022	2023
Total	6%	7,1%	6%

Nuestra meta para el porcentaje de clientes que utilizan plataformas digitales para el 2023 fue de 7%.

% del total de ingresos generados con ventas en línea			
	2021	2022	2023
InRetail	4,4%	3,6%	4%

Nuestra meta para el porcentaje de ingresos generados con ventas en línea para el 2023 fue de 4%.

Bienestar clientes: Salud y Nutrición (Market Recall)

Promoción

Nos comprometemos con la salud y la nutrición de nuestros clientes, razón por la cual hemos desarrollado una Política Corporativa de Salud y Nutrición para nuestras empresas que ofrecen productos alimenticios y farmacéuticos, así como para nuestros proveedores de marcas propias. Esta política regula aspectos clave, como la variedad de productos, la selección e investigación de proveedores, la transparencia hacia nuestros clientes, la promoción de un estilo de vida saludable y la supervisión y evaluación de nuestro surtido.

Es importante destacar que cada una de nuestras unidades de negocio debe adaptar obligatoriamente esta política, garantizando que sus áreas comerciales y de calidad, o quienes actúen en su representación, consideren los siguientes criterios al seleccionar o establecer acuerdos con proveedores comerciales.

Monitoreo

Medimos y monitoreamos varios aspectos de nuestro surtido de productos, incluyendo el porcentaje de productos de nuestro portafolio y marcas propias que son libres de gluten, alérgenos comunes, lactosa y azúcar agregada, así como aquellos comercializados bajo la categoría saludable, y también seguimos de cerca los volúmenes de ventas. Además, evaluamos el porcentaje de productos de marca propia que ofrecen un alto valor nutricional en términos de vitaminas, minerales, proteínas, fibra, fitoquímicos y aditivos alimentarios. Asimismo, medimos el porcentaje de ventas de productos de marca blanca que fueron reformulados durante el año para mejorar su composición nutricional.

Programas por unidad de negocio

[Food Retail](#)

Programas de nutrición

En nuestras tiendas físicas, continuamos con nuestra sección Mundo Saludable, que incluye productos orgánicos, sin azúcar, sin gluten, vegetarianos y veganos. En esta línea, reforzamos la Campaña de Productos Frescos a inicios de 2023, con la que buscamos fortalecer la oferta de frutas y verduras y los beneficios de su consumo.

A su vez, a través de plazaVea y Vivanda, promovimos la importancia de una alimentación saludable mediante la comunicación en redes sociales y en nuestras guías digitales. De hecho, la venta de productos orgánicos equivalió a 127 SKUs al 2023, lo que representa el 0,05% de las ventas totales.

Cabe destacar que, para toda la comunicación con los clientes, utilizamos un nutricionista para brindar información y consejos sobre alimentación saludable.

No obstante, en cuanto a nuestras marcas propias, la venta de productos que contienen más ingredientes nutritivos como fibra, vitaminas, minerales o fotoquímicos representó el 0,016% de nuestras ventas en 2023.

[Pharma Retail y Distribución](#)

Programas de nutrición

En Pharma Retail y Distribución, un equipo de especialistas se dedica al desarrollo de un portafolio de nutrición. Entre sus principales responsabilidades está identificar nuevas necesidades y tendencias en colaboración con marcas comerciales y privadas, para ofrecer productos más ricos en nutrientes. Este enfoque, también conocido como "medicina mejorada", implica la reformulación de medicamentos tradicionales para incluir suplementos adicionales, como, por ejemplo, una aspirina que también contenga vitaminas.

Programas de Salud

En 2023, realizamos la segunda edición del programa "Festival de la Salud", a través de la marca Inkafarma. Esta iniciativa es un espacio digital gratuito dirigido a nuestros consumidores, en donde se comparten conocimientos relacionados a la salud y el bienestar de forma accesible y con un lenguaje sencillo. De hecho, participan profesionales de la salud que abordan temas como maternidad, diabetes, nutrición, salud mental, hipotiroidismo, vida sexual, entre otros. En tanto, la información se transmite a través del canal Facebook Live y permite a nuestros consumidores y sus familias realizar consultas en vivo y participar en sorteos.

Por otro lado, a través de Aliviamed, ofrecemos consultas médicas con médicos generales, disponibles con una simple llamada telefónica. Aliviamed permite a las familias acceder a

atención médica primaria de calidad de manera inmediata, sin colas ni citas previas, y a precios accesibles, desde cualquier rincón del Perú. Esto ayuda a disminuir la automedicación al brindar consultas médicas y tratamientos adecuados a sus síntomas.

Cabe destacar que, a través de un riguroso control y seguimiento de las dispensaciones de recetas, hemos logrado mantener nuestras operaciones libres de pérdidas monetarias asociadas a procesos legales por errores de dispensación.

Calidad y seguridad de los productos (Market Recall)

Contamos con rigurosos procesos de control de calidad y seguridad de nuestros productos. Esto se ve reflejado en los resultados del 2023, año en el cual nos complace informar que no se registraron episodios de Market Recall.

Food Retail

En nuestra unidad de negocio de Food Retail contamos con un procedimiento integral de gestión de incidencias de calidad diseñado para identificar y abordar cualquier problema que pueda surgir. Estas incidencias se detectan a través de la recepción de producto, controles rutinarios y quejas de clientes. En efecto, realizamos una evaluación exhaustiva para determinar si se trata de una incidencia aislada o si afecta a lotes enteros. Así, si se ven afectados lotes de productos, implementamos inmediatamente un proceso de retirada, al tiempo que damos una explicación detallada del hallazgo al proveedor y fijamos plazos para la retirada, dependiendo de la gravedad del problema identificado.

En esta línea, para garantizar el cumplimiento y mejorar nuestro proceso de retirada de productos del mercado, monitoreamos los siguientes indicadores:

1. Porcentaje de incidentes.
2. Número de retiros.

Además, realizamos auditorías de calidad en nuestras tiendas plazaVea, Vivanda, Makro y Mass con el objetivo de reducir las incidencias por problemas de calidad.

Resultados de auditorías de calidad en las tiendas	2022		2023	
	Logro	Meta	Logro	Meta
	93.8%	93.5%	91.3%	92.6%

Pharma Retail y Distribución

En nuestra unidad de negocio Pharma Retail y Distribución realizamos una evaluación organoléptica de todos los productos que recibimos, según corresponda:

- Productos de los cuales somos titular del registro: llevamos una evaluación exhaustiva de la condición externa de la caja y verificamos el inserto. Evaluamos el 100% de los lotes recibidos.
- Productos comprados de terceros: evaluamos la condición externa.

En esta línea, durante el almacenamiento y distribución, nos aseguramos de que se mantengan las condiciones de temperatura especificadas por el fabricante. A modo de ejemplo, los productos se distribuyen en cajas completas y aquellos que requieren un control especial se envasan por separado. También contamos con procedimientos de recepción, almacenamiento y dispensación de productos en nuestras farmacias para asegurar un manejo adecuado. Además, capacitamos periódicamente a nuestros empleados en buenas prácticas de manipulación de productos.

Sin embargo, al mismo tiempo, nuestros procesos son auditados por la autoridad sanitaria correspondiente, que, en este caso, es la Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas (Digemid) del Ministerio de Salud.

Cabe señalar que, durante 2023, recibimos un bajo porcentaje de quejas y reclamos de clientes relacionados con productos deteriorados o sabores atípicos. A pesar de ello, realizamos un análisis de las causas de estas quejas y reclamos, de los cuales identificamos a los proveedores con mayor número de casos para que el área Comercial busque mejoras. También hemos establecido cláusulas de calidad más estrictas en nuestros contratos.

En caso de retirarse algún producto del mercado, la causa puede deberse a:

- Decisiones de la autoridad sanitaria.
- Decisiones comerciales de no vender el producto.
- Reclamos de clientes que resultan en la decisión de retirar el producto por temas de imagen.

En tanto, cuando tomamos la decisión de retirar un producto, se informa a DIGEMID o a DIGESA (Dirección General de Salud Ambiental). En efecto, el proceso de retirada está normado, y la autoridad sanitaria otorga un plazo de 60 días para recoger el producto de las farmacias una vez que se haya declarado el recojo.

2023	Número de retiradas de medicamentos emitidas	Total de unidades retiradas	Porcentaje de productos de marca propia
<i>Pharma Retail</i>	195	7,722	0%
Química Suiza	29	36,109	0%

Premios y Reconocimientos

InRetail Perú Corp

- Obtuvimos 80 puntos en el cuestionario del Corporate Sustainability Assessment 2023, posicionándonos en el cuarto lugar de la categoría Food & Staples Retailing.

- Por tercer año consecutivo, formamos parte del Dow Jones Sustainability Indices Mila Pacific Alliance.
- Fuimos incluidos en el Sustainability Yearbook 2023 de S&P Global en la categoría Food Staples.
- Logramos una calificación de B en el cuestionario de Cambio Climático de CDP.
- Formamos parte del Bloomberg Gender-Equality Index 2023.
- Fuimos considerados como una empresa de riesgo bajo según Sustainalytics, con una calificación de 17.6 en el ESG Risk Rating.
- Fuimos incluidos en el Índice de Igualdad de Género de Bloomberg 2023.
- Calificados como empresa de bajo riesgo por Sustainalytics, con una calificación de riesgo ESG de 17.6.
- Obtuvimos el primer lugar en el premio ALAS 20, que reconoce a empresas líderes en sostenibilidad de la región.
- Fuimos incluidos en el Índice S&P/BVL Peru General ESG.

Food Retail

- Ranking Merco Talento 2023: Supermercados Peruanos se ubicó en el Puesto #1 de la categoría Autoservicios del Top de 100 de empresas.
- Ranking Merco Talento 2023: Supermercados Peruanos se ubicó en el Puesto #19 del ranking general de empresas.
- Great Place To Work 2023: Supermercados Peruanos se ubicó en el 1er lugar en la categoría de más de 1000 colaboradores.
- Great Place To Work 2023: Supermercados Peruanos se ubicó en el Puesto #7 en la categoría Empresas Grandes en el ranking de Los Mejores Lugares Para Trabajar en Latinoamérica.
- Great Place To Work 2023: Supermercados Peruanos obtuvo el puesto #2 en el ranking de Los Mejores Lugares Para Trabajar Equidad, Diversidad e Inclusión.
- Ranking PAR 2023 - Aequales: este es un reconocimiento a las organizaciones que promueven y defienden la equidad, diversidad e inclusión de género, entregado por Aequales, donde Supermercados Peruanos se ubica en el puesto #2 del ranking de empresas con +5,000 trabajadores.

- Certificación Presente 2023: por tercer año consecutivo, obtuvo la certificación Presente, la cual fomenta la creación de espacios laborales inclusivos para personas LGBTIQ+. Supermercados Peruanos ocupa el puesto #7 del ranking general.
- Premio Empresas que Transforman 2023: esta es una iniciativa busca generar y promover la adopción de iniciativas de Valor Compartido y reconocer a las empresas que lo vienen implementando. Supermercados Peruanos gana este premio en la categoría de Empresas Medianas y Grandes con la iniciativa “Bueno por Dentro”.
- ELSA 2023: esta es una iniciativa que ayuda a las empresas a prevenir el acoso sexual laboral y a cumplir la ley. Durante el 2023, Supermercados Peruanos se posicionó como empresa pionera en ELSA.
- 2 estrellas en la plataforma Huella de Carbono Perú del Ministerio del Ambiente.

Pharma Retail y Distribución

- Great Place To Work 2023: Farmacias Peruanas se ubicó en el puesto #20 en el ranking de Los Mejores Lugares Para Trabajar en la categoría más de 1000 colaboradores
- Great Place To Work 2023: Farmacias Peruanas se ubicó en el puesto #8 en el ranking de Los Mejores Lugares Para Trabajar en la categoría de Equidad, Diversidad e Inclusión.
- Great Place To Work 2023: Farmacias Peruanas se ubicó en el puesto #15 en el ranking de Los Mejores Lugares Para Trabajar para mujeres.
- Certificación ABE 2023: Farmacias Peruanas obtuvo la certificación de buenas prácticas en gestión de personas y el compromiso con el desarrollo de sus colaboradores.
- Ranking CX INDEX 2023: Farmacias Peruanas obtuvo el 1er y 2do puesto en el ranking de empresas con la mejor experiencia del cliente en el Perú.
- Great Place To Work 2023: Química Suiza obtuvo la certificación Great Place to Work 2023–2024.
- Ranking Merco Reputación Corporativa 2023: Química Suiza obtuvo el 2do puesto en el Ranking Sectorial.
- Ranking Merco 2023: Química Suiza obtuvo el puesto #1 en el Ranking Sectorial.
- Certificación Presente 2023: Química Suiza ingresó al Top 10 de los Mejores Lugares Para el Talento LGBTIQ+, ocupando el puesto #8 del ranking.
- Sello Empresa Segura: Química Suiza obtuvo la categoría oro en la certificación Sello Empresa Segura, organización libre de violencia y discriminación contra la mujer.

- Certificación ISO 45001:2018: Química suiza es la primera empresa del grupo INTERCORP en lograr la certificación de la ISO 45001:2018 Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo.
- Reconocimiento ELSA 2023: InRetail Pharma obtuvo el Reconocimiento ELSA de Gender Lab por ser una organización pionera en la lucha contra el hostigamiento sexual laboral.
- Huella de Carbono Perú: InRetail Pharma obtuvo su segunda estrella por medir y verificar su huella de carbono en la plataforma del Ministerio del Ambiente
- Reconocimiento del Instituto Nacional de Defensa Civil y Hombre a Hombre, que destaca el compromiso de InRetail Pharma con la atención a la población afectada por desastres naturales durante el periodo 2022-2023.

[Shopping Malls](#)

- Ranking Merco Talento 2023: Real Plaza se ubicó en el puesto #32 del Top de 100 de empresas más atractivas para trabajar en el Perú.
- Ranking Employers for Youth (EFY) 2023: Real Plaza ocupó el 9º lugar entre las Mejores Empresas para Jóvenes Profesionales en el Perú.
- Ranking Employers for Youth (EFY) 2023 / TECH: Real Plaza ocupó el 18º lugar entre las Mejores Empresas para Profesionales de Tecnología en el Perú.
- Ranking Employers for Youth (EFY) 2023/ Practicantes: Real Plaza ocupó el 9º lugar entre las Mejores Empresas para practicantes en el Perú.
- Great Place To Work 2023: Real Plaza obtuvo el puesto #2 en el ranking de Los Mejores Lugares Para Trabajar en el Perú y el puesto #12 en Latinoamérica.
- Great Place To Work 2023: Real Plaza obtuvo el puesto #5 en el ranking de Los Mejores Lugares Para Trabajar desde casa.
- Great Place To Work 2023: Real Plaza obtuvo el puesto #6 en el ranking de Los Mejores Lugares Para Trabajar Equidad, Diversidad e Inclusión, escalando 12 posiciones con respecto al 2022.
- Great Place To Work 2023: Real Plaza se ubicó entre las 10 mejores empresas con gestión sostenible.
- Certificación Presente 2023: Real Plaza, por tercer año consecutivo, obtuvo la certificación Presente, la cual fomenta la creación de espacios laborales inclusivos

para personas LGBTQ+. Asimismo, por primera vez, ingresó al Top 10 de los Mejores Lugares Para el Talento LGBTQ+, ocupando el puesto #2 del ranking.

- Huella de Carbono Perú del Ministerio del Ambiente: Real Plaza consiguió su segunda estrella en la plataforma Huella de Carbono Perú

Créditos e Información Corporativa

Créditos

[Coordinación](#)

InRetail Perú Corp. - Sostenibilidad

[Texto y Diseño](#)

SustainaLab

Texto: Isidora Barberis Ayala

Supervisión editorial e indicadores GRI: SustainaLab

Diseño: SustainaLab

[Fotografía](#)

Archivo InRetail Perú Corp.

Información corporativa

[Oficinas principales](#)

Calle Morelli 139, Lima 15036, Perú.

Página web: www.inretail.pe

[Consultas de inversionistas](#)

Investor Relations | InRetail Perú Corp.

Email: Ir@Inretail.pe

Anexos

Anexo I: RRHH

Composición del equipo

Colaboradores a tiempo completo y parcial		
Unidad de negocio	Full time	Part time
Food Retail	14,818	7,365
Pharma Retail y Distribución	20,420	23
Shopping Malls	492	0
Digital	323	23
Total	36,123	7,411

Colaboradores por grupo etario en cada unidad de negocio										
Unidad de negocio	Género	2021			2022			2023		
		< 30	Entre 30 y 50	>50	< 30	Entre 30 y 50	>50	< 30	Entre 30 y 50	>50
Food Retail	Hombre	7,866	3,249	264	7,872	3,353	263	7,761	3,409	285
	Mujer	6,570	3,535	253	6,782	3,683	285	6,574	3,829	325
Pharma Retail y Distribución	Hombre	0	0	0	1,773	2,973	358	1,672	2,731	368
	Mujer	0	0	0	6,027	8,921	837	5,745	9,033	964
Shopping Malls	Hombre	57	188	20	57	1,203	21	56	219	26
	Mujer	66	112	4	47	126	5	51	135	5
Digital	Hombre	57	98	1	54	108	0	53	113	1
	Mujer	73	78	0	93	72	0	86	92	1
Total	Hombre	7,980	3,535	285	9,756	6,637	642	9,542	6,472	680
	Mujer	6,709	3,725	257	12,949	12,802	1,127	12,456	13,089	1,295

Nacionalidad	Total	Participación en todas las posiciones de gestión, incluyendo gerencia junior, media y senior
Peruana	1,950	97.5%
Argentina	12	0.6%
Chilena	11	0.6%
Venezolana	11	0.6%
Colombiana	8	0.4%
Brasileña	3	0.2%
Española	3	0.2%

Capacitaciones por nivel de gerencia

Número de colaboradores capacitados por nivel de gerencia					
Niveles	Food Retail	Pharma Retail y Distribución	Shopping Malls	Digital	Total InRetail
Junior (supervisor coordinador)	1,075	242	119	23	1,459
Medio (jefe, subgerente)	1,074	272	50	49	1,445
Ejecutivo (gerente y director)	174	109	31	8	322

Contrataciones por género y rango etario

	2022						2023					
	Número de colaboradores < 30 años		Número de colaboradores entre 30 y 50		Número de colaboradores >50		Número de colaboradores < 30 años		Número de colaboradores entre 30 y 50		Número de colaboradores >50	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
SPSA	7,698	6,295	1,26	1,172	19	21	8,280	6,699	1,162	1,455	19	25
IR Pharma	2,061	3,729	1,009	2,277	29	86	1,449	3,582	848	2,165	67	67
Real Plaza	35	30	44	22	0	1	30	29	52	34	1	0
Digital	47	64	49	27	1	0	38	51	40	40	0	0
Total InRetail	9,841	10,118	2,228	3,498	49	108	9,797	10,361	2,102	3,694	87	92
	19,959		5,726		157		20,158		5,796		179	

Contrataciones por nivel de cargo

	2023					
	Senior Management		Middle Magement		Junior Manegement	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
SPSA	2	3	10	2	32	31
IR Pharma	9	3	1	3	29	25
Real Plaza	2	1	2	2	12	13
Digital	2	1	0	0	12	7
TotalInRetail	15	8	13	7	85	76
	23		20		161	

Rotaciones promedio anual por género y rango etario

	2023					
	Número de colaboradores < 30 años		Número de colaboradores entre 30 y 50		Número de colaboradores >50	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
SPSA	95%	92%	41%	41%	15%	16%
QS	73%	57%	30%	26%	26%	10%
FP	71%	51%	45%	29%	30%	14%
Real Plaza	29%	28%	20%	28%	15%	0%
XP	46%	35%	22%	26%	0%	0%
AGO	20%	62%	19%	18%	100%	0%
Total InRetail	90%	72%	41%	32%	23%	14%

Rotaciones promedio anual por género y nivel

	2023					
	Senior Management		Middle Management		Junior Management	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
SPSA	58%	0%	0%	0%	21%	22%
QS	18%	9%	28%	7%	22%	17%
FP	38%	0%	34%	14%	24%	25%
Real Plaza	25%	19%	11%	23%	29%	26%
XP	5%	5%	16%	10%	18%	20%
AGO	25%	0%	0%	0%	5%	0%
Total InRetail	17%	9%	17%	11%	20%	19%

Anexo II: Análisis de Materialidad

Métricas Materialidad Financiera

Manejo de residuos

Gestión de residuo - comprender el origen de los residuos e identificar oportunidades para prevenirlos y promover la circularidad.

Caso de negocio

Somos conscientes de la importancia de gestionar los residuos que generamos; por ello, trabajamos continuamente para prevenir, minimizar y valorizar los residuos generados en todas las etapas de nuestra cadena de valor; desde el transporte, distribución y operaciones

en el local hasta la eliminación de la vida útil del producto. Vemos allí que hay una oportunidad de innovar en base a estrategias de economía circular y uso de buenos productos dentro de la empresa.

Estrategia de Negocio

Disponemos de un Plan de Gestión de Residuos y un Manual de Gestión de Residuos de nuestras instalaciones, donde establecemos los procedimientos para la adecuada gestión de los residuos generados, asegurando su máxima reutilización.

*Para más información ver capítulo de Planeta

Meta 2026

Reducir y reciclar el 75% de los residuos generados en todas las operaciones de las unidades de negocio.

Progreso 2023

Hemos logrado reducir y reciclar 68% de los residuos generados en todas las operaciones de las unidades de negocio

Proveedores ASG

La evaluación ASG de proveedores reduce los riesgos en la cadena de suministro, desarrolla una gestión responsable de los proveedores y asegura relaciones comerciales que cumplen con prácticas sostenibles.

Caso de negocio

La relación y el desarrollo de nuestros proveedores son aspectos críticos de nuestro negocio, ya que afectan directamente la variedad, calidad y costos de nuestros bienes y servicios. Mantener un diálogo abierto con nuestros proveedores y promover una gestión responsable y sostenible de los mismos nos permite gestionar los riesgos tradicionales y no tradicionales (ESG) y construir mejores procesos. La ventaja clave de tener relaciones sólidas y saludables con los proveedores es que podemos obtener mayor valor para nuestro negocio al vender más, reducir riesgos, aumentar el surtido y mejorar la calidad y los procesos.

Estrategia de negocio

Gestionamos nuestros posibles riesgos ESG en la cadena de suministro incorporando la gestión de la cadena de suministro en nuestra estrategia de sostenibilidad, reduciendo así nuestra exposición a riesgos y gestionando adecuadamente los impactos relacionados con las operaciones en nuestra zona de influencia. Desde 2021, utilizamos una herramienta de evaluación ESG de proveedores, que se ha ido implantando gradualmente a lo largo de los años para los proveedores antiguos y es obligatoria para los nuevos proveedores.

Para más información, consulte el capítulo de Proveedores

Metas

Meta 2025: Evaluar al 50% de proveedores críticos en criterios ASG.

Meta 2026: 100% de los proveedores críticos cumplan con estándares ASG

Progreso

El 20 % de los proveedores críticos se han evaluado según criterios ESG.

Innovación y transformación digital

Innovación y transformación digital – desarrollo de productos o servicios, ampliando las fronteras de la oferta, por medio de la aplicación de nuevos procesos, la introducción de nuevas técnicas o el establecimiento de ideas exitosas, creando un nuevo valor.

Caso de negocio

La innovación y la transformación digital mejora la eficiencia operativa, ofrece una experiencia de cliente personalizada y competitiva, y ayuda a InRetail a adaptarse rápidamente a los cambios del mercado. Mediante la adopción de tecnologías avanzadas como la IA, el análisis de datos y la automatización, InRetail puede optimizar sus cadenas de suministro, gestionar inventarios de manera más eficaz y ofrecer servicios personalizados que aumenten la satisfacción y lealtad del cliente. Además, la transformación digital facilita la creación de nuevos canales de venta, lo que permite a InRetail expandir su alcance y mantenerse competitiva en un entorno cada vez más digitalizado.

Estrategia de negocio

La unidad de negocios Digital responde a la creciente demanda de productos y servicios digitales, consolidando la fusión de tres productos clave: agora PAY, agora CLUB y agora SHOP. Agora diversifica la oferta omnicanal y coordina los esfuerzos de servicio en una única plataforma. El crecimiento de 2,4 veces en usuarios activos de Agora y el incremento del 30% en los pedidos procesados a través de pago electrónico subrayan la importancia de la transformación digital para mejorar la eficiencia y el compromiso del cliente. Jokr y Merkao son plataformas innovadoras que operan a través de aplicaciones móviles y sitios web, destacando la digitalización para ofrecer servicios rápidos y accesibles. En 2023, Real Plaza lanzó su aplicación, mejorando la experiencia del cliente con descuentos exclusivos, acceso a eventos y otros servicios digitales. Adicionalmente, se inauguró el primer local físico con un enfoque híbrido ("phygital"), logrando una penetración del 40% en el servicio Click & Collect.

*Para más información, consulte el capítulo de Clientes.

Metas

Meta 2023: Aumenta el número de usuarios activos totales en 40.5% en Agora.

Progreso

Crecimiento de 57.9% en usuarios activos totales de Agora.

Métricas Materialidad de Impacto

Impactos económicos indirectos

Dinamizar la economía local implica participar en mercados desatendidos e influir en un conjunto de actividades económicas de la comunidad.

Las oportunidades que promovemos para las MIPYMES en nuestra cadena de valor es un ejemplo de iniciativas que desarrollamos en mercados desatendidos ej. Perú Pasión. Nuestro programa brinda a las MIPYMES la oportunidad de acceder a un mercado más amplio, contribuir a su desarrollo, aumentar su productividad y respaldar su competitividad a largo plazo. Incluso, el programa puede conducir a la creación de más empleos locales, reduciendo así las tasas de desempleo y brindando oportunidades de sustento a las personas dentro de la comunidad además de oferta de productos para poblaciones vulnerables y oportunidades para emprendedores.

Métrica de salida

Número de MYPES participando de Perú Pasión

Valoración de impacto

Cambio en la calidad de vida de los pequeños productores al acceder a un mercado más amplio

Métrica de impacto

Aumento % de productos de PYMES de Perú Pasión en plataformas comerciales

*Para más información ver capítulo proveedores y [Reporte de Impacto INSPIRA 2023](#)

Manejo de residuos

Gestión de residuo - comprender el origen de los residuos e identificar oportunidades para prevenirlos, y al mismo tiempo usarlos para ayudar a nuestras comunidades.

La gestión de residuos es una tarea crucial, especialmente en el ámbito de los supermercados, donde la cantidad de alimentos desperdiciados puede ser significativa. Eliminar el gasto de comida no solo es beneficioso para el medio ambiente y para los ahorros de los supermercados, sino que también puede tener un impacto positivo en la economía y la sociedad. Donar alimentos en lugar de desecharlos puede ayudar a combatir el hambre y la inseguridad alimentaria en la comunidad. Uno de nuestros más valiosos proyectos, se orienta al rescate de alimentos que han perdido su valor comercial, pero que siguen aptos para consumo humano. Impactos en la sociedad de nuestro programa incluyen: Reducción de inseguridad alimentaria, acceso a alimentos nutritivos en especial para poblaciones vulnerables, mejora de la salud pública, al garantizar que más personas tengan acceso a alimentos, entre otros.

Impacto Ambiental

Métrica de salida

Número de raciones de alimento

Valoración de impacto

Reducción de emisiones GEI

Métrica de impacto

Toneladas de CO2 evitados por donar raciones de alimento.

(Hemos evitado la liberación de 83.69 que equivale a la siembra de 2,172 árboles)

Impacto Social

Métrica de salida

Número de beneficiarios de alimentos donados

Valoración de impacto

Cambio en la calidad de vida de los beneficiarios por reducir su inseguridad alimentaria

Métrica de impacto

64% de beneficiarios dice que su calidad de vida “ha mejorado mucho”

*Para más información ver capítulo comunidad y [Reporte de Impacto INSPIRA 2023](#)

Anexo III: Índice SASB

Tabla de contenidos SASB

Estándar de contabilidad sobre sostenibilidad SASB usado	SECTOR DE ALIMENTOS Y BEBIDAS MINORISTAS Y DISTRIBUIDORES DE ALIMENTOS INDUSTRY STANDARD VERSION 2018-10
--	--

Temas de divulgación sobre sostenibilidad y parámetros de contabilidad

Tema	Parámetro de contabilidad	Unidad de medida	Código	Ubicación
Emisiones atmosféricas por la refrigeración	Emisiones mundiales brutas de alcance 1 procedentes de refrigerantes	Toneladas métricas (t) de CO ₂ -e	FB-FR-110b.1	83-84
	Tasa media de emisiones de refrigerantes	Porcentaje (%)	FB-FR-110b.3	84
Gestión de la energía	(1) Energía operativa consumida, (2) porcentaje de electricidad de la red, (3) porcentaje de renovables	Mega Watt-hora (MWh), porcentaje (%)	FB-FR-130a.1	88
Gestión de residuos alimentarios	(1) Cantidad de residuos alimentarios generados, (2) porcentaje desviado del flujo de residuos	Toneladas métricas (t), porcentaje (%)	FB-FR-150a.1	96-97
Seguridad de los datos	(1) Número de filtraciones de datos, (2) porcentaje que implica información de identificación personal (PII), (3) número de clientes afectados	Número, porcentaje (%)	FB-FR-230a.1	38, 52-58
	Descripción del enfoque para identificar y abordar los riesgos para la seguridad de los datos	N/A	FB-FR-230a.2	52-58
Seguridad alimentaria	Tasa de infracción de seguridad alimentaria de alto riesgo	Tasa	FB-FR-250a.1	146
	(1) Número de retiradas, (2) número de unidades retiradas, (3) porcentaje de	Número, porcentaje (%)	FB-FR-250a.2	146

Tema	Parámetro de contabilidad	Unidad de medida	Código	Ubicación
	unidades retiradas que son productos de marca propia			
Salud y nutrición de los productos	Ingresos de los productos con un etiquetado o marketing que promueva los atributos de salud y nutrición	Divisa para comunicar	FB-FR-260a.1	146
	Análisis del proceso de identificación y gestión de los productos e ingredientes relacionados con las preocupaciones nutricionales y de salud de los consumidores	N/A	FB-FR-260a.2	143-146
Etiquetado y marketing de productos	Número de incidentes de no conformidad de los códigos reglamentarios o del sector para el etiquetado o el marketing	Número	FB-FR-270a.1	138-139
	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con las prácticas de etiquetado o de marketing	Divisa para comunicar	FB-FR-270a.2	139
Gestión de los impactos ambientales y sociales en la cadena de suministro	Ingresos de productos certificados por terceros según los estándares de suministro sostenible ambiental o social	Divisa para comunicar	FB-FR-430a.1	100-103
	Porcentaje de ingresos procedentes de (1) huevos de gallinas no enjauladas y (2) carne de cerdo producida sin el uso de jaulas de gestación	Porcentaje (%) por ingreso	FB-FR-430a.2	103
	Análisis de la estrategia para gestionar los riesgos ambientales y sociales en la cadena de suministro, incluido el bienestar animal	N/A	FB-FR-430a.3	41-47, 101-104
	Análisis de las estrategias para reducir el efecto ambiental de los embalajes	Debate y análisis	FB-FR-430a.4	97-99

Parámetros de actividad

Parámetro de contabilidad	Unidad de medida	Código	Ubicación
Número de (1) puntos de venta al por menor y (2) centros de distribución	Número	FB-FR-000.A	4, 7-8
Superficie total de (1) espacio de venta al por menor y (2) centros de distribución	Metros cuadrados (m ²)	FB-FR-000.B	4, 7-8

Estándar de contabilidad sobre sostenibilidad SASB usado	SECTOR DE ASISTENCIA SANITARIA MINORISTAS DE MEDICAMENTOS INDUSTRY STANDARD VERSION 2018-10
--	---

Temas de divulgación sobre sostenibilidad y parámetros de contabilidad

Tema	Parámetro de contabilidad	Unidad de medida	Código	Ubicación
Gestión de la energía del comercio minorista	(1) Total de energía consumida, (2) porcentaje de electricidad de la red, (3) porcentaje de renovables	Mega Watt-hora (MWh), porcentaje (%)	HC-DR-130a.1	88

Seguridad y confidencialidad de los datos	Descripción de las políticas y prácticas para proteger los registros de información médica protegida (PHI) y otra información de identificación personal (PII) de los clientes	N/A	HC-DR-230a.1	52-58
	(1) Número de filtraciones de datos, (2) porcentaje que implica (a) únicamente información de identificación personal (PII) y (b) información médica protegida (PHI), (3) número de clientes afectados en cada categoría, a) solo PII y b) PHI	Número, porcentaje (%)	HC-DR-230a.2	38, 52-58
	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con la seguridad y la privacidad de los datos	Divisa para comunicar	HC-DR-230a.3	38
Integridad de la cadena de suministro de medicamentos	Descripción de los esfuerzos para reducir la aparición de medicamentos comprometidos en la cadena de suministro	N/A	HC-DR-250a.1	146
	(1) Número de retiradas de medicamentos emitidas, (2) total de unidades retiradas, (3) porcentaje de productos de marca propia	Número, porcentaje (%)	HC-DR-250a.2	147
Gestión de sustancias controladas	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con las sustancias controladas	Divisa para comunicar	HC-DR-260a.2	147
Repercusión sobre la salud del paciente	Descripción de las políticas y prácticas para evitar errores en la dispensación de recetas	N/A	HC-DR-260b.2	146-147
	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con los errores de dispensación de recetas	Divisa para comunicar	HC-DR-260b.3	147

Parámetros de actividad

Parámetro de contabilidad	Unidad de medida	Código	Ubicación
Número instalaciones farmacéuticas	Número	HC-DR-000.A	7-8
Superficie total del espacio comercial	Metros cuadrados (m ²)	HC-DR-000.B	3, 5, 6
Número de recetas prescritas, porcentaje de sustancias controladas	Número, porcentaje (%)	HC-DR-000.C	71, 48
Número de farmacéuticos	Número	HC-DR-000.D	116

Anexo IV: Índice GRI

Declaración de uso	In Retail Perú Corp. ha presentado la información citada en este índice de contenidos GRI para el periodo comprendido entre el 1 de enero al 31 de diciembre del 2023 utilizando como referencia los Estándares GRI.
GRI 1 usado	GRI 1: Fundamentos 2021.

Estándar GRI	Contenido	Ubicación - página
Contenidos generales: GRI 2: Contenidos generales GRI 2021		
	2-1 Detalles organizacionales	2

Estándar GRI	Contenido	Ubicación - página
GRI 2: La Organización	2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	2-3
	2-3 Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	9
	2-4 Actualización de la información	NAP
	2-5 Verificación externa	9
GRI 2: Actividades y trabajadores	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	3-8
	2-7 Empleados	107
	2-8 Trabajadores que no son empleados	108
GRI 2: Gobernanza	2-9 Estructura de gobernanza y composición	12-14
	2-10 Designación y selección del máximo órgano de gobierno	14
	2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno	13
	2-12 Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	16-17
	2-14 Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	16-17
	2-15 Conflictos de interés	21-22
	2-16 Comunicación de inquietudes y críticas	36-37
	2-17 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	12-16
	2-18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	15-16
	2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	10-11
	2-23 Compromisos y políticas	16, 34-35, 36-37, 52-55, 57, 81, 109-112, 115, 103, 128
	2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	35-38, 53-55, 74-75, 103-104
	2-25 Procesos para remediar los impactos negativos	31-32
	2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	36-37
	2-27 Cumplimiento de la legislación y las normativas	37
	2-28 Afiliación a asociaciones	38-40
GRI 2: Participación de los grupos de interés	2-29 Enfoque de la participación de los grupos de interés	63-64
	2-30 Convenios de negociación colectiva	80
GRI 3: Temas Materiales 2021		
GRI 3: Temas materiales 2021	3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	59-62
	3-2 Lista de temas materiales	62
	3-3 Gestión de los temas materiales	63
ESTÁNDAR TEMÁTICO ECONÓMICO		
GRI 201 Desempeño económico		
GRI 201 Desempeño económico 2016	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	20

Estándar GRI	Contenido	Ubicación - página
GRI 202 Presencia en el mercado		
GRI 202: Presencia en el mercado 2016	202-2 Proporción de altos directivos contratados de la comunidad local	NAP
GRI 204 Prácticas de abastecimiento		
GRI 204: Prácticas de abastecimiento 2016	204-1 Proporción de gastos en proveedores locales	41
GRI 205 Anticorrupción		
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	33
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	33
	205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas adoptadas	38
GRI 206 Competencia desleal		
GRI 206: Competencia desleal 2016	206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	34
ESTÁNDAR TEMÁTICO: AMBIENTAL		
GRI 302 Energía		
GRI 302: Energía 2016	302-1 Consumo energético dentro de la organización	88
	302-4 Reducción del consumo energético	88
GRI 303 Agua y efluentes		
GRI 3: Temas materiales 2021	303-3 Extracción de agua	90
	303-4 Vertido de agua	90
	303-5 Consumo de agua	90
GRI 305 Emisiones		
GRI 305: Emisiones 2016	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	83-84
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	83-84
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	83-84
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI	85
GRI 306 Residuos		
GRI 306: Residuos 2020	306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	91-95
	306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	91-95
	306-3 Residuos generados	94
	306-4 Residuos no destinados a eliminación	94
	306-5 Residuos destinados a eliminación	94
GRI 308 Evaluación ambiental de los proveedores		
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios ambientales	44
ESTÁNDAR TEMÁTICO: SOCIAL		
GRI 401 Empleo		

Estándar GRI	Contenido	Ubicación - página
GRI 401: Empleo 2016	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	117-118
	401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	119
	401-3 Permiso parental	120-121
GRI 403 Salud y seguridad en el trabajo		
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018	403-1 Sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo	128-130
	403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	131-132
	403-3 Servicios de salud en el trabajo	119
	403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	131, 134
	403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	134-135
	403-6 Fomento de la salud de los trabajadores	131
	403-7 Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados con las relaciones comerciales	NAP
	403-9 Lesiones por accidente laboral	135-136
GRI 404 Formación y enseñanza		
GRI 404: Formación y enseñanza 2016	404-1 Promedio de horas de formación al año por empleado	124
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	122
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera	122
GRI 405 Diversidad e igualdad de oportunidades		
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	15, 109-110
	405-2 Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y de hombres	110-111
GRI 406 No discriminación		
GRI 406: No discriminación 2016	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	38
GRI 407 Libertad de asociación y negociación colectiva		
GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva	407-1 Operaciones y proveedores en los que el derecho a la libertad de asociación y la negociación colectiva podría estar en riesgo	80
GRI 413 Comunidades locales		
GRI 413: Comunidades locales 2016	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	68-74
GRI 414 Evaluación social de los proveedores		
GRI 414 Evaluación social de los proveedores 2016	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	46
GRI 415 Política pública		
GRI 415 Política pública 2016	415-1 Contribución a partidos y/o representantes políticos	33, 34
GRI 416 Salud y seguridad de los clientes		

Estándar GRI	Contenido	Ubicación - página
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016	416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	143-146
GRI 417 Marketing y etiquetado		
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016	417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	138
	417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	138
GRI 418 Privacidad del cliente		
GRI 418: Privacidad del cliente 2016	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	38