InRetail

INRETAIL PERÚ CORP.

Reporte de

Sostenibilidad 2025

Índice

Carta del CEO 3
Evento en Real Plaza 5
Acerca del Reporte de Sostenibilidad 2025 7
Acerca de InRetail Perú Corp. 9
Gobierno Corporativo 18
Gestión de Riesgos 25
Ética, Cumplimiento e Integridad 35
Desempeño Económico 41
Ciberseguridad y Seguridad de la Información 46
Política de Privacidad de Datos de Clientes 49
Inteligencia Artificial 50
Enfoque de Sostenibilidad 59
Derechos Humanos 64
Nuestro Equipo 68
Experiencia del Colaborador 81
Desarrollo del Capital Humano 85
Experiencia del Cliente 100
Calidad y Responsabilidad del Producto 101
Gestión de Proveedores 108
Creación de valor compartido 120
Gestión Ambiental 125
Anexo I: Recursos Humanos 153
Anexo II: Análisis de Materialidad 170
Anexo III: Índice GRI 174
Anexo IV: Verificación de indicadores ESG 178

Carta del CEO

Estimados grupos de interés:

Es un honor presentar el Reporte de Sostenibilidad 2025 de InRetail Perú Corp.

A lo largo de 2025, la evolución de las condiciones económicas, la rápida innovación tecnológica, los cambios en las expectativas de los consumidores y un entorno global cada vez más complejo continuaron transformando las industrias y redefiniendo las oportunidades de crecimiento. En este contexto, reafirmamos que la agilidad, la resiliencia y la capacidad de adaptación son esenciales para crear valor a largo plazo. Este reporte refleja cómo estos principios guiaron nuestras acciones durante el último año y cómo continuarán orientando nuestra estrategia de largo plazo.

Ninguno de nuestros logros habría sido posible sin nuestra gente. Cada día, más de 47,000 colaboradores dan vida a InRetail. Gracias a su dedicación, atendimos a nuestros clientes, gestionamos nuestras tiendas, farmacias y centros comerciales, operamos nuestros centros de distribución, desarrollamos nuevas soluciones y llegamos a comunidades en todo el Perú. Su compromiso, disciplina y capacidad de adaptación nos permitieron mantener el enfoque en nuestra estrategia de largo plazo a pesar de un entorno operativo desafiante. A cada uno de ellos le expreso mi gratitud por su invaluable contribución.

Ese compromiso también nos permitió ampliar nuestra presencia en el país, llegar a nuevas comunidades y mejorar el acceso a productos y servicios esenciales. Hoy operamos más de 4,300 locales en todo el Perú, incluida la apertura del primer supermercado moderno en Ayacucho, el crecimiento continuo de *Mass*, el fortalecimiento de nuestra red de farmacias y la expansión permanente de *Real Plaza*. Nuestra creciente presencia nos permite estar más cerca de las familias y comunidades a las que servimos, ayudando a millones de peruanos a satisfacer sus necesidades cotidianas.

La escala no es simplemente una medida de crecimiento. Refleja la confianza que millones de clientes depositan en nosotros cada día, y nuestra responsabilidad de ganarnos esa confianza mediante una experiencia de cliente cada vez más accesible, eficiente y relevante.

El crecimiento sostenible depende del desarrollo de las personas que lo hacen posible. En 2025, más del 97% de nuestros colaboradores participó en una evaluación de desempeño, lo que fomentó una cultura de retroalimentación y desarrollo continuos. Asimismo, incrementamos la representación femenina en la alta y media gerencia del 41% al 47%, fortaleciendo un equipo de liderazgo más diverso. Estos resultados reflejan nuestra convicción de que las organizaciones resilientes se construyen con personas capaces, comprometidas y diversas.

Más allá de nuestras propias operaciones, buscamos generar un impacto positivo en las comunidades a las que servimos ampliando el acceso a productos esenciales, promoviendo estilos de vida más saludables y apoyando el desarrollo local. A través de iniciativas como *Bueno x Dentro*, uno de nuestros principales programas sociales, apoyamos estilos de vida más saludables para más de 95,000 personas cada semana, lo que refuerza nuestra convicción de que el crecimiento sostenible no se mide solo por el desempeño del negocio, sino también por la diferencia positiva que generamos en la vida de las personas.

Construir un negocio resiliente también exige mejorar continuamente la forma en que operamos. A lo largo de 2025, continuamos transformando nuestra red logística mediante el fortalecimiento de las capacidades de distribución, la descentralización de instalaciones, la adopción de herramientas digitales, el aprovechamiento de la inteligencia artificial y el avance en analítica. Estas inversiones mejoraron la

disponibilidad de productos, redujeron los tiempos de reposición, optimizaron las rutas de transporte, fortalecieron la resiliencia de la cadena de suministro y permitieron una mejor toma de decisiones en nuestros negocios. Al combinar la innovación con la excelencia operativa, mejoramos la experiencia del cliente al tiempo que incrementamos la eficiencia y respaldamos nuestra competitividad a largo plazo.

La misma visión orienta nuestro enfoque de sostenibilidad. Más que una iniciativa independiente, la sostenibilidad está integrada en la forma en que gestionamos los riesgos, asignamos el capital, operamos nuestros negocios, nos relacionamos con nuestros colaboradores y proveedores, y tomamos decisiones estratégicas. Este compromiso se refleja en iniciativas que mejoran la eficiencia energética, reducen el impacto ambiental de nuestras operaciones logísticas, promueven productos más responsables, fortalecen el gobierno corporativo e integran prácticas empresariales responsables en toda nuestra cadena de valor.

Nuestro progreso continuó siendo reconocido por los principales referentes internacionales. En 2025, InRetail obtuvo una puntuación de 76 en la Evaluación de Sostenibilidad Corporativa (CSA) de S&P Global, lo que ubicó a la Compañía en el percentil 97 de su industria. Asimismo, fuimos incluidos en el Dow Jones Best in Class Index por quinto año consecutivo, ocupando el primer lugar en América Latina y figurando entre las empresas líderes a nivel mundial en nuestro sector. Estos reconocimientos reflejan el progreso alcanzado y nos desafían a seguir elevando nuestros estándares.

De cara al futuro, nuestra confianza en el Perú se mantiene intacta. Consideramos que el país ofrece oportunidades significativas para las empresas con modelos de negocio sólidos, propuestas de valor diferenciadas y una ejecución disciplinada. Por ello, nuestras decisiones de inversión miran más allá de las fluctuaciones de mercado de corto plazo y reflejan un compromiso de largo plazo para llegar a más familias, ampliar el acceso a productos y servicios esenciales y contribuir al desarrollo sostenible del Perú.

Con esa convicción, continuaremos invirtiendo, fortaleciendo nuestras operaciones, impulsando la innovación y desarrollando a nuestra gente para servir mejor a nuestros clientes y ganarnos la confianza de todos nuestros grupos de interés. Sabemos que los próximos años traerán nuevos desafíos y nuevas oportunidades. Sin embargo, nuestro compromiso se mantiene inalterable: contribuir al desarrollo del Perú mientras construimos una empresa más sólida, resiliente y sostenible, en la que las personas de todo el país puedan confiar durante las generaciones venideras.

Juan Carlos Vallejo
CEO InRetail Perú Corp.

Evento en Real Plaza

En InRetail Perú Corp. lamentamos profundamente el trágico evento ocurrido en Real Plaza Trujillo el 21 de febrero de 2025. Desde el primer momento, nuestra prioridad ha sido brindar apoyo a las personas afectadas y a sus familias, trabajando estrechamente con las autoridades para determinar las causas del incidente y asegurar la implementación de todas las medidas necesarias para prevenir situaciones similares en el futuro. Reafirmamos nuestro compromiso con la transparencia, la rendición de cuentas y, sobre todo, con la seguridad de todas las personas que visitan y trabajan en nuestros centros comerciales.

Inmediatamente después del incidente se activó una respuesta integral de emergencia. Los esfuerzos se concentraron en apoyar las operaciones de rescate y asistir a las personas afectadas. Facilitamos el acceso de los equipos de emergencia y proporcionamos recursos críticos, entre ellos kits de protección contra incendios, alimentos y bebidas para 210 bomberos y rescatistas, y más de 918 unidades de equipamiento adicionales. Un proceso de identificación rápida permitió mapear y contactar a las personas afectadas, mientras que se desplegó un equipo dedicado de 22 trabajadoras sociales y 8 miembros adicionales del personal de Real Plaza para brindar asistencia directa, que incluyó apoyo médico y psicológico, así como un seguimiento continuo. Se garantizó atención médica ilimitada a través de las clínicas Sanna y San Pablo, con la totalidad de los gastos asociados cubiertos. Entre las acciones adicionales se incluyeron la habilitación de una línea de ayuda para las personas afectadas, el despliegue de maquinaria pesada para la remoción de escombros y la realización de inspecciones preventivas en todos los centros comerciales durante las primeras 48 horas.

A medida que avanzaba la fase de emergencia, los esfuerzos se orientaron también al fortalecimiento de los sistemas de prevención y gestión de riesgos en todos los centros comerciales Real Plaza. Firmas internacionales líderes en consultoría de ingeniería y estructuras realizaron una inspección a nivel nacional del 100% de los centros comerciales, lo que aseguró evaluaciones técnicas rigurosas. A nivel organizacional, se redefinieron los roles de mantenimiento con la incorporación de posiciones especializadas, como la Jefatura de Mantenimiento Estructural y de Techos, mientras que cada centro comercial reforzó un área de Prevención de Riesgos responsable de las inspecciones periódicas y de la elaboración de planes de emergencia y contingencia. Si bien Real Plaza ya contaba con rigurosos estándares funcionales, estructurales y de sostenibilidad, ha implementado diversas salvaguardas adicionales para reforzar aún más sus procesos y asegurar que todos los proyectos futuros continúen cumpliendo los más altos estándares. Estos esfuerzos se complementan con un proceso continuo de homologación de proveedores críticos.

En materia de gobernanza, se revisaron exhaustivamente todas las políticas y protocolos vigentes. Dado que ya se encontraban alineados con los marcos internacionales de gestión de incidentes, se decidió mantenerlos y enfocarse en el fortalecimiento de su ejecución. Ello incluyó el reforzamiento de los procesos operativos, el incremento de la frecuencia y profundidad de las inspecciones y la mejora de los programas de capacitación, con el fin de asegurar una mayor solidez y efectividad en la práctica.

La capacitación ha sido un componente clave de la estrategia de prevención. Tras el incidente, entre septiembre y octubre se realizaron capacitaciones especializadas en rescate y respuesta ante emergencias en el 100% de nuestros centros comerciales (23 centros comerciales), con una tasa de participación del 97% y un NPS de 4.8. Estas sesiones se enfocaron en procedimientos de evacuación, evaluación de riesgos y asistencia en emergencias. Adicionalmente, los programas de capacitación continua abarcan primeros auxilios, normas ISO, reglas de seguridad y buenas prácticas para la gestión de fuentes de energía peligrosas. Para consolidar aún más una cultura preventiva, se lanzó el programa

“Cultura que Cuida” para el periodo 2025–2027, que involucra a todos los colaboradores en la construcción de una mentalidad compartida de seguridad y responsabilidad colectiva.

En el ámbito operativo, Real Plaza Trujillo ha permanecido cerrado desde el incidente, a la espera de la conclusión de las investigaciones oficiales. Adicionalmente, todos los centros comerciales Real Plaza suspendieron temporalmente sus operaciones durante dos días en señal de respeto a las víctimas. Para los locatarios afectados por la suspensión en Trujillo, se implementó una estrategia de mitigación orientada a reducir el impacto en sus operaciones, que incluyó comunicación continua, gestión de reclamos, medidas de apoyo comercial, acuerdos de renegociación y coordinación del retiro de productos.

Desde el inicio, InRetail priorizó la reparación de todas las personas y familias afectadas. El Directorio aprobó la constitución de un fideicomiso, administrado por un fiduciario tercero independiente (La Fiduciaria), con una asignación de más de 36 millones de soles. Esta estructura asegura la transparencia, la independencia y la adecuada gestión de las reparaciones civiles acordadas con las personas afectadas.

Mediante un proceso progresivo de acercamiento, el equipo legal especializado de InRetail estableció comunicación directa con las personas afectadas y sostuvo reuniones presenciales con las víctimas heridas y con los familiares de los fallecidos. Estas interacciones permitieron identificar necesidades y elaborar acuerdos que comprenden reparaciones civiles, gastos médicos y funerarios, y apoyo económico. A la fecha, se han alcanzado acuerdos con el 95% de las personas afectadas. Adicionalmente, 26 de las personas heridas continúan recibiendo atención médica.

Como organización, hemos abordado este evento con el más alto nivel de responsabilidad y un profundo compromiso con el aprendizaje y la mejora continua. Más allá de atender sus impactos inmediatos, nos hemos enfocado en fortalecer nuestras capacidades, reforzar nuestros estándares e integrar una cultura de prevención más sólida en todas nuestras operaciones.

Mantenemos nuestro pleno compromiso de apoyar a las personas afectadas y a sus familias, y de trabajar con transparencia junto a las autoridades hasta la conclusión de todos los procesos. En adelante, nuestra prioridad es clara: asegurar que cada centro comercial Real Plaza opere bajo los más altos estándares de seguridad, guiado por una supervisión rigurosa, la rendición de cuentas y una responsabilidad compartida de proteger a las personas a las que servimos.

Acerca del Reporte de Sostenibilidad 2025

(GRI 2-3, GRI 2-5) (GRI 2-14)

En InRetail Perú Corp. nos complace presentar nuestro Reporte de Sostenibilidad 2025, una divulgación integral de nuestro desempeño ambiental, social y de gobernanza (ESG) correspondiente al ejercicio fiscal. Esta edición 2025 presenta una revisión exhaustiva de nuestros avances, asegurando la alineación con nuestro ciclo de reporte corporativo e integrando los desarrollos más recientes de nuestra estrategia de sostenibilidad.

Alcance y periodo del reporte

(GRI 2-2, 2-3)

Este documento abarca las actividades y el desempeño de InRetail Perú Corp. y sus subsidiarias consolidadas entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2025. La información corresponde a nuestras principales unidades de negocio:

- Food Retail
- Pharma
- Shopping Malls

Estándares y marcos de reporte

Con el fin de asegurar los más altos niveles de rendición de cuentas y comparabilidad global, este reporte ha sido elaborado en alineación con:

- **Estándares GRI:** Este reporte ha sido elaborado de conformidad con los Estándares Universales GRI 2021.
- **Estándares SASB:** Divulgaciones específicas del sector para *Food Retail & Distribution*, *Drug Retailers* (Venta minorista de medicamentos) y *Real Estate (Bienes raíces)*.
- **CSA de S&P Global:** Alineado con los requisitos de la Evaluación de Sostenibilidad Corporativa (CSA) para el Dow Jones Best in Class (DJ BIC).
- **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas:** Reporte de nuestra contribución estratégica a la Agenda 2030.

Aseguramiento y verificación

(GRI 2-5, 2-14)

La confiabilidad es fundamental en nuestro proceso de reporte. Los indicadores ESG clave —entre ellos las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), la intensidad energética y la brecha salarial de género— han sido objeto de un aseguramiento externo independiente. Asimismo, nuestro Directorio ha revisado y aprobado este reporte, asegurando que brinde una representación equilibrada y precisa de nuestros impactos materiales y de nuestra dirección estratégica.

Capítulo	Contenido verificado	Página
Sostenibilidad	Materialidad	63
Planeta	Consumo de energía	1334
Planeta	Consumo de agua	135
Planeta	Gestión de residuos	137
Planeta	Desperdicio de alimentos	140
Planeta	Huella de carbono	1267
Nuestra comunidad	Brecha salarial de género	680
Seguridad y salud en el trabajo	LTIFR	165
Seguridad y salud en el trabajo	Fatalidades	167

Información de contacto

(GRI 2-3)

Valoramos un diálogo abierto con nuestros grupos de interés. Para consultas relacionadas con este reporte o con nuestra estrategia de sostenibilidad, por favor contactar a:

Mariela Prado - Vicepresidenta de Recursos Humanos y Sostenibilidad

Mariela.Prado@intercorpretail.pe

Isabella D'Angelo - Gerente Corporativa de Sostenibilidad

Isabella.Dangelo@intercorpretail.pe

Acerca de InRetail Perú Corp.

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

Identidad organizacional

InRetail Perú Corp. (InRetail) es un grupo líder de retail multiformato en el Perú, con operaciones en 25 regiones del país. Como subsidiaria listada en bolsa del Grupo Intercorp —uno de los grupos empresariales más grandes y diversificados del Perú—, InRetail opera un ecosistema integrado y resiliente diseñado para crear valor a lo largo del ciclo de vida del consumidor. Sus operaciones se organizan en cuatro unidades de negocio críticas: **Food Retail, Pharma** y **Shopping Malls.**

Nuestra estrategia se sustenta principalmente en dos pilares fundamentales: precios bajos todos los días (EDLP) y un fuerte enfoque en las categorías principales, con formatos seleccionados que además priorizan una experiencia de cliente diferenciada. Este enfoque ha impulsado un crecimiento significativo y una expansión de márgenes.

Nuestras principales unidades de negocio

(GRI 2-6)

Unidad de negocio	Food Retail	Pharma	Shopping Malls
Marcas	• Vivanda • plazaVea • Mass • Makro • Oslo • Merkao • Agora Shop	• Inkafarma • Mifarma	• Real Plaza
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 • 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.	• 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. • Vanttive S.A.C.	• Real Plaza S.R.L.

Food Retail

El segmento de Food Retail es el mayor contribuyente a los ingresos de InRetail, con aproximadamente el 57% de las ventas consolidadas en 2025. Operado por Supermercados Peruanos S.A., este segmento sigue una estrategia multiformato para llegar a diferentes niveles socioeconómicos y atender una variedad de necesidades de compra, desde el abastecimiento por volumen hasta la conveniencia diaria.

Desde 2016 hemos perfeccionado nuestra visión estratégica, pasando de un modelo de descuento por volumen a una estrategia de "Precios Bajos Todos los Días". Este enfoque no solo beneficia a nuestros clientes al asegurar precios consistentemente asequibles, sino que también fortalece nuestra sostenibilidad a largo plazo al fomentar relaciones sólidas y colaborativas a lo largo de nuestra cadena de suministro.

Mediante una estrecha colaboración con los proveedores para reducir precios y costos, hemos ganado participación de mercado y nos hemos consolidado como líderes del mercado en bienes de consumo esenciales.

Hitos 2025:

- **Expansión de las tiendas Mass:** El ejercicio fiscal 2025 estuvo marcado por la continua expansión de nuestro formato Hard Discount, Mass, y por la optimización estratégica de la logística para respaldar este crecimiento descentralizado. Abrimos 300 nuevas tiendas Mass netas, que añadieron más de 57,000 metros cuadrados de área de ventas y alcanzaron el hito histórico de nuestra tienda número 1,500 a nivel nacional. Ello tuvo como objetivo una penetración en provincias, en regiones como Piura y Arequipa, para captar participación de mercado del canal tradicional.
- **Propuesta de valor de las tiendas Mass:** Se reforzó la propuesta de valor con foco en precios bajos, productos de alta calidad y proximidad, con el lanzamiento de 30 nuevas marcas propias y la renovación de 130 tiendas con una experiencia de tienda optimizada
- **Eficiencia de plazaVea:** El segmento ejecutó cierres temporales de determinados locales de plazaVea para su remodelación integral, con el objetivo de optimizar la eficiencia energética y el flujo de clientes. Ello impactó temporalmente las ventas, pero posicionó los activos para una mayor productividad futura.
- **Expansión de plazaVea:** nuevas aperturas en Tarapoto y Ayacucho. La apertura en Ayacucho constituye un hito importante, al ser el primer supermercado moderno de la región y atender una necesidad de larga data de acceso al comercio formal y a productos de alta calidad.
- **Crecimiento digital:** La unidad de Food Retail logró un incremento de 3.2% en las ventas digitales de alimentos en 2025.

Centros logísticos de Food Retail

Nuestra red de distribución se caracteriza por su agilidad y eficiencia, respaldada por una infraestructura logística consolidada que permite operar en todo el país. Para abastecer nuestra red, colaboramos con múltiples proveedores, incluida nuestra subsidiaria Oslo. Oslo opera cinco centros de distribución ubicados en las regiones de Arequipa, La Libertad, Lima y Piura.

Resiliencia y transformación digital para los formatos de proximidad

La infraestructura de Oslo resultó fundamental para la continuidad del negocio y la expansión del formato de descuento Mass, al aprovechar ocho nodos dedicados para brindar reposición "justo a tiempo" (just-in-time) a tiendas de menos de 200 m².

Mediante la implementación de pronósticos de demanda basados en IA y la optimización dinámica de rutas, las operaciones en 2025 lograron mitigar con éxito las disrupciones externas.

Esta integración tecnológica asegura la visibilidad omnicanal y la densidad de inventario, lo que contribuye a preservar los márgenes EBITDA pese al aumento de los costos laborales y a la volatilidad macroeconómica.

Hitos 2025:

- **Meta estratégica alcanzada:** La unidad estableció 9 almacenes ubicados estratégicamente en diversas ciudades del Perú. Estos centros intermedios fueron diseñados específicamente para atender a las tiendas de formato pequeño Mass, que carecen de capacidad de almacenamiento en trastienda. Cada almacén puede atender a más de 150 tiendas, lo que asegura una alta disponibilidad en góndola y reduce la frecuencia de quiebres de stock, una métrica crítica en el modelo hard discount.

Pharma

InRetail Pharma es el líder indiscutible del sector farmacéutico peruano, con un modelo verticalmente integrado que abarca el retail y la distribución. Este segmento representa aproximadamente el 40% de los ingresos consolidados del grupo.

El segmento opera a través de dos unidades principales:

- **Farmacias (Retail):** Bajo las marcas Inkafarma (precio bajo todos los días) y Mifarma (variedad y conveniencia), esta unidad gestiona una red de 2,509 farmacias a nivel nacional.
- **Distribución:** Esta unidad es el principal distribuidor farmacéutico del Perú. Atiende tanto a la cadena de farmacias propia de InRetail como a farmacias independientes, hospitales y clínicas, y constituye un soporte logístico crítico para el sistema nacional de salud.

Hitos 2025:

- **Inauguración del nuevo centro de distribución:** Un hito histórico para el grupo fue la culminación y puesta en marcha operativa del nuevo Centro de Distribución (CD) centralizado, que requirió una inversión de más de S/ 590 MM. En 2025, la transición a este nuevo CD, junto con centros logísticos descentralizados en provincias, tuvo como objetivo reducir los tiempos de respuesta y reposición de las farmacias de 6 días a solo 24–48 horas a nivel nacional. Esta mayor agilidad de la cadena de suministro también sentó las bases para seguir innovando en nuestros formatos de farmacia.
- **Innovación en formatos de farmacia:** Continuamos innovando en nuestros formatos de farmacia para captar categorías complementarias de alto crecimiento, adaptándonos a las nuevas necesidades de los clientes.
- **Aperturas de tiendas:** La unidad de retail mantuvo un ritmo de expansión constante, con la apertura de 109 nuevas farmacias netas en 2025.
- **Iniciativas ecoamigables:** El segmento integró la sostenibilidad en sus operaciones comerciales y reportó más de S/ 16 millones en ventas de productos ecoamigables solo en 2025. Asimismo, alcanzó un hito logístico al entregar más de 55,000 pedidos mediante transporte sostenible, lo que redujo la huella de carbono de la entrega de última milla.
- **Aceleración digital:** La unidad de Pharma alcanzó un 5% en ventas digitales de farmacia en 2025 (frente a 4% en 2024).

Centros logísticos de Pharma

Operamos una red nacional de distribución farmacéutica, con cinco centros de distribución ubicados estratégicamente en Chiclayo, Arequipa y tres en Lima. Estas instalaciones atienden tanto a nuestros negocios de Farmacias como de Distribución, con el apoyo de doce centros de cross-docking en todo el país para abastecer a nuestras farmacias, así como dos dark stores en Lima dedicadas a nuestras operaciones de comercio electrónico farmacéutico.

OSLO en Pharma

Descentralización estratégica y segregación operativa

En 2025, InRetail logró una transformación estructural de su cadena de suministro al aprovechar Oslo como un vehículo especializado para la logística "no farmacéutica", segregando de manera efectiva los flujos de alto volumen de las operaciones farmacéuticas reguladas. Al operar cinco centros de distribución regionales —incluido un centro clave en Piura, ubicado a solo 30 km del Puerto de Paita—, el Grupo pasó de un modelo centrado en Lima a una arquitectura descentralizada.

Shopping Malls

El negocio de centros comerciales de InRetail, que opera bajo la marca Real Plaza, es el mayor operador de centros comerciales del Perú. Con 24 activos —que van desde centros comerciales regionales hasta Power Centers (formatos más pequeños enfocados en la conveniencia, con tiendas ancla de gran formato)— y más de 886,000 metros cuadrados de Área Bruta Arrendable (ABA), Real Plaza ofrece una combinación de retail, gastronomía, entretenimiento y servicios.

Esta plataforma multiformato nos permite atender las diversas necesidades de nuestros clientes, ofreciendo una amplia gama de productos y niveles de precio. Nuestra visión estratégica se enfoca en fortalecer aún más nuestra posición en la industria del retail mediante la mejora de la experiencia del cliente y el fomento de relaciones sólidas y colaborativas dentro de nuestra cadena de suministro.

Hitos 2025:

- **Apertura del Power Center de Tarapoto:** Real Plaza inauguró un nuevo Power Center en Tarapoto. Este desarrollo estratégico en la región amazónica peruana (Selva) ejemplifica el compromiso de InRetail con la descentralización, al llevar infraestructura de retail moderna a mercados desatendidos con alto potencial de crecimiento.
- **Expansión de Real Plaza Primavera:** En agosto de 2025 se concretó una importante expansión de Real Plaza Primavera en Lima. Este proyecto implicó la densificación del centro comercial con nuevas ofertas comerciales y gastronómicas, lo que mejoró su competitividad en un distrito de altos ingresos.
- **Expansión de Área Bruta Arrendable (ABA) de Real Plaza Piura:** En total, el segmento avanzó en la ejecución de aproximadamente 32,000 m² de expansión de Área Bruta Arrendable (ABA) a lo largo de 2025, enfocada en la modernización de activos existentes como Real Plaza Piura para incorporar nuevas tiendas ancla y conceptos de estilo de vida.
- **Bonos:** Refinanciamos nuestros bonos vigentes mediante una nueva emisión de Senior Unsecured Notes por aproximadamente USD 500 millones.

Nuestra operación en el Perú

(GRI 2-6)

InRetail Perú: presentes en cada rincón del Perú

En InRetail, nuestro propósito es servir a cada rincón del Perú, llegando a todas las regiones del país mediante la provisión de bienes y servicios esenciales. Brindamos soluciones de salud, bienestar y retail a comunidades de todo el país, sin importar cuán remotas o de difícil acceso sean.

Nuestra sede principal se encuentra en Calle Morelli 139, San Borja - Lima, Perú.

Regiones	Food Retail			Pharma		Shopping Malls	Total
	plazaVea Vivanda	Mass	Makro	Inkafarma	Mifarma	Real Plaza	
Amazonas					13		13
Áncash	3	54	1	48	31	1	138
Apurímac				8	8		16
Arequipa	2	142	2	78	76	1	301
Ayacucho	1			17	10		28
Cajamarca	2			42	37	1	82
Cusco	2	21	1	35	35	1	95
Huancavelica		1		5	1		7

Regiones	Food Retail			Pharma		Shopping Malls	Total
	plazaVea Vivanda	Mass	Makro	Inkafarma	Mifarma	Real Plaza	
Huánuco	1	7		20	17	1	46
Ica	3	92	2	53	41		191
Junín	2	67	1	52	41	1	164
La Libertad	4	143	2	91	66	1	307
Lambayeque	2	71	1	56	47	1	178
Lima	68	852	14	658	605	8	2,205
Loreto					62		62
Madre de Dios					12		12
Moquegua	2			9	5		16
Pasco		2		9	4		15
Piura	6	121	3	71	54	2	257
Puno	2			28	8	1	39
San Martín	2				67		69
Tacna	1			16	15		32
Tumbes	1	19		11	8		39
Ucayali	1				30	1	32
Total	105	1592	27	1307	1293	20	4,344

Premios y reconocimientos

El compromiso de InRetail Perú Corp. con la excelencia, la sostenibilidad y la gestión del talento fue ampliamente reconocido en 2025 por prestigiosas instituciones nacionales e internacionales.

Evaluación de Sostenibilidad Corporativa (CSA) de S&P Global 2025

InRetail Perú Corp. obtuvo una puntuación de 76, lo que la ubicó en el percentil 97 entre 204 empresas evaluadas en su industria. Este desempeño posiciona a la compañía dentro del 3% superior de empresas con mejor desempeño en sostenibilidad a nivel mundial y refleja su liderazgo continuo en desempeño ambiental, social y de gobernanza (ESG).

- Dow Jones Best in Class Index: Por quinto año consecutivo, nos mantuvimos como integrantes del "Dow Jones Best in Class Index" (anteriormente DJSI), ocupando el puesto 5 a nivel mundial en nuestro sector y el puesto 1 en América Latina.
- S&P Global Sustainability Yearbook: Fuimos incluidos en el prestigioso Sustainability Yearbook, una distinción reservada exclusivamente para las empresas que se ubican dentro del 15% superior de su industria a nivel mundial con base en la Evaluación de Sostenibilidad Corporativa (CSA).
- Desempeño en la CSA: InRetail obtuvo una puntuación final de 76/100, lo que nos ubicó en el percentil 97. Este desempeño supera significativamente el promedio de la industria de 28, confirmando nuestro liderazgo en todas las dimensiones ESG:
  - Dimensión Social: 82 puntos (promedio de la industria: 24).
  - Dimensión Ambiental: 74 puntos (promedio de la industria: 30).
  - Dimensión de Gobernanza: 72 puntos (promedio de la industria: 31).

Reputación corporativa y liderazgo ESG

Los rankings Merco (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa), considerados el estándar de referencia en reputación corporativa en la región, destacaron el liderazgo de InRetail en múltiples dimensiones en 2025:

- **Merco Empresas 2025 (Reputación corporativa):**
  - **Supermercados Peruanos (Food Retail):** Ocupó el puesto 1 en el sector Autoservicios/Supermercados y el puesto 21 en el ranking nacional general de empresas en el Perú.
  - **Real Plaza (Shopping Malls):** Consolidó su liderazgo al ocupar el puesto 2 en la categoría Centros Comerciales, reafirmando la fortaleza de su marca pese a los desafíos operativos.
- **Merco Talento 2025 (Atracción de talento):**
  - **Supermercados Peruanos:** Ocupó el puesto 24 en el ranking nacional general, liderando el sector retail como empleador preferido.
- **Merco ESG 2025 (Sostenibilidad):**
  - **Supermercados Peruanos** alcanzó el puesto 1 en el sector Autoservicios por su desempeño ambiental, social y de gobernanza.
- **CDP**
  - **InRetail Perú Corp.** recibió una calificación B del CDP (Carbon Disclosure Project), una organización global de transparencia ambiental, lo que demuestra un buen desempeño en la gestión de nuestros impactos ambientales.
- **ELSA**
  - ELSA (Espacios Laborales Sin Acoso): Todas las empresas de nuestra plataforma fueron reconocidas por ELSA (Espacios Laborales Sin Acoso), lo que valida nuestro enfoque sistémico para prevenir el acoso sexual y fomentar entornos de trabajo seguros. Adicionalmente, Real Plaza fue reconocida como Top Performer en Prevención del Acoso.

Great Place to Work®

El instituto Great Place to Work® (GPTW) distinguió a las subsidiarias de InRetail por sus culturas inclusivas y de alto desempeño en 2025:

- **Diversidad e inclusión:**
  - Supermercados Peruanos ocupó el puesto 3 en el ranking "Mejores Lugares para Trabajar en Diversidad e Inclusión" (categoría Grandes Empresas) y el puesto 3 a nivel nacional en el Ranking PAR de Aequales 2025, que mide la equidad de género y la diversidad.
  - InRetail Pharma (Farmacias Peruanas) ocupó el puesto 10 en el ranking de Diversidad e Inclusión de GPTW, con un reconocimiento específico a su programa "Inclúyeme", que fomenta el empleo de personas con discapacidad.
- **Mejores lugares para trabajar en ranking general:**
  - plazaVea y Vivanda (Supermercados Peruanos) fueron reconocidas como uno de los mejores lugares para trabajar en el Perú, alcanzando el puesto 2 en el ranking general para empresas con más de 1,000 colaboradores; mientras que Farmacias Peruanas ocupó el puesto 17.

Reconocimiento global en sostenibilidad

TIME & Statista "World's Best Companies for Sustainable Growth 2025" (Las mejores empresas del mundo en crecimiento sostenible 2025): En un logro histórico, InRetail Perú Corp. fue incluida en este prestigioso ranking global. La evaluación analizó a la compañía en tres pilares: estabilidad financiera, crecimiento de ingresos e impacto ambiental (incluida la transparencia en emisiones de Alcance 1, 2 y 3, así como la eficiencia energética y el uso del agua).

Asociaciones y membresías 2025

(GRI 2-28)

InRetail Perú Corp. participa activamente en las asociaciones gremiales y de sostenibilidad más influyentes del Perú para promover el desarrollo de la industria, la formalización y las prácticas empresariales responsables.

Asociación	Descripción
Perú Sostenible	Red de empresas que tiene como objetivo promover el desarrollo social, ambiental y económico del Perú mediante la implementación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas. Creada a inicios de la década de 1990, la iniciativa vincula a empresas y organizaciones para que actúen como agentes de cambio y fomenten un futuro sostenible para el país.
Líderes + 1	Iniciativa que promueve un impacto económico, ambiental y social positivo, así como la competitividad en los sectores más productivos del país. Considera que los líderes de cada organización son agentes clave de cambio para la sostenibilidad y que deben promover un triple impacto positivo que genere bienestar social, crecimiento económico y cuidado del planeta.
Desafío Kunan	**Desafío Kunan** es el premio anual más prestigioso enfocado en el emprendimiento social en el Perú. Tiene como objetivo reconocer una amplia diversidad de negocios que abordan desafíos sociales y ambientales en el país, destacando aquellos que son innovadores, escalables y sostenibles. La iniciativa busca empoderar a jóvenes emprendedores que desarrollan soluciones creativas para mejorar sus comunidades.
Sociedad de Comercio Exterior del Perú (COMEX)	Asociación gremial que reúne a los principales exportadores, importadores y prestadores 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, la creación de oportunidades y una mejor calidad de vida para los ciudadanos
Cámara de Comercio de Lima	Asociación gremial que promueve la libertad de mercado, facilita oportunidades de negocio, brinda asistencia y servicios, e impulsa la competitividad del sector privado.
Comunidad Aequales	Tiene como objetivo eliminar las brechas de género en nuestro país, orientándonos con un firme compromiso con la equidad y como agentes de cambio a través de la generación y retención de nuestros colaboradores.
Presente	Organización peruana sin fines de lucro enfocada en promover los derechos, la inclusión y la visibilidad de las personas LGBTQ+, especialmente en los entornos laborales. Trabaja mediante alianzas con empresas, organizaciones de la sociedad civil e iniciativas comunitarias para promover la diversidad, la equidad y la inclusión (DEI).
Pride Connection	Red de empresas que garantizan derechos laborales a los miembros de la comunidad LGBTQ+ y fomentan espacios de trabajo seguros e inclusivos para sus equipos.
Asociación de Shopping Malls y de Entretenimiento del Perú (ACCEP)	**s** Asociación que agrupa a los principales centros comerciales del país y tiene como objetivo promover el desarrollo de la industria mediante la representación, promoción y defensa de sus miembros ante organismos públicos y privados.

Asociación	Descripción
Fundación OLI	Plataforma solidaria dedicada a canalizar esfuerzos y recursos, conectando a personas e instituciones en favor de la igualdad de oportunidades en los ámbitos de medio ambiente, salud, cultura, educación y reducción de la pobreza. Trabajamos junto con ella en el Programa "Ayudando Abrigando", en actividades de donación de ropa a comunidades vulnerables de 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 para que puedan obtener medicamentos seguros y eficaces. La **s** red asegura la orientación de un equipo de profesionales de la salud cuyo principal interés es servir y cuidar a pacientes y consumidores.
Instituto Peruano de Economía (IPE)	Institución privada sin fines de lucro que busca promover un desarrollo económico equilibrado y sostenible, mediante actividades que analizan medidas de política económica.
Sociedad Nacional de Industrias (SNI)	Asociación gremial que promueve el desarrollo de la industria manufacturera, impulsa la economía de mercado y contribuye al desarrollo del país mediante propuestas técnicas sectoriales en ámbitos como la política económica, laboral y tributaria, entre otros.
Banco de Alimentos (BAP)	Asociación sin fines de lucro que actúa como intermediaria entre las empresas de alimentos y las organizaciones benéficas. Recupera alimentos sin valor comercial para distribuirlos entre personas que padecen inseguridad alimentaria.
Reverse Logistics Group (RLG)	Operador de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos, responsable de gestionar la logística inversa y brindar soluciones para el reciclaje de Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAEE) en cumplimiento de la normativa nacional.
Cámara de Comercio Americana del Perú (AmCham)	Organización que promueve y fomenta el sistema de libre mercado, impulsando el comercio, la inversión y el intercambio entre el Perú y los Estados Unidos.
Hombro a Hombro	Iniciativa del sector privado orientada a apoyar al Estado mediante la capacidad de gestión de las empresas en situaciones de emergencia. La mesa reúne a 49 empresas líderes del país y recibe el apoyo de otras en situaciones de desastre para canalizar su ayuda y llegar de manera eficiente a las zonas que requieren asistencia inmediata.
Patronato Nacional Pro-Bombero del Perú	Entidad privada, constituida como asociación sin fines de lucro, cuyo objetivo es apoyar, en la mayor medida 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 y promueve iniciativas de alto impacto que responden a desafíos urgentes del país. Food Retail suscribió el Compromiso MYPE, una iniciativa que alienta a más empresas a incorporar Principios de Relacionamiento Responsable con sus proveedores MYPE.
Consumer Goods Forum (CGF)	Red global líder que reúne a más de 400 retailers, fabricantes y otros actores clave de la industria de bienes de consumo. Su enfoque es impulsar cambios positivos y una mayor eficiencia en la industria mediante el abordaje de desafíos globales como la sostenibilidad, la salud del consumidor y las prácticas éticas en la cadena de suministro. Food Retail forma parte de la iniciativa Golden Design Rules.
UN Global Compact Perú	Es la mayor iniciativa de sostenibilidad corporativa del mundo, impulsada por las Naciones Unidas, que promueve el compromiso de las empresas de alinear sus estrategias y operaciones con los Diez Principios Universales sobre Derechos Humanos, Normas Laborales, Medio Ambiente y Anticorrupción.

Contribuciones y gastos

Concepto	Moneda	2022	2023	2024	2025
Grupos de lobby, representación de intereses o similares	S/	0	0	0	0
Campañas, organizaciones o candidatos políticos locales, regionales o nacionales	S/	0	0	0	0
Asociaciones comerciales, gremios, asociaciones exentas de impuestos o think tanks	S/	711,521	901,826	1,257,350	1,662,942
Otros (gastos relacionados con medidas electorales o referendos)	S/	0	0	0	0
Total de contribuciones y otros gastos	S/	711,521	901,826	1,257,350	1,662,942

Principales contribuciones y gastos

Organización	Monto total
Asociación Nacional de Cadenas de Boticas (ANACAB)	288,000
Sociedad de Comercio Exterior del Perú (COMEX)	84,000
Cámara de Comercio de Lima	3,324

Gobernanza

Gobierno Corporativo

Estructura del Directorio

(GRI 2-9) (GRI 2-11)

InRetail Perú Corp. (la “Compañía”) está gobernada por un Directorio unitario responsable de la supervisión ejecutiva y la dirección estratégica. Esta estructura permite una toma de decisiones ágil y una comunicación directa entre el Directorio y la gerencia operativa.

Al 31 de diciembre de 2025, el Directorio está conformado por seis (6) miembros y dos (2) directores alternos. Esta composición favorece un equilibrio efectivo entre la diversidad de perspectivas y una toma de decisiones eficiente. El diseño del Directorio asegura que, si bien el accionista controlador mantiene influencia estratégica, los directores independientes representen el 33.3% del Directorio (2 de 6 miembros), lo que constituye un contrapeso significativo en las deliberaciones del Directorio.

La estructura y el funcionamiento del Directorio se encuentran definidos en el Estatuto y el Reglamento del Directorio de la Compañía, que establecen un mínimo de tres directores y fijan reglas claras para su designación y gobierno.

Composición del Directorio:

- **Directores:**
  - Carlos Rodríguez-Pastor Persivale (Presidente)
  - Fernando Zavala Lombardi
  - Hugo Santa María Guzmán
  - Mariela García
  - Ignacio Benito Marchese (Independiente)
  - Alberto Moriana Rivas (Independiente)
- **Directores alternos:**
  - Julio Luque (Alterno del Presidente Carlos Rodríguez-Pastor)
  - Pablo Turner (Director alterno de Fernando Zavala).

CARLOS RODRÍGUEZ PASTOR

PRESIDENTE

Ingreso al directorio: 2011
Nacionalidad: Perú
Año de nacimiento: 1959



Profesión:
Bachiller en Ciencias Sociales por la Universidad de California en Berkeley y MBA por la Escuela de Negocios Amos Tuck de la Universidad de Dartmouth.

FERNANDO ZAVALA

DIRECTOR

Ingreso al directorio: 2018
Nacionalidad: Perú
Año de nacimiento: 1971



Profesión:
Bachiller en Economía por la Universidad del Pacífico, Lima, y MBA por la Universidad de Birmingham, Inglaterra.

HUGO SANTA MARÍA

DIRECTOR

Ingreso al directorio: 2019
Nacionalidad: Perú
Año de nacimiento: 1963



Profesión:
Bachiller en Economía por la Universidad del Pacífico, Lima, y doctor en Economía por la Universidad de Washington, San Luis.

MARIELA GARCÍA

DIRECTOR

Ingreso al directorio: 2019
Nacionalidad: Perú
Año de nacimiento: 1964



Profesión:
Bachiller en Economía por la Universidad del Pacífico y MBA de INCAE por la Universidad Adolfo Ibáñez.

ALBERTO MORIANA

DIRECTOR INDEPENDIENTE

Ingreso al directorio: 2024
Nacionalidad: Spain
Año de nacimiento: 1965



Profesión:
Bachiller en Derecho y Administración de Empresas por la Universidad Pontificia Comillas de los Jesuitas en Madrid (ICADE).

IGNACIO BENITO

DIRECTOR INDEPENDIENTE

Ingreso al directorio: 2019
Nacionalidad: Perú
Año de nacimiento: 1968



Profesión:
Bachiller en Administración y Contabilidad por la Universidad Católica Argentina y MBA por la Escuela de Negocios Wharton de la Universidad de Pensilvania.

PABLO TURNER

DIRECTOR ALTERNO DE FERNANDO ZAVALA

Ingreso al directorio: 2012
Nacionalidad: Perú
Año de nacimiento: 1960



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

JULIO LUQUE

DIRECTOR ALTERNO DE CARLOS RODRÍGUEZ PASTOR

Ingreso al directorio: 2025
Nacionalidad: Perú
Año de nacimiento: 1960



Profesión:
Ingeniero Mecánico por la Universidad Simón Bolívar (Venezuela), con una maestría en Economía y Dirección de Empresas por IESE Business School de la Universidad de Navarra.

Rol del Presidente del Directorio

(GRI 2-12) (GRI 2-13)

El Sr. Carlos Rodríguez-Pastor Persivale se desempeña como Presidente del Directorio desde la constitución de InRetail en 2011. El rol del Presidente está definido en el Artículo 10 del Reglamento del Directorio. Su responsabilidad principal es velar por los estándares de gobierno de la Compañía. Entre sus funciones clave se incluyen:

- **Dirección estratégica:** Asegurar que el Directorio establezca, revise y supervise la implementación de los objetivos estratégicos de la Compañía.
- **Enlace con los accionistas:** Actuar como el principal vínculo entre los accionistas y el Directorio, asegurando que el Directorio se mantenga receptivo a los inversionistas, considerando a la vez los intereses de los demás grupos de interés.
- **Liderazgo y coordinación del Directorio:** Liderar el trabajo del Directorio, establecer las agendas de las sesiones y asegurar que los directores reciban información oportuna y precisa para una toma de decisiones informada.
- **Representación institucional:** Representar a la Compañía a nivel institucional y corporativo.

InRetail separa los roles de Presidente del Directorio y de Gerente General (CEO), en línea con las mejores prácticas internacionales de gobierno corporativo. El cargo de CEO es ocupado por el Sr. Juan Carlos Vallejo, responsable de la gestión diaria de la Compañía y de la ejecución de la estrategia aprobada por el Directorio.

Esta separación fortalece el marco de control interno de la Compañía al evitar la concentración de autoridad en una sola persona y respaldar la supervisión independiente del desempeño de la gerencia. El CEO reporta directamente al Directorio, lo que asegura una línea clara de rendición de cuentas.

Dada la relación del Sr. Carlos Rodríguez-Pastor con los principales accionistas de InRetail Perú Corp., no es considerado director independiente.

Directores independientes

(GRI 2-9)

La independencia de los directores es un elemento clave del enfoque de gobierno corporativo de InRetail. La Compañía se adhiere a los "Lineamientos para la Calificación de Directores Independientes", aprobados mediante Resolución SMV 016-2019-SMV/01, y aplica criterios específicos establecidos en su Reglamento del Directorio.

Los directores independientes son designados con base en su experiencia profesional, integridad e independencia financiera. No deben tener vínculos con la Compañía, sus accionistas controladores ni su alta dirección. En particular, de conformidad con el Artículo 7.4 del Reglamento del Directorio, los directores independientes deben:

- No ser director ni colaborador de una empresa de su mismo grupo empresarial, salvo que hayan transcurrido 3 o 5 años, respectivamente, desde el cese de dicha relación.
- No tener ni haber tenido en los últimos tres (3) años una relación comercial o contractual, directa o indirecta, de carácter significativo, con la Compañía o con cualquier otra empresa de su mismo grupo.
- No ser cónyuge ni tener relación de parentesco en primer o segundo grado de consanguinidad, o en primer grado de afinidad, con accionistas mayoritarios o controladores, miembros del directorio, representantes de accionistas mayoritarios o controladores, o la alta dirección de la Compañía.

- No haber sido, en los últimos ocho (8) años, miembro de la alta dirección o colaborador de la Compañía, de empresas de su mismo grupo o de las empresas accionistas de la Compañía.
- No haber sido, durante los últimos tres (3) años, socio o colaborador del Auditor externo o del Auditor de cualquier empresa de su mismo grupo.
- Al momento de su designación, los directores independientes deben suscribir una declaración jurada que confirme que cumplen los criterios de independencia.

En la Junta General de Accionistas 2025, dos (2) de los seis (6) directores designados fueron directores independientes, lo que representa el 33.3% del Directorio. Ello corresponde al requisito mínimo de un tercio (1/3) establecido en el Reglamento del Directorio de la Compañía.

Permanencia del Directorio

(GRI 2-10) (GRI 2-12)

Al 31 de diciembre de 2025, la permanencia promedio de los miembros del Directorio fue de 7.35 años. Esta duración permite a los directores desarrollar una comprensión profunda de las complejas operaciones multiformato de la Compañía sin caer en la complacencia.

Diversidad en el Directorio

InRetail Perú Corp. ha establecido una Política Corporativa de Diversidad e Inclusión, integral, que promueve la igualdad de oportunidades y establece tolerancia cero frente a la discriminación por género, edad, religión, orientación sexual u origen étnico. La política se aplica a todos los niveles de la organización, incluido el Directorio.

A partir de la elección de 2025, la representación femenina incluye una (1) directora titular (de 6 miembros):

- **Mariela García Figari** (Directora titular independiente)

Con seis (6) miembros titulares del Directorio, ello representa un 16.7% de representación femenina a nivel titular. La Compañía continúa reconociendo la diversidad como un componente importante de un gobierno corporativo efectivo.

Experiencia del Directorio

Experiencia en la industria (años)									
Director	Experiencia en riesgos	Experiencia en ciberseguridad	FMCG	Retail	Salud	Banca y finanzas	Educación	Minería	Construcción y materiales
Carlos Rodriguez Pastor	x	-	16+	16+	11+	31+	11+	-	-
Fernando Zavala	x	x	16+	6+	6+	16+	6+	-	-
Hugo Santa Maria	x	-	21+	21+	-	21+	-	21+	21+
Ignacio Benito	x	-	21+	16+	-	26+	-	-	16+
Alberto Moriana	x	-	36+	-	-	-	-	-	-
Mariela Garcia	x	x	-	6+	-	-	-	31+	31+
Julio Luque	x	-	37+	12+	12+	-	-	-	-
Pablo Turner	x	x	31+	31+	-	31+	-	-	-

Evaluación del Directorio

(GRI 2-18)

InRetail realiza una evaluación anual del desempeño del Directorio, de conformidad con el Artículo 16 del Reglamento del Directorio. Esta evaluación consiste en una autoevaluación estructurada en la que los directores revisan:

- El desempeño del Directorio como órgano colegiado.
- La contribución individual de cada director.
- La efectividad de los Comités del Directorio.

El proceso suele utilizar un "Formulario de Autoevaluación", que asegura la consistencia y la medición de la retroalimentación. Para mitigar los sesgos inherentes a la autoevaluación, la normativa de la Compañía exige que, al menos cada dos años, la evaluación se realice con la participación de asesores externos.

Como práctica interna, el Directorio ha venido realizando esta evaluación anualmente. Esta evaluación se lleva a cabo en el primer trimestre del periodo siguiente. Así, la última evaluación se realizó en el primer trimestre de 2025.

Comité del Directorio

(GRI 2-9)

Si bien el Estatuto de la Compañía permite la creación de varios comités del Directorio, InRetail ha optado por una estructura de gobierno simplificada. En 2025, el Comité de Auditoría es el único comité estatutario que opera bajo el Directorio.

La combinación de las funciones de auditoría y riesgos en un solo comité proporciona una visión integral del entorno de control de la Compañía y contribuye a evitar vacíos o duplicidades que pueden surgir cuando estas responsabilidades se encuentran divididas.

Comité de Auditoría

El Comité de Auditoría apoya al Directorio en la supervisión de la información financiera, la gestión de riesgos y el marco de control interno de la Compañía, y actúa como la "tercera línea de defensa" en el modelo de gestión de riesgos de la Compañía.

- **Composición:** El Comité está conformado por cuatro miembros. Entre sus miembros recientes se encuentran Fernando Zavala, Mariela García, Alberto Moriana y Hugo Santa María. Actualmente, registran una permanencia promedio de 4.86 años.
- **Presidencia:** El Comité es presidido por un Director Independiente (Hugo Santa María)
- **Mandato y funciones:**
  - **Integridad financiera:** Revisar los estados financieros de la Compañía y supervisar el cumplimiento de las NIIF.
  - **Supervisión de riesgos:** Supervisar el Sistema de Gestión Integral de Riesgos, incluidos los riesgos operativos, financieros, estratégicos y emergentes (como el cambio climático y la ciberseguridad).
  - **Auditoría interna:** Supervisar al equipo de la Gerencia Corporativa de Auditoría, liderado por el Auditor Corporativo, quien reporta funcionalmente al Comité para garantizar su independencia.

- **Ética y cumplimiento:** Actuar como instancia de escalamiento para los incumplimientos materiales del Código de Ética reportados a través del canal de denuncias "ConÉtica" que se relacionen con asuntos contables o involucren al CEO o al CFO.
- **Actividad:** El Comité sesiona trimestralmente (4 veces al año) y registró una **tasa de asistencia del 100%** tanto en 2024 como en 2025.

Capacitación del Directorio

(GRI 2-9) (GRI 2-17)

InRetail reconoce que la efectividad del Directorio depende del aprendizaje continuo. Por ello, la Compañía implementa un plan anual de capacitación para sus directores.

Estas sesiones de capacitación abordan temas como gobierno corporativo, cumplimiento normativo, gestión de riesgos y liderazgo efectivo, y brindan a los directores la oportunidad de compartir experiencias y buenas prácticas con otras áreas relevantes.

Adicionalmente, el Comité de Auditoría mantiene un plan anual de mejora que incluye capacitación específica en gestión de riesgos para los miembros del comité y los Directores.

Rendición de cuentas del Directorio

InRetail Perú Corp. aplica un sólido marco de rendición de cuentas diseñado para alinear los intereses del Directorio con los de los accionistas y los grupos de interés de largo plazo.

Los deberes fiduciarios de los directores —incluidos los deberes de diligencia, lealtad y confidencialidad— se encuentran expresamente regulados en el Reglamento del Directorio. Adicionalmente, el Estatuto de la Compañía prohíbe expresamente la indemnización o exoneración de responsabilidad de los Directores en los casos en que los daños a la sociedad se deriven de dolo o culpa inexcusable.

Elección del Directorio

De conformidad con el Estatuto de la Compañía, todos los miembros del Directorio son elegidos por la Junta General de Accionistas por un plazo estatutario de tres (3) años. Los directores pueden ser reelegidos indefinidamente, lo que permite un equilibrio adecuado entre la experiencia institucional y la renovación de perspectivas.

Asistencia a sesiones

La efectividad del Directorio depende de la participación activa de sus miembros. Los directores de InRetail han demostrado un alto nivel de compromiso. La Compañía promueve la participación activa de sus directores y monitorea los niveles de asistencia como parte de sus prácticas de gobierno, con una meta de tasa de asistencia superior al 75%

- **2023:** El Directorio sostuvo seis sesiones con una tasa de asistencia de **92%**
- **2024:** El Directorio sostuvo doce (12) sesiones y la tasa de asistencia aumentó a **98%**
- **2025:** El Directorio sostuvo 5 sesiones y su tasa de asistencia fue de **92%**.

Los niveles de asistencia se mantuvieron estables, lo que respaldó una toma de decisiones informada con la participación del Directorio en pleno.

Gestión de otros cargos

InRetail monitorea los compromisos externos de sus directores para asegurar que dispongan de tiempo suficiente para dedicarse a sus responsabilidades. La compañía se adhiere al principio de que los

directores no deben ocupar un número excesivo de cargos de directorio en empresas listadas en bolsa (generalmente restringido a 4 o menos).

Planificación de la sucesión del CEO

El Directorio es responsable de supervisar la implementación de la Política de Sucesión del Directorio y de la Alta Dirección. Esta política está diseñada para respaldar la continuidad del liderazgo y de la estrategia ante salidas planificadas o no planificadas del CEO o de ejecutivos clave.

- **Frecuencia:** Evaluación cada 2 años, con una revisión permanente.
- **Candidatos**: líneas de reporte al CEO y al Comité del Directorio.
- **Proceso:** Los candidatos a posiciones de Gerente General se someten a evaluaciones periódicas de 360 grados realizadas por una firma consultora externa cada vez que son considerados potenciales sucesores para el cargo.
- **Clasificación:** Los candidatos a sucesores se clasifican en tres niveles de preparación: quienes están listos para asumir el cargo de inmediato, quienes se espera que estén listos en un plazo de uno a tres años y el talento de próxima generación con un horizonte de más largo plazo, superior a tres años.

Aprobación de los accionistas para modificaciones del Estatuto

La Junta General de Accionistas (JGA) tiene la autoridad final sobre los cambios en la estructura de gobierno de la Compañía. Cualquier modificación del Estatuto Social requiere la aprobación expresa de los accionistas.

Este requisito protege los derechos de los accionistas al asegurar que el Directorio no pueda modificar unilateralmente los documentos constitutivos de la Compañía.

Ética y deberes fiduciarios

La rendición de cuentas del Directorio se establece en el Código de Ética de la Compañía y en el Reglamento del Directorio. Los directores están sujetos a deberes fiduciarios, entre ellos el deber de confidencialidad, el deber de lealtad y el deber de actuar en el mejor interés de la sociedad y de todos sus accionistas.

Gestión de conflictos de interés

La Compañía cuenta con una política para la gestión de conflictos de interés a nivel del Directorio. Conforme a esta política, los directores deben revelar cualquier conflicto potencial y abstenerse de votar en los asuntos relacionados. Ello resulta particularmente relevante dadas las sinergias dentro del Grupo Intercorp; el cumplimiento riguroso de esta política asegura que las transacciones con partes relacionadas se realicen en condiciones de mercado (arm's length) y no perjudiquen a los accionistas minoritarios.

Derechos de los accionistas

La Compañía está comprometida con la protección de los derechos de sus accionistas. La Compañía aplica el principio de "una acción, un voto".

- **Política de dividendos:** La Compañía cuenta con una Política de Dividendos transparente, con el compromiso de distribuir anualmente no menos del 10% de la utilidad neta, sujeto al análisis de liquidez y a la Junta General de Accionistas (JGA). Esta política brinda previsibilidad a los inversionistas.

- **Transparencia de la información:** La Compañía asegura la igualdad de acceso a la información para todos los participantes del mercado mediante la divulgación oportuna de sus estados financieros, hechos de importancia y documentos corporativos. Estos se ponen a disposición de manera constante a través de su sitio web corporativo y del regulador peruano del mercado de valores (Superintendencia del Mercado de Valores - SMV).

Alineamiento de la compensación

La compensación de los ejecutivos de la Compañía incluye incentivos variables vinculados al desempeño de la empresa. Si bien la Compañía divulga los principales elementos de sus planes de incentivos de largo plazo, la información detallada sobre la ponderación específica de las metas ESG o de métricas financieras como el Retorno sobre el Capital Empleado (ROCE) no se divulga públicamente.

La remuneración de los directores es fija y aprobada por la Junta General de Accionistas. Para preservar su independencia, los directores independientes no reciben opciones sobre acciones ni pagos basados en desempeño, lo que evita su alineamiento con las fluctuaciones de corto plazo del precio de la acción en detrimento de la supervisión de largo plazo.

Supervisión de la gobernanza ESG

(GRI 2-12, 2-13, 2-14)

El Directorio tiene la responsabilidad última y la supervisión directa de la estrategia de Sostenibilidad (ESG) de InRetail. Este órgano es responsable de aprobar la matriz de materialidad, los compromisos climáticos y las políticas clave de sostenibilidad.

La supervisión se realiza de manera periódica, con reportes de la Alta Dirección al Directorio sobre los avances en los indicadores clave de desempeño (KPI) ambientales y sociales, así como sobre la gestión de los riesgos ESG emergentes. Esta estructura asegura que las consideraciones de sostenibilidad no se aborden de forma aislada, sino que se integren plenamente en la estrategia comercial, la planificación financiera y la gestión de riesgos de la organización, alineando los intereses de largo plazo de los accionistas con un impacto positivo en los grupos de interés.

Esta alta dirección está integrada por las siguientes posiciones, que supervisan los asuntos ESG/de sostenibilidad: Vicepresidencia de Recursos Humanos y Sostenibilidad, y Chief Sustainability Officer.

Gestión de Riesgos

Estrategia de gestión de riesgos

(GRI 205-1)

A lo largo de 2025, InRetail continuó fortaleciendo su marco de gestión de riesgos en todas las unidades de negocio, reforzando nuestro firme compromiso con la resiliencia operativa y la supervisión proactiva.

Este enfoque integrado se centra en identificar y evaluar riesgos, implementando a la vez medidas preventivas y correctivas en toda la organización. Como resultado, hemos fortalecido nuestras prácticas y mejorado nuestra capacidad de operar eficazmente en un entorno dinámico.

Gobernanza de riesgos

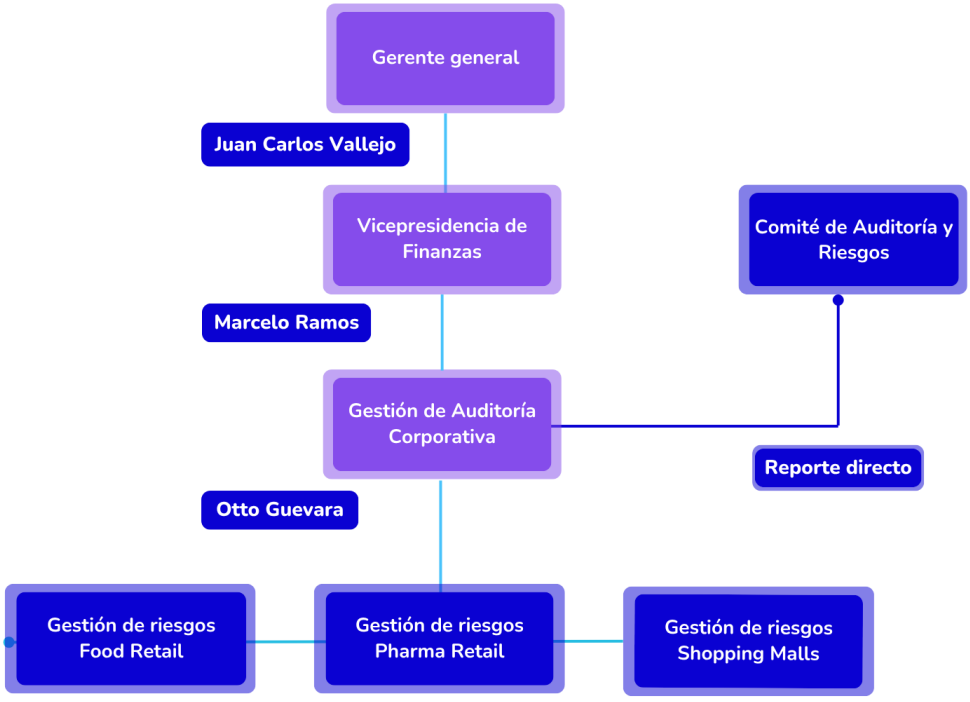
Para mantener nuestros estándares de gobierno y control, el Comité de Auditoría supervisa el alcance, las responsabilidades y los objetivos de nuestro marco de gestión de riesgos, asegurando un enfoque coherente e integrado de la gestión de riesgos en toda la organización.

Este enfoque fortalece nuestra capacidad para identificar, gestionar y mitigar riesgos en InRetail.

Los elementos clave de gobernanza incluyen:

- **Equipos especializados:** Equipos dedicados de Gestión de Riesgos operan en todas las unidades de negocio de InRetail Perú Corp.
- **Líneas de reporte:** Fortalecimos la independencia de los equipos de auditoría de cada unidad al establecer que reporten directamente a la Gerencia Corporativa de Auditoría, en línea con la Política del Estatuto de Auditoría Corporativa.
- **Coordinación de cumplimiento:** El Oficial de Cumplimiento Corporativo de InRetail Perú Corp. mantiene una estrecha coordinación con los Oficiales de Cumplimiento de cada unidad de negocio.

La función de Auditoría Corporativa es liderada actualmente por Otto Guevara, quien reporta administrativamente al Vicepresidente de Finanzas y funcionalmente al Comité de Auditoría, lo que asegura la independencia necesaria respecto de las líneas de negocio.



Modelo de las Tres Líneas

Cada unidad de negocio ejecuta su propio proceso de gestión de riesgos, caracterizado por un enfoque multifacético basado en el modelo de las Tres Líneas diseñado por el Instituto de Auditores Internos (IIA).

- **Primera línea (áreas operativas y de soporte):** Responsable de la entrega de productos y servicios a los clientes, gestionando a la vez los riesgos inherentes a estas operaciones. Asegura la entrega consistente de bienes y servicios de calidad.
- **Segunda línea (áreas de Cumplimiento y Calidad):** Brinda orientación, supervisión y cuestionamiento en asuntos relacionados con riesgos. Esta línea monitorea los riesgos del negocio para asegurar que existan medidas de mitigación adecuadas.
- **Tercera línea (Gerencia Corporativa de Auditoría):** Opera de manera independiente para brindar un aseguramiento objetivo sobre la efectividad de la gestión de riesgos, los controles internos y los

procesos de gobierno. Apoya a la organización en el logro de sus objetivos estratégicos y reporta al Órgano de Gobierno a través del Comité de Auditoría.



Proceso de evaluación y gestión de riesgos

1. Identificación de riesgos

La identificación efectiva de riesgos es un elemento central de la estrategia de InRetail Perú Corp. La colaboración entre los equipos de Gestión de Riesgos de cada unidad de negocio y la Gerencia Corporativa de Auditoría es clave para identificar y gestionar los riesgos.

Cada unidad identifica los riesgos asociados a sus planes estratégicos, lo que fortalece la comprensión de los desafíos clave. Mediante este enfoque colaborativo, mantenemos matrices de riesgos que dan seguimiento a los riesgos operativos, financieros, de cumplimiento normativo y ambientales.

2. Evaluación

El análisis y la evaluación de riesgos son esenciales para una gestión de riesgos efectiva. Los equipos de Gestión de Riesgos, junto con el Comité de Gerencia de cada unidad, supervisan este proceso.

Ello incluye evaluar la probabilidad de cada riesgo, valorar su impacto potencial y realizar un análisis de causa raíz, lo que respalda el diseño de herramientas de gestión efectivas.

3. Mitigación: plan de respuesta

Las unidades de negocio son responsables de elaborar e implementar planes de prevención y mitigación para todos los riesgos **críticos** y de **nivel alto** identificados. Estos se reportan formalmente durante las sesiones del Comité de Auditoría para asegurar una supervisión efectiva.

4. Seguimiento / monitoreo

Para cada riesgo crítico y de nivel alto con un Plan de Respuesta asociado, implementamos un proceso de monitoreo que da seguimiento a los Indicadores Clave de Riesgo (KRI). Estos funcionan como

señales de alerta temprana; si un riesgo potencial se materializa, los Planes de Respuesta se activan de inmediato.

5. Reporte de riesgos

Reportamos anualmente a la Alta Dirección y al Comité de Auditoría el estado de implementación de los planes de acción y de los KRI, asegurando la transparencia y la rendición de cuentas. La Alta Dirección recibe actualizaciones mediante reuniones periódicas, mientras que el Comité revisa los riesgos con periodicidad trimestral.

Apetito de riesgo



InRetail Perú Corp. adopta un enfoque estructurado y metódico para definir su apetito de riesgo, asegurando una gestión proactiva de los riesgos. Cada riesgo se somete a una evaluación exhaustiva definida por:

- **Análisis de mapa de calor:** Identificación y priorización de los riesgos más urgentes y relevantes.
- **Estrategia de respuesta:** Alineación de las evaluaciones con los marcos de mitigación establecidos.

Este riguroso proceso proporciona una comprensión clara de nuestra tolerancia al riesgo.

		Probabilidad	
Nivel	**Tipo**	**Operacional**	**Estrategia**
5	Altamente probable	**Actividad rutinaria:** Se estima que podría materializarse entre el 90 % y el 100 % de las veces. **Actividad no rutinaria:** Puede ocurrir dos o más veces al mes.	< 3 meses
4	Muy probable	**Actividad rutinaria:** Se estima que podría materializarse entre el 60 % y el 90 % de las veces. **Actividad no rutinaria:** Puede ocurrir una vez cada dos meses.	3 a 6 meses
3	Probable	**Actividad rutinaria:** Se estima que podría materializarse entre el 30 % y el 60 % de las veces. **Actividad no rutinaria:** Puede ocurrir una vez cada tres meses.	0.5 a 1 año
2	Improbable	**Actividad rutinaria:** Se estima que podría materializarse entre el 5 % y el 30 % de las veces. **Actividad no rutinaria:** Puede ocurrir una vez cada seis meses.	1 a 2 años
1	Remoto	**Actividad rutinaria:** Se estima que podría materializarse menos del 5 % de las veces. **Actividad no rutinaria:** Puede ocurrir una vez al año.	2 años o más

Clasificaciones de la matriz de riesgos:

Clasificación de los riesgos en función de sus impactos:

- **Mínimo:** Efecto insignificante sobre los objetivos.
- **Bajo:** Efecto leve; sin amenaza significativa.
- **Medio:** Potencial de afectar moderadamente los objetivos.
- **Alto:** Potencial de causar un daño considerable a los objetivos.
- **Crítico:** Potencial de consecuencias catastróficas en caso de materializarse.

Auditoría de riesgos

Realizamos una revisión anual de nuestra exposición al riesgo para mantenernos alineados con la evolución del panorama de riesgos. Para asegurar un monitoreo permanente, aplicamos un proceso de auditoría continua:

- **Auditorías internas:** Realizadas por los Gerentes de Auditoría de cada área de negocio, bajo la supervisión del Gerente Corporativo de Auditoría, de conformidad con el Plan Anual de Mejora.

Madurez del sistema de gestión de riesgos: Dado que nuestro sistema de gestión de riesgos se encuentra vigente desde hace aproximadamente dos años, prevemos iniciar auditorías externas integrales de riesgos una vez que el sistema alcance un periodo de madurez de tres años.

Esta combinación de auditorías internas y externas proporciona una visión integral de nuestro panorama de riesgos, reforzando la integridad y la transparencia de nuestros procesos de auditoría y gestión de riesgos.

Cultura de riesgos

Fomentar una sólida cultura de riesgos es fundamental para nuestro enfoque preventivo. Fortalecemos las capacidades de liderazgo mediante talleres dirigidos a jefaturas de primera línea, gerentes generales y tomadores de decisiones clave. La capacitación se extiende a la segunda línea y a la alta dirección, asegurando que la conciencia sobre los riesgos esté integrada en toda la organización.

El plan anual del Comité de Auditoría también incluyó capacitación para los miembros del Comité y del Directorio, la asignación de responsables de riesgos (risk owners) para asegurar la rendición de cuentas y la implementación de KRI para los riesgos de alta prioridad.

Identificación de riesgos en productos y servicios

Para garantizar la seguridad y la calidad, en particular en **Food Retail, Pharma y Distribución**, realizamos procesos sistemáticos de identificación de riesgos para anticipar riesgos potenciales y fortalecer la resiliencia.

Identificación de riesgos en Food Retail

Nos enfocamos en los estándares de calidad de las marcas propias. Nuestro marco de evaluación incluye una lista de verificación de 22 preguntas para nuevos productos, que abarca riesgos comerciales, riesgos para la salud, análisis de producción, características organolépticas y fisicoquímicas, alérgenos y cumplimiento normativo.

- **Cumplimiento en el etiquetado:** Para mitigar los riesgos asociados a los lineamientos del INDECOPI sobre publicidad y etiquetado ecológico (verde), trabajamos estrechamente con los proveedores para asegurar su correcta implementación.
- **Protocolos para proveedores:** Aplicamos un estricto Acuerdo de Inocuidad y Trazabilidad mediante un Formulario de Declaración del Proveedor.

Identificación de riesgos en Pharma

Seguimos un proceso estructurado mediante la plataforma Automy, que centraliza las pruebas y ensayos para minimizar los riesgos y asegurar que los productos cumplan los estándares de calidad, eficacia y seguridad antes de llegar a nuestras tiendas.

Incentivos financieros

Para asegurar una cultura de riesgos sólida y estable, nuestros altos ejecutivos tienen métricas de gestión de riesgos incorporadas en sus incentivos financieros. Estos incentivos se revisan anualmente como parte del proceso de Planeamiento Estratégico de la compañía, alineándolos tanto con los objetivos del año siguiente como con su perspectiva a 3 años.

En esta línea, algunos ejemplos de métricas de gestión de riesgos incluyen:

- Minimización de riesgos operativos: Asegurar controles efectivos y estrategias de mitigación para reducir las disrupciones.
- Mantenimiento de la matriz de riesgos: Asegurar que cada unidad de negocio actualice periódicamente su matriz y se ciña a ella.
- Continuidad del negocio: Gestionar de manera proactiva los riesgos operativos, financieros, tributarios y reputacionales para salvaguardar la sostenibilidad del negocio a largo plazo.

Riesgos emergentes

Riesgo emergente 1:	Cambio climático / cadena de suministro La cadena de suministro de frutas y verduras es cada vez más vulnerable debido al aumento de los eventos climáticos extremos.
Descripción	En el Perú, muchas frutas y verduras se cultivan en regiones con climas específicos, lo que hace que la cadena de suministro sea vulnerable a eventos climáticos extremos intensificados por El Niño y el cambio climático. Ello puede afectar la disponibilidad y la calidad de los productos. La costa norte enfrenta riesgos significativos debido a El Niño, y se prevé que los mayores peligros persistan hacia 2030 y 2050 (MINAM, 2022). Contamos con 850 locales en estas zonas de riesgo, de los cuales 32 están clasificados como de "alto riesgo".
Impacto en el negocio	• Variabilidad de precios de los productos y del surtido: escasez y aumento del costo de los productos debido a dificultades relacionadas con la cosecha. • Desabastecimiento debido a la menor producción de determinadas frutas y verduras. • Aumento del costo de los servicios logísticos, ya que los productos no alcanzan su crecimiento óptimo y no tienen la misma duración en fresco que antes. • Aumento de las mermas por no transportar los productos a tiempo. • Rutas bloqueadas: dificultan el transporte de productos a lo largo de la cadena de suministro debido a eventos climáticos extremos. • Disminución de la demanda y cambios en los patrones de consumo de frutas y verduras, ya que los consumidores podrían verse obligados a adaptarse a productos alternativos o importados, lo que reduce la demanda local.
Plan de mitigación	• Implementación del plan de prevención de desastres. • Centralización del surtido prioritario: 25 categorías. • Incremento de los días de stock en tiendas y centros de distribución + reposición. • Incremento de la capacidad de almacenamiento en provincias y alquiler de almacenes en zonas sin presencia de Oslo. • Cabotaje. Inclusión de criterios para prevenir impactos en la nueva infraestructura.
Nivel de prioridad	Muy alto

Riesgo emergente 2	Inestabilidad política y convulsión social.
Descripción	Crisis de gobernabilidad acompañada de una intensificación de protestas y manifestaciones a nivel nacional debido al descontento ciudadano generalizado y a la falta de resolución de la crisis política.
Impacto en el negocio	Los impactos son de dos tipos: • Crisis política: En 2025, el país atravesó un nuevo cambio en la presidencia, lo que agravó la inestabilidad política y la incertidumbre regulatoria. Este contexto provocó una disminución del consumo, dificultades con las importaciones, un aumento del costo del crédito y falta de liquidez de los proveedores. También tuvo un impacto significativo en el tipo de cambio. • Protestas: Daños a la infraestructura y saqueos en tiendas ubicadas en zonas de conflicto. Disminución del tránsito de clientes y de las ventas debido a la inseguridad del entorno. Interrupción de las cadenas de suministro por bloqueos de vías. Aumento de las mermas por bajas ventas o daños a la mercadería en tránsito. Ambiente de incertidumbre y tensión en el lugar de trabajo.
Plan de mitigación	En InRetail monitoreamos de cerca la evolución política y su impacto en el entorno empresarial. Hemos adoptado una posición conservadora en nuestra estructura de capital, reduciendo los niveles de deuda y revisando los proyectos de inversión. Paralelamente, implementamos centros de distribución multimarca para mejorar la eficiencia logística y fortalecer la resiliencia operativa en nuestros negocios. Adicionalmente, hemos establecido un plan de contingencia para asegurar la protección de los colaboradores y la seguridad física de nuestras tiendas. Ello incluye la definición e implementación de un plan de respuesta que contempla la capacitación de los colaboradores en el manejo de disturbios y en la seguridad personal y de los clientes. Asimismo, hemos establecido alianzas con las autoridades locales para contar con apoyo en las labores de seguridad y respuesta.
Nivel de prioridad	Muy alto

Riesgo emergente 3	Disrupción tecnológica
Descripción	El ritmo de los avances tecnológicos, en particular en ámbitos como la inteligencia artificial (IA) y la biotecnología, puede ser tan acelerado que nuestra compañía podría tener dificultades para adaptarse. Ello puede generar resultados adversos debido a la falta de preparación y adaptación a los avances tecnológicos. Adicionalmente, la regulación relacionada con estos nuevos desarrollos también puede tener un impacto.
Impacto en el negocio	• Menor competitividad: Las empresas que no se mantienen al día con las innovaciones tecnológicas pueden perder su ventaja competitiva frente a los competidores que sí lo hacen. • Ineficiencia operativa: La incapacidad de adaptarse a las nuevas tecnologías puede derivar en procesos obsoletos y menos eficientes, lo que afecta la productividad e incrementa los costos operativos. • Cumplimiento normativo: Mantenerse al día con la regulación relacionada con los avances tecnológicos puede resultar complejo, lo que podría derivar en sanciones y multas por incumplimiento. • Experiencia del cliente: La falta de implementación de tecnologías avanzadas puede afectar negativamente la experiencia del cliente, al no poder brindarse servicios personalizados y eficientes.
Plan de mitigación	• Inversión en capacitación: Capacitar al personal en nuevas tecnologías y procesos para asegurar que esté preparado para adaptarse a cambios rápidos. • Colaboración con expertos: Trabajar con consultores y expertos en tecnología para identificar oportunidades de innovación y adaptación. • Monitoreo constante: Implementar sistemas de monitoreo continuo para identificar rápidamente las tendencias tecnológicas y ajustar las estrategias en consecuencia. • Cumplimiento normativo: Conformar un equipo dedicado a asegurar el cumplimiento de la regulación tecnológica y a mantenerse actualizado sobre los cambios legales. • Innovación continua: Fomentar una cultura de innovación dentro de la compañía para anticiparse a las tecnologías emergentes.
Nivel de prioridad	Medio

Riesgo emergente 4	Pérdida de talento por emigración:
Descripción	Según datos de 2024 del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), más de 3.4 millones de peruanos residen en el extranjero, una cifra que no solo representa una tendencia migratoria, sino también un reflejo de la realidad que enfrenta el país. Este éxodo, impulsado principalmente por la falta de oportunidades y un contexto económico incierto, ha dejado su huella en todos los estratos sociales. Esta "fuga de cerebros" puede generar escasez de trabajadores calificados e impactar negativamente a la compañía.
Impacto en el negocio	- Reducción de la fuerza laboral: La salida de trabajadores calificados puede generar escasez de talento, lo que dificulta a las empresas cubrir posiciones críticas. - Aumento de los costos laborales: Con menos trabajadores disponibles, las empresas podrían verse obligadas a ofrecer salarios más altos para atraer y retener talento, lo que incrementa los costos operativos. - Pérdida de innovación: La emigración de profesionales altamente calificados puede traducirse en una pérdida de innovación y de conocimiento especializado, lo que afecta la capacidad de la compañía para competir y crecer. - Impacto en la productividad: Una fuerza laboral reducida puede generar una disminución de la productividad y la eficiencia, lo que afecta el desempeño general del negocio.
Plan de mitigación	● Inversión en capacitación y desarrollo: Enfocarse en capacitar y desarrollar a los colaboradores actuales para cubrir brechas de habilidades y promover el crecimiento interno. ● Entorno de trabajo atractivo: Crear un entorno de trabajo positivo y de apoyo para retener a los colaboradores actuales y atraer nuevo talento. ● Alianzas con instituciones educativas: Colaborar con universidades e institutos técnicos para asegurar un flujo constante de egresados calificados. ● Oportunidades de trabajo remoto: Ofrecer opciones de trabajo remoto para acceder a un grupo de talento más amplio, más allá de las limitaciones geográficas. ● Compromiso de los colaboradores: Implementar programas para involucrar y motivar a los colaboradores, reduciendo la probabilidad de que busquen oportunidades en el extranjero. - Movilidad interna y planificación de la sucesión: Promover oportunidades de carrera entre empresas mediante programas de movilidad interna y una planificación estructurada de la sucesión, que permitan a los colaboradores crecer en nuestros negocios y desarrollar nuevas capacidades.
Nivel de prioridad	Medio

Riesgo emergente 5	Conflictos internacionales
Descripción	El panorama político internacional, incluida la guerra en curso en Ucrania y el surgimiento de nuevas presidencias regionales, puede impactar significativamente a las empresas.
Impacto en el negocio	- Interrupciones en la cadena de suministro: La inestabilidad política y los conflictos pueden interrumpir las cadenas de suministro, lo que genera retrasos y mayores costos para los retailers.
	- Aumento de costos: Los aranceles, las restricciones comerciales y las fluctuaciones cambiarias pueden incrementar el costo de los bienes, lo que afecta los márgenes de utilidad. - Confianza del consumidor: La incertidumbre política puede reducir la confianza del consumidor, lo que genera un menor gasto y menores ventas. - Cambios regulatorios: Las nuevas regulaciones o los cambios en las existentes pueden exigir a las empresas adaptar sus operaciones, lo que podría incrementar los costos y la complejidad.
Plan de mitigación	- Diversificar proveedores: Establecer relaciones con múltiples proveedores en distintas regiones para reducir la dependencia de una sola fuente. - Monitorear la evolución política: Mantenerse informados sobre los cambios políticos y sus posibles impactos en el entorno empresarial. - Cadena de suministro flexible: Desarrollar una cadena de suministro flexible que pueda adaptarse a interrupciones y cambios en la demanda.
Nivel de prioridad	Medio

Ética, Cumplimiento e Integridad

Política de Corrupción y Soborno - Gobernanza

(GRI 2-23, GRI 2-24, GRI 205-1, GRI 205-2)

Mantenemos una posición de tolerancia cero frente a la corrupción, el soborno y cualquier conducta no ética. Este compromiso se formaliza en nuestra Política Anticorrupción y Antisoborno, aprobada por el Directorio y de aplicación estricta a todos:

- Directores y ejecutivos.
- Colaboradores de todas las unidades de negocio.
- Proveedores, contratistas y socios comerciales.

Nuestra estructura de gobierno asegura que esta política sea más que un documento y constituya una herramienta activa de prevención. El Comité de Auditoría del Directorio supervisa nuestro programa de cumplimiento y recibe reportes periódicos sobre los riesgos y la efectividad de nuestros controles.

Prohibimos expresamente cualquier forma de soborno, incluidos los 'pagos de facilitación', en el 100% de nuestras operaciones y unidades de negocio. Esta prohibición se extiende contractualmente y es obligatoria para todos los terceros, agentes, consultores e intermediarios que actúen en nombre de la compañía.

Contribuciones políticas y/o benéficas

(GRI 415-1)

Para proteger nuestra independencia e integridad, InRetail separa estrictamente las operaciones del negocio de las actividades políticas.

- **Contribuciones políticas:** Reafirmamos nuestro compromiso de abstenernos de realizar contribuciones políticas o benéficas —directas o indirectas— que pudieran ser utilizadas para facilitar

el soborno y la corrupción. Esta regla se aplica a la compañía y se extiende a cualquier colaborador que actúe en nuestro nombre.

- **Contribuciones benéficas y a asociaciones gremiales:** Nos relacionamos con asociaciones de la industria (gremios) y organizaciones sin fines de lucro para promover el desarrollo sostenible y las buenas prácticas en el sector retail. Aseguramos que estas contribuciones sean transparentes y nunca se utilicen para encubrir sobornos.

Aplicación y medidas disciplinarias: Las infracciones a esta política darán lugar a la medida disciplinaria de despido del colaborador infractor (tolerancia cero). Conforme a la legislación peruana, los colaboradores no pueden ser sujetos a multas económicas; sin embargo, en casos de infracciones graves, las medidas disciplinarias pueden incluir la suspensión sin goce de haber.

Capacitación en corrupción y soborno

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

La educación es nuestra primera línea de defensa. Brindamos capacitación obligatoria sobre nuestro Código de Ética y nuestras políticas anticorrupción para asegurar que todos los colaboradores comprendan sus responsabilidades.

Nuestra estrategia de capacitación se adapta a distintos públicos:

1. **Fuerza laboral general:** Todos los colaboradores completan anualmente el módulo de capacitación, que abarca el Código de Ética, los conflictos de interés y el uso del canal de denuncias. Adicionalmente, se ofrece una capacitación virtual específica sobre el uso de "ConÉtica", que asegura que los colaboradores comprendan el proceso de denuncia y se sientan seguros al utilizar la plataforma para preservar los estándares éticos.

2. **Órganos de gobierno:** El Directorio recibe actualizaciones periódicas sobre cumplimiento y gestión de riesgos.

3. **Roles expuestos a riesgo:** Los colaboradores en posiciones sensibles (por ejemplo, compras y relaciones gubernamentales) reciben capacitación especializada enfocada en los riesgos de corrupción e integridad.

Resultados de capacitación 2025:

- 91% de los colaboradores capacitados en anticorrupción.

Competencia desleal

(GRI 206-1)

En el sector Pharma, hemos implementado lineamientos y procedimientos estrictos —incluidos la Política de Publicidad, la Guía Legal de Publicidad y las Consideraciones Publicitarias— para asegurar el pleno cumplimiento de la normativa sobre competencia desleal y publicidad comercial.

En Pharma, realizamos sesiones anuales de capacitación y reforzamiento para nuestros equipos con base en las experiencias del año anterior. Por su parte, en Distribución Farmacéutica, todos los materiales promocionales deben pasar por una rigurosa aprobación de los equipos de Dirección Médica, Asuntos Regulatorios (Farmacovigilancia) y Legal antes de su uso.

Monitoreamos nuestra gestión mediante dos indicadores clave:

1. El número de materiales revisados y aprobados por el equipo de cumplimiento.

2. El número de notificaciones oficiales o investigaciones relacionadas con materiales publicitarios recibidas de las autoridades sanitarias.

Adicionalmente, el área legal de Pharma realiza revisiones periódicas no anunciadas para asegurar el cumplimiento de estas políticas. Como parte de nuestro plan de mejora 2025, hemos desarrollado guías de uso más accesibles para facilitar el proceso de revisión tanto para el equipo legal como para los usuarios involucrados.

Cabe destacar que, durante 2025, no recibimos ninguna denuncia relacionada con competencia desleal.

Cumplimiento e integridad

(GRI 2-9, GRI 2-27)

La Oficial de Cumplimiento Corporativo, María Oviedo, lidera nuestra estrategia de integridad. Este rol opera con independencia y reporta directamente a la Gerencia de Asuntos Legales y Corporativos, con reporte funcional al Comité de Auditoría. Su responsabilidad principal es asegurar una conducta empresarial ética y el cumplimiento normativo, protegiendo a la organización frente a riesgos relacionados con la corrupción, el lavado de activos y el financiamiento del terrorismo.

Para asegurar una sólida cultura de integridad en nuestro diverso ecosistema (Food Retail, Pharma, Shopping Malls y Digital), contamos con:

- **Oficiales de Cumplimiento locales:** Líderes dedicados en cada unidad de negocio.
- **Comités de Ética:** Equipos especializados en cada unidad son responsables de investigar los incumplimientos y hacer cumplir el Código de Ética. Estos Comités son responsables de fortalecer la cultura ética dentro de sus respectivas unidades de negocio. Reciben y evalúan las denuncias de posibles incumplimientos del Código de Ética, de las políticas internas o de la normativa vigente, e inician investigaciones, asegurando la debida diligencia en cada caso. Los Comités validan la información recibida, derivan los casos según corresponda y toman decisiones sobre las acciones correctivas pertinentes.

En los casos graves, la unidad de negocio escala el asunto directamente al Comité de Auditoría a nivel corporativo, sin pasar por su respectivo Comité de Ética. Ello asegura que los asuntos críticos reciban atención inmediata y que se adopten las acciones pertinentes en el más alto nivel del gobierno corporativo.

Comité de Ética

En InRetail Perú Corp., nuestro Comité de Ética cumple un rol fundamental en la preservación y la mejora continua de los estándares de conducta de la organización, conforme a lo establecido en nuestro Código de Ética. Este Comité se dedica a fomentar una cultura ética y a promover la participación activa de todos los colaboradores mediante medidas preventivas.

El Comité de Ética está conformado por líderes clave de distintas áreas:

- Director/Vicepresidente de Recursos Humanos

- Director/Vicepresidente de Asuntos Legales/Corporativos - Auditores u Oficiales de Ética de cada unidad de negocio - Oficial de Cumplimiento

Este equipo diverso asegura que mantengamos los más altos estándares de integridad y conducta ética en toda la organización.

Miembros	Función
Tanto InRetail Perú Corp. como sus unidades de negocio cuentan con un Comité de Ética, que no incluye directores. Es decir, cada Comité de Ética está conformado por miembros pertenecientes a la línea ejecutiva.	El propósito del Comité de Ética es asegurar el cumplimiento y la mejora continua de los estándares de conducta de la Organización, así como crear las condiciones para fortalecer la cultura ética y promover el compromiso y la participación de todos los colaboradores mediante la prevención.

Código de Ética

Contamos con un Código de Ética integral que se aplica a todos los colaboradores de las unidades de negocio de InRetail Perú Corp., así como a los miembros del Directorio. Este Código se refuerza con políticas específicas a nivel de cada unidad de negocio, que establecen los estándares y lineamientos que nuestros equipos deben seguir en el desempeño de sus funciones.

Más allá de nuestras operaciones internas, esperamos que nuestros proveedores, consultores, contratistas y demás socios comerciales actúen de manera ética y cumplan los principios establecidos en nuestro Código de Ética. Ello asegura que todas nuestras colaboraciones mantengan altos estándares de integridad y conducta ética.

Auditoría del Modelo de Cumplimiento

A lo largo de 2025, cada unidad de negocio de InRetail Perú Corp. realizó una auditoría interna de su Modelo de Cumplimiento. Esta revisión evaluó la implementación y el cumplimiento de nuestros códigos de conducta y sistemas de cumplimiento, asegurando que los lineamientos establecidos se siguieran de manera efectiva.

Adicionalmente, se revisaron los procedimientos de monitoreo y reporte de infracciones para evaluar la efectividad y la integridad del programa de cumplimiento.

Canal de denuncias (ConÉtica)

(GRI 2-16)

Fomentamos una cultura abierta en la que todas las personas se sientan facultadas para expresarse sin temor. **ConÉtica (www.conetica.pe)** es nuestro canal de denuncias seguro, confidencial y anónimo, disponible las 24 horas del día, los 7 días de la semana, para colaboradores, proveedores y público en general.

Todas las denuncias se gestionan de manera confidencial, e InRetail mantiene una política de tolerancia cero frente a las represalias.

Las denuncias se derivan al Comité de Ética de cada unidad de negocio y de InRetail Perú Corp., donde se revisan y gestionan de manera confidencial, y sus resultados se reportan al Gerente General.

Adicionalmente, los grupos de interés pueden contactar directamente a cualquier miembro del Comité de Ética, lo que asegura una respuesta oportuna y efectiva ante inquietudes éticas o de cumplimiento.

ConÉtica también ofrece múltiples canales de denuncia, entre ellos su sitio web (www.conetica.pe), y direcciones de correo electrónico dedicadas:

- Unidad Corporativa InRetail: inretail@conetica.pe
- Food Retail: spsa@conetica.pe
- Pharma: farmaciasperuanas@conetica.pe
- Inkafarma: inkafarma@conetica.pe

- Mifarma: mifarma@conetica.pe
- Distribución Farmacéutica: quicorp@conetica.pe
- Real Plaza: realplaza@conetica.pe
- Línea gratuita: 0-800-7-8323

Nuestro protocolo de respuesta: Tomamos con seriedad cada denuncia. Para asegurar el debido proceso, seguimos un protocolo de investigación estandarizado:

1. **Recepción:** Las denuncias se reciben a través de ConÉtica (web, correo electrónico o línea telefónica).

2. **Clasificación:** Un equipo independiente revisa la denuncia para determinar su verosimilitud y categoriza el riesgo.

3. **Investigación:** El Comité de Ética asigna un investigador y la evidencia se recopila de manera confidencial.

4. **Resolución:** Con base en los hallazgos, el Comité determina las medidas disciplinarias o acciones correctivas pertinentes.

5. **No represalia:** Prohibimos estrictamente las represalias contra cualquier persona que reporte una inquietud de buena fe.

Reporte de incumplimientos (2025):

Categoría	Denuncias recibidas	Incumplimientos confirmados	Acciones correctivas / sanciones
Corrupción o soborno	5	5	Las medidas disciplinarias pueden ir desde una amonestación verbal o escrita hasta la suspensión sin goce de haber o, si se justifica, el despido.
Discriminación o acoso	146	68	Las medidas disciplinarias pueden ir desde una amonestación verbal o escrita hasta la suspensión sin goce de haber o, si se justifica, el despido.
Conflicto de interés	28	11	Las medidas disciplinarias pueden ir desde una amonestación verbal o escrita hasta la suspensión sin goce de haber o, si se justifica, el despido.
Lavado de activos	0	0	-
Otros	0	0	-
Total	179	84	-

La compañía reporta el monto de las multas relacionadas con casos de corrupción y soborno (último ejercicio fiscal): S/ 0

Moneda: S/ Soles

La compañía reporta el número de condenas relacionadas con corrupción y soborno (último ejercicio fiscal): S/ 0

Sanciones por infracciones al Código de Ética

(GRI 205-3) (GRI 418-1) (GRI 2-15)

Tras la investigación y verificación de una infracción reportada, el Comité de Ética, el Gerente General o la autoridad pertinente deben evaluar cuidadosamente los hallazgos para determinar la respuesta adecuada, en línea con nuestras políticas internas y la normativa aplicable. Si se considera necesario el despido del colaborador involucrado, la Gerencia de Recursos Humanos debe actuar con prontitud, ciñéndose a los protocolos internos y a la legislación laboral vigente.

El incumplimiento de nuestro Código de Ética conlleva sanciones proporcionales a la gravedad de la falta, considerando la posición del colaborador, la reincidencia y las circunstancias específicas. Las medidas disciplinarias pueden ir desde una amonestación verbal o escrita hasta una suspensión sin goce de haber o, si corresponde, el despido.

Desempeño Económico

Resultados financieros - Unidades de negocio

(GRI 201-1)

En 2025, la economía peruana continuó recuperándose, con un crecimiento del PBI de 3.4%, tras una expansión de 3.5% en 2024. Este desempeño se atribuyó principalmente a una mayor inversión pública y privada y a una mejora de la confianza empresarial. El consumo privado aumentó progresivamente a lo largo del año, respaldado por una menor inflación y menores tasas de interés, mejores condiciones del crédito de consumo, mayores indicadores de empleo formal y el impacto temporal de los retiros autorizados de fondos de pensiones. La inflación se ubicó en 1.5% en 2025, dentro del rango meta del Banco Central.

Para 2026, se espera que la economía peruana crezca 3.2%, impulsada principalmente por nuevos proyectos en minería, agricultura e infraestructura, así como por la continua recuperación de la demanda interna.

InRetail Perú reportó ingresos por S/ 22,820 millones y un EBITDA de S/ 2,995 millones, lo que refleja una tasa de crecimiento de 5.2% y una ligera disminución de 0.3%, respectivamente, en comparación con 2024.

Nuestra trayectoria en los últimos años evidencia nuestra capacidad para sortear la adversidad, respaldada por:

- Una base de locatarios sólida y diversificada, con énfasis en tiendas ancla
- Locatarios de retail esencial que impulsan tasas de ocupación consistentes
- Riesgo mínimo de concentración de ingresos, con un promedio de 4% de los ingresos totales por centro comercial
- Generación confiable de flujo de caja
- Apalancamiento prudente, con una relación Deuda Neta/EBITDA Ajustado de 3.6x (2025)

InRetail Perú cerró 2025 con más de S/670 millones en efectivo y equivalentes, lo que evidencia una posición de liquidez estable.

Todas las cifras de este reporte incluyen la NIIF 16:

InRetail Perú Corp.	**Al 31 de diciembre** de 2025				
Estado Consolidado de Situación Financiera (en millones de S/.)	**2025**	**2024**	**Var. % 2025-2024**	**2023**	**Var. % 2024- 2023**
Ingresos:					
Food Retail	12,998	12,137	7.1%	11,378	6.7%
Pharma	9,049	8,810	2.7%	8,791	0.2%
Shopping Malls	785	812	-3.4%	763	6.5%
Total de ingresos	**22,820**	**21,683**	**5.2%**	**20,863**	**3.9%**
Costo de ventas:					
Food Retail	-9,957	-9,286	7.2%	-8,681	7.0%
Pharma	-6,106	-5,936	2.9%	-6,020	-1.4%
Shopping Malls	-267	-271	-1.5%	-264	2.8%
Total costo de ventas	**-16,425**	**-15,530**	**5.8%**	**-15,000**	**5.2%**
Utilidad bruta:					
Food Retail	3,041	2,851	6.7%	2,697	5.7%

InRetail Perú Corp.	Al 31 de diciembre de 2025				
Pharma	2,943	2,874	2.4%	2,771	3.7%
Shopping Malls	518	541	-4.3%	499	8.5%
Total utilidad bruta	**6,395**	**6,153**	**3.9%**	**5,863**	**6.3%**
Gastos de administración y ventas	-4,411	-4,111	7.3%	-3,933	4.5%
Otros ingresos (gastos) operativos, neto	-12	88	-	120	-26.7%
Utilidad operativa	**1,971**	**2,129**	**-7.4%**	**2,050**	**3.9%**
Ingresos (gastos) por intereses, neto	-402	-609	-34.0%	-573	6.3%
Gasto por impuesto a la renta	-580	-549	5.5%	-541	1.4%
Utilidad neta	**990**	**971**	**1.9%**	**936**	**3.8%**

Desempeño por segmento

Food Retail

En 2025, los ingresos de nuestro segmento de Food Retail ascendieron a S/12,998 millones, un incremento de 7.1% respecto de 2024, con un crecimiento de ventas en tiendas comparables (same store sales) de 3.4%. El crecimiento también se explicó por nuestra expansión de tiendas, con un incremento neto de +63 mil m² (+9.5%) en área de ventas, que incluye la apertura de 300 tiendas Mass y 2 tiendas plazaVea. En 2025, el EBITDA Ajustado de Food Retail ascendió a S/1,161 millones, un incremento de 0.5% respecto de 2024. El margen EBITDA Ajustado fue de 8.9%, inferior al margen de 9.5% de 2024.

Pharma

El segmento Pharma generó ingresos por S/ 9,049 millones, un incremento de 2.7% en comparación con 2024. El EBITDA Ajustado del segmento alcanzó S/ 1,530 millones, lo que representa un incremento de 3.9% respecto de 2024. El margen EBITDA ajustado mejoró a 16.9%, frente a 16.7% del año anterior, impulsado por la mejora del margen bruto. La continua dilución de los costos fijos, pese a los gastos operativos incrementales derivados de la apertura de nuevas farmacias.

Shopping Malls

Los ingresos del segmento ascendieron a S/ 785 millones, lo que representa una reducción de 3.4% en comparación con 2024. El EBITDA Ajustado del segmento alcanzó S/ 424 millones, lo que refleja una contracción de 15.4% frente a 2024. El margen EBITDA ajustado se ubicó en 72.8%, desde 82.6% en 2024, principalmente debido a los impactos del evento de Trujillo.

Valor generado y distribuido

(GRI 2-19) (GRI 201-1) (GRI 203-1)

El valor económico generado y distribuido a nuestra cadena de valor se detalla a continuación (en millones de S/):

Categoría	Descripción	Monto (en millones de S/)
Valor económico directo creado (VEC)		**22,981**
a) Ingresos	Ingresos operativos, otros ingresos no operativos, ingresos financieros	22,981
Valor económico distribuido (VED)		**21,990**
b) Gastos operativos	Costo de ventas, gastos de ventas, gastos administrativos, otros costos distintos del costo de ventas y otros gastos que no representan desembolso	17,865
c) Salarios y beneficios sociales de los colaboradores	Gastos de personal	1,611
d) Pagos a proveedores de fondos	Gastos financieros, pago de dividendos	986
e) Pagos al gobierno	Impuestos, impuesto a la renta corriente, impuestos relacionados con entidades de propósito especial	668
f) Inversiones en la comunidad	Aportes en efectivo, tiempo de voluntariado de los colaboradores, donaciones en especie, otros	74
g) Depreciación, amortización, provisiones y otros	Depreciación y amortización, incluidos los activos por derecho de uso, desvalorización de inventarios, provisiones de cuentas por cobrar, otros	786
Valor económico retenido (VER)		**991**

Política tributaria e impuestos pagados en 2025

(GRI 201-4) (GRI 207-1) (GRI 207-2)

InRetail está comprometida con mantener prácticas tributarias responsables y eficaces, guiadas por una Política Tributaria Corporativa que prioriza la transparencia, la claridad, el orden y la consistencia. A continuación se presenta una tabla con los impuestos pagados por cada unidad de negocio. Todos los pagos de impuestos se realizaron en el Perú.

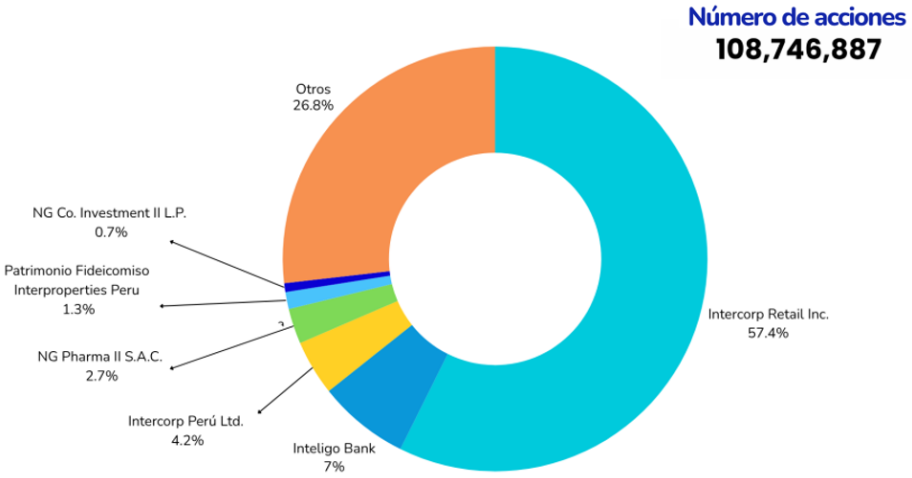
Unidad de negocio	Actividad principal	Entidad	Ingresos	Utilidad antes de impuestos	Impuesto a la renta devengado en el año	Impuesto a la Renta e Impuesto General a las Ventas (IGV) pagados
Food Retail	Retail	Supermercados Peruanos y subsidiarias	12,998	503	176	251
Pharma	Comercialización de productos farmacéuticos y otros artículos relacionados con la recuperación y el cuidado de la salud	InRetail Pharma	9,049	997	316	317
Shopping Malls	Operación de centros comerciales	Real Plaza	785	245	65	26

Valor generado para los inversionistas

En atención a lo solicitado por la Bolsa de Valores de Lima (BVL), presentamos la estructura accionaria de InRetail. Es importante destacar que ninguna entidad gubernamental ni miembro del gobierno peruano posee acciones de la compañía.

Al 31 de diciembre de 2025, el 67% de las acciones emitidas de InRetail era de propiedad de empresas del mismo grupo económico, lo que refleja la solidez y estabilidad de nuestra estructura corporativa.

Principales accionistas



Accionista	Participación
Intercorp Retail Inc.	57.36%
Inteligo Bank	6.96%
Intercorp Perú Ltd.	4.20%
NG Pharma II S.A.C.	2.69%
Patrimonio Fideicomiso Interproperties Peru	1.29%
NG Co. Investment II L.P.	0.67%
Otros	26.83%
Total	**100.00%**

Número de acciones = 108,746,887

Acciones con derecho a voto

Tenencia	Porcentaje de participación	Número de accionistas
Menor al 1%	15.15%	Número indeterminado
Entre 1% y 5%	22.00%	8
Entre 5% y 10%	6.80%	1
Mayor al 10%	56.05%	1
Total	**100%**	**Número indeterminado**

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

Estructura accionaria por tipo de inversionista	N° de acciones	N° de tenedores	% de participación
1.- Miembros del directorio y de la plana gerencial de la sociedad, incluidos sus parientes	4,070	2	0.00%
2.- Trabajadores de la sociedad, no comprendidos en el numeral 1	-	-	-
3.- Personas naturales, no comprendidas en los numerales 1 y 2	1,343,001	2,970	1.23%
4.- Fondos de pensiones administrados por Administradoras de Fondos de Pensiones bajo la supervisión de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP	18,002,228	11	16.55%
5.- Fondo de pensiones administrado por la Oficina de Normalización Previsional (ONP)	-	-	-
6.- Entidades del Estado Peruano, excepto el caso comprendido en el numeral 5 siguiente	-	-	-
7.- Bancos, financieras, cajas municipales, entidades de desarrollo de la pequeña y microempresa (EDPYME), cajas rurales y cooperativas de ahorro y crédito	5,318	1	0.00%
8.- Compañías de seguros bajo la supervisión de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP	774,979	2	0.71%
9.- Agentes de intermediación, bajo la supervisión de la SMV	7,134	3	0.01%
10.- Fondos de inversión, fondos mutuos y patrimonios fideicometidos	418,818	13	0.39%
11.- Patrimonios autónomos y fideicomisos bancarios del exterior, en la medida en que puedan identificarse	1,957,001	32	1.80%
12.- Custodios extranjeros que figuren como titulares de acciones bajo un programa de ADR o ADS	-	-	-
13.- Depositarios y custodios extranjeros que figuren como titulares de acciones	7,394,889	1	6.80%
14.- Fiduciarios extranjeros que figuren como titulares de acciones	7,087,791	2	6.52%
15.- Entidades no comprendidas en los numerales 2 y 4 anteriores	71,751,658	23	65.98%
16.- Acciones pertenecientes al Índice S&P/BVL Peru Select o valores representativos de dichas acciones, en la cartera de la sociedad	-	-	-
Total	**108,746,887**	**3,060**	**100.00%**

Tenencias por residencia

Tenencias de los accionistas según su residencia	N° de acciones	N° de tenedores	% de participación
Domiciliados	23,045,448	3,001	21.19%
No domiciliados	85,701,439	59	78.81%
Total	**108,746,887**	**3,060**	**100.00%**

Innovación y Transformación Digital

En 2025, la estrategia digital de InRetail pasó de una rápida expansión a la consolidación y a una gobernanza más sólida. El enfoque estuvo en mejorar la rentabilidad del ecosistema e integrar la Inteligencia Artificial (IA) de manera responsable, respaldada por estándares éticos claros, gestión de riesgos y prácticas robustas de ciberseguridad.

Ciberseguridad y Seguridad de la Información

Política corporativa y gobernanza

En InRetail Perú Corp., la estrategia de ciberseguridad se basa en un modelo de madurez corporativo alineado con los estándares ISO 27001, los lineamientos del NIST y la normativa peruana, incluida la Ley N° 29733 de Protección de Datos Personales. Este marco proporciona un enfoque estructurado para proteger los activos de información y gestionar los riesgos de ciberseguridad en toda la organización.

La gobernanza de la ciberseguridad es liderada por la Vicepresidencia Corporativa de Tecnologías de la Información, a cargo de Trinidad Camarasa, y gestionada por el Jefe de Ciberseguridad, Francisco Castillo. En conjunto, aseguran que los controles técnicos y las iniciativas de seguridad estén alineados con los objetivos del negocio, los requisitos regulatorios y las mejores prácticas internacionales.

En 2025, InRetail fortaleció su gobernanza con la aprobación de la Política de Seguridad para el Uso de IA (PT007), que establece protocolos para gestionar los riesgos asociados a las tecnologías emergentes. Esta política se aplica a colaboradores, terceros, proveedores y socios, asegurando que la protección de datos se mantenga como un principio central en las operaciones y relaciones comerciales.

Para mantener altos estándares de privacidad, aplicamos una Política de Seguridad para Proveedores, que asegura que los datos personales tratados por terceros se gestionen con el mismo nivel de rigor.

Las prácticas de ciberseguridad se evalúan periódicamente mediante revisiones internas trimestrales y auditorías externas de los controles generales de TI, lo que respalda la mejora continua de nuestra postura de ciberseguridad.

Ejecución operativa

Para asegurar que los controles de ciberseguridad se implementen a nivel operativo, cada unidad de negocio cuenta con el apoyo de un Oficial de Seguridad de la Información del Negocio (BISO). Los BISO son responsables de implementar las políticas corporativas de seguridad y desplegar herramientas de seguridad adaptadas a los riesgos específicos y a las necesidades operativas de cada unidad de negocio, en alineación con el marco corporativo de ciberseguridad.

Gestión y supervisión de incidentes

InRetail Perú Corp. sigue Políticas de Gestión de Incidentes de Seguridad de la Información que definen roles, responsabilidades y procedimientos de escalamiento. Los colaboradores deben reportar los incidentes a través de la mesa de ayuda o directamente al equipo de TI y ciberseguridad, lo que asegura una respuesta y mitigación oportunas.

Para fortalecer las defensas frente a las amenazas cibernéticas, InRetail implementó diversas iniciativas para proteger la integridad y la confidencialidad de los datos, entre ellas:

- Un modelo de madurez de ciberseguridad para evaluar los niveles de riesgo en las unidades de negocio

- Servicios de ciber vigilancia para la detección de amenazas
- Capacitación especializada en Hacking Ético y Ciberseguridad
- Despliegue de herramientas de detección y respuesta, como soluciones de Endpoint Detection and Response (EDR)

Cada unidad de negocio sigue un proceso estructurado de gestión de incidentes, lo que asegura la rendición de cuentas en todos los niveles. Los colaboradores actúan como primera línea de defensa y se les incentiva a reportar incidentes a través de los canales establecidos. Una vez reportado un incidente, el equipo de ciberseguridad evalúa, investiga y resuelve el problema.

A nivel del Directorio, la Sra. Mariela García, miembro independiente del Comité de Auditoría, supervisa los asuntos de ciberseguridad. Su experiencia en gestión de riesgos y ciberseguridad, junto con su rol como CEO del Grupo Ferreycorp, contribuye a fortalecer el marco de gobernanza.

El Comité de Auditoría, junto con el Vicepresidente Corporativo de Tecnologías de la Información, asegura que las políticas de seguridad, los marcos de gobernanza y los modelos de madurez estén alineados con los objetivos estratégicos de la compañía y con los requisitos regulatorios.

Los planes de acción de ciberseguridad son revisados periódicamente por el Directorio, mientras que los incidentes de ciberseguridad son monitoreados por el Comité de Auditoría, lo que asegura una supervisión adecuada tanto a nivel estratégico como operativo.

Mejora continua y cumplimiento

En InRetail Perú Corp. utilizamos Planes de Continuidad del Negocio (BCP) para asegurar la resiliencia frente a amenazas cibernéticas, interrupciones de sistemas y otros incidentes relacionados con TI. Estos planes incluyen Objetivos de Tiempo de Recuperación (RTO), protocolos de respaldo, sistemas de comunicación alternativos y la priorización de procesos críticos, en particular en comercio electrónico, servicios farmacéuticos y operaciones de la cadena de suministro.

Nuestros BCP se revisan, actualizan y alinean periódicamente con estándares internacionales como el marco del NIST.

Proceso de escalamiento para el reporte de incidentes por parte de los colaboradores

Nuestras Políticas de Gestión de Incidentes definen las responsabilidades de los grupos de interés y los procedimientos de escalamiento. En 2025, actualizamos nuestros protocolos para abordar los riesgos relacionados con la IA Generativa, como el envenenamiento de datos (data poisoning) y la inyección de instrucciones (prompt injection).

- **Proceso de escalamiento:** Los colaboradores deben reportar a segurinfo@intercorpretail.pe o a la mesa de ayuda.
- **Protocolo de respuesta:** Una vez reportado, el Equipo de Ciberseguridad evalúa, contiene, investiga y resuelve el incidente, y lo escala al Comité de Crisis cuando es necesario. Este proceso asegura una respuesta oportuna, una mitigación efectiva y resiliencia digital.

Sanciones

El incumplimiento de las medidas de seguridad de la información puede dar lugar a acciones disciplinarias orientadas a corregir la conducta. Según la gravedad de la infracción, las consecuencias pueden incluir suspensiones sin goce de haber o, en casos extremos, la terminación del vínculo laboral.

Avances

En 2025, transformamos nuestra estrategia de ciberseguridad, pasando de un enfoque principalmente defensivo a una gestión proactiva de riesgos. Sobre la base de los fundamentos OWASP establecidos en años anteriores, fortalecimos nuestra estrategia de gestión de vulnerabilidades mediante la incorporación de ejercicios de Red Team y pruebas de penetración continuas (Pentesting) en nuestra infraestructura crítica.

Asimismo, implementamos una Verificación de Riesgos de Ciberseguridad obligatoria para todas las iniciativas digitales y de IA, que asegura que los nuevos despliegues cumplan nuestros principios de Seguridad desde el Diseño (Security by Design) antes de su lanzamiento.

Cobertura de Hacking Ético y evaluación de vulnerabilidades

Unidad de negocio	Ciclos de Hacking Ético / Pentesting (2025)
Food Retail	Mínimo 1 vez al año / bajo demanda según sea necesario
Pharma	Mínimo 1 vez al año / bajo demanda según sea necesario
Shopping Malls	Mínimo 1 vez al año / bajo demanda según sea necesario
Servicios Digitales y Financieros	Mínimo 1 vez al año / bajo demanda según sea necesario
Total de auditorías integrales	Mínimo 4 veces al año / bajo demanda según sea necesario

Implementación del CyberSOC

CyberSOC es un servicio de monitoreo de amenazas cibernéticas 24/7. Esta iniciativa ha fortalecido significativamente nuestras capacidades de detección y respuesta, al incrementar nuestra tasa de respuesta a alertas cibernéticas de 80% a 100%.

Asimismo, establecimos nuevas métricas de gestión y hojas de ruta de mejora continua para fortalecer aún más nuestros marcos de gestión de incidentes.

Marco de Seguridad de la Información y Ciberseguridad:

Desarrollamos el "IRSP - InRetail Security Program" (Programa de Seguridad de InRetail) para reducir los riesgos digitales. Este programa incluye aproximadamente 33 controles de seguridad alineados con el Standard of Good Practice (SOGP) del Information Security Forum (ISF).

Asimismo, incorpora los principales estándares globales, entre ellos ISO/IEC 27002, el NIST Cybersecurity Framework y la CSA Cloud Control Matrix, para asegurar una arquitectura de seguridad resiliente y adaptable. Este marco se implementó en 2025.

Marco de control interno y externo de TI

Para fortalecer la gobernanza de TI y la gestión de riesgos, establecimos un conjunto de controles generales para evaluar el diseño, la implementación y la efectividad de los procesos críticos de TI. Este marco abarca los riesgos de TI, con foco en la disponibilidad operativa y en la mitigación **de amenazas cibernéticas**. Desarrollada en colaboración con el equipo de Auditoría Interna, esta iniciativa mejora nuestro entorno general de control interno.

Si bien la política en su conjunto no está sujeta a una auditoría externa, Ernst & Young (EY) realiza dos revisiones anuales para evaluar el cumplimiento de los Controles Generales de TI (GITC) relacionados con los sistemas que respaldan la información financiera. Estas revisiones abarcan dominios clave, entre ellos la Gestión de Accesos de Usuarios, la Gestión de Cambios y la Planificación de TI.

Capacitación en concientización sobre seguridad

En InRetail Perú Corp. brindamos capacitación en ciberseguridad a todo el personal administrativo a través de la plataforma WeConnect 2.0. En 2025, actualizamos el plan de estudios para incluir un curso obligatorio sobre Ética de la IA y la Ley N° 31814, asegurando que los colaboradores comprendan sus responsabilidades en materia de privacidad de datos e inteligencia artificial.

Para fortalecer aún más la preparación, realizamos simulaciones trimestrales de concientización en ciberseguridad para evaluar la respuesta de los colaboradores ante amenazas potenciales. Los resultados, junto con la culminación de la capacitación obligatoria, se registran a través de nuestra plataforma Oracle HR y se incorporan en las evaluaciones de desempeño de los colaboradores.

Asimismo, mejoramos nuestro Plan Integral de Respuesta, optimizando los manuales de actuación (playbooks) para amenazas comunes como el phishing, el ransomware y las filtraciones de datos, tanto en entornos en la nube como locales (on-premises).

Brechas de seguridad de la información

| 2024 | 0 |

| 2025 | 1 |

Certificación y seguridad en la nube

Mantenemos el **99%** de nuestros datos en servidores alojados por socios tecnológicos líderes (Google, Amazon y Microsoft), todos ellos certificados bajo el **estándar ISO 27001**. Internamente, gestionamos nuestra postura de seguridad mediante un **Modelo de Madurez Corporativo** inspirado en los marcos ISO 27001 y NIST.

Política de Privacidad de Datos de Clientes

Además de nuestros estándares corporativos de privacidad, elaboramos una **Política de Seguridad para Proveedores** para asegurar que cualquier dato personal tratado por terceros se gestione con el mismo nivel de rigor y protección. Cada

unidad de negocio mantiene políticas de privacidad de datos adaptadas a sus operaciones, que se encuentran disponibles públicamente en los sitios web de nuestras marcas.

En 2025, alineamos nuestro marco de privacidad con la nueva **Ley peruana de Inteligencia Artificial (Ley N° 31814)** y su reglamento. Nuestros equipos Legal y de Ciberseguridad lideraron un proceso estructurado de adaptación, actualizando los protocolos internos para mejorar la **transparencia en la toma de decisiones algorítmicas** y salvaguardar los derechos de los usuarios en el contexto del tratamiento automatizado de datos.

Enlaces a las políticas de privacidad:

- **plazaVea:** Política de Privacidad y Derechos ARCO
- **Vivanda:** Política de Privacidad
- **Makro:** Política de Privacidad
- **Inkafarma:** Política de Privacidad
- **Mifarma:** Política de Privacidad y Derechos ARCO
- **Real Plaza:** Política de Protección de Datos Personales

En 2025, continuamos priorizando el uso responsable de los datos de los clientes. Las comunicaciones de marketing, incluidas las promociones y la información sobre eventos, se envían exclusivamente a usuarios registrados que han otorgado su consentimiento explícito.

Para fortalecer la protección de datos y mantener la confianza de los usuarios en el contexto de una creciente adopción de la IA, introdujimos medidas adicionales de transparencia. El etiquetado de los contenidos e interacciones generados mediante Inteligencia Artificial se encuentra actualmente en proceso, con el objetivo de asegurar que los clientes estén informados sobre la naturaleza de su interacción. No utilizamos la información de los clientes para fines secundarios no autorizados.

En 2025, no registramos reclamos fundamentados de clientes relacionados con la privacidad de sus datos.

Inteligencia Artificial

Adopción de una visión estratégica y responsable sobre la IA

En 2025, adoptamos un conjunto de lineamientos orientados al uso responsable de la Inteligencia Artificial, aprobados por el Vicepresidente de Negocios Digitales y el Director de Seguridad de la Información (CISO), Francisco Castillo:

1. Lineamientos de Inteligencia Artificial: establecen los principios éticos y el marco de gobernanza para el desarrollo y uso de tecnologías de IA, así como las salvaguardas técnicas, los protocolos de gestión de riesgos y los requisitos de protección de datos aplicables a todos los sistemas de IA.

Estos lineamientos establecen estándares recomendados para la supervisión humana en aplicaciones de IA de alto riesgo, la transparencia en los procesos de toma de decisiones automatizadas y medidas para prevenir sesgos discriminatorios y el uso indebido de la propiedad intelectual.

La IA se aplica en ámbitos en los que aporta un valor claro, entre ellos marketing, fijación de precios, aseguramiento de la calidad y mejoras en los procesos de pago en general. Las principales métricas de desempeño incluyen la reducción de los tiempos operativos, el incremento del número de procesos automatizados, el aumento del número de campañas de marketing, la mejora de la precisión de los datos de precios y el incremento de la eficiencia interna en general. En 2026, el foco de los nuevos proyectos se centrará en la optimización de la cadena de suministro y la experiencia del cliente.

Nuestros lineamientos ponen en práctica un sólido marco ético diseñado para salvaguardar la confianza de los grupos de interés y mitigar los riesgos digitales. Mediante la incorporación de controles específicos a lo largo del ciclo de vida del desarrollo de la IA, aplicamos los siguientes estándares:

- Transparencia y marketing responsable: De conformidad con el Artículo 5.13, el contenido generado por IA utilizado con fines de marketing se orienta a ser identificado, lo que permite a los usuarios distinguir entre interacciones humanas y automatizadas. Esta medida contribuye a prevenir comunicaciones engañosas y refuerza la confianza.
- Prevención de sesgos y equidad: Conforme a lo establecido en los Artículos 5.7 y 5.8, los algoritmos están destinados a someterse a procesos de validación permanentes. Los equipos de Datos y Analítica son responsables de auditar los modelos para identificar y mitigar sesgos discriminatorios, contribuyendo a asegurar que los procesos de segmentación y puntuación (scoring) se mantengan justos, objetivos y representativos. Este marco se complementa con auditorías de sesgo y cumplimiento para los modelos que pueden impactar a los clientes, incluido el uso de socios externos especializados cuando corresponde. InRetail también está incorporando indicadores de IA

responsable en su marco de monitoreo, incluido el seguimiento de incidentes de IA en producción relacionados con la privacidad y el sesgo algorítmico

- Supervisión humana: En coherencia con los principios de gobernanza "Human in the Loop" (humano en el circuito), las aplicaciones de IA de alto riesgo deben estar sujetas a supervisión humana. Las decisiones generadas a través de estos sistemas se revisan y validan antes de que afecten a clientes o colaboradores.
- Privacidad y protección de datos: Las salvaguardas de privacidad están integradas a lo largo del ciclo de vida de la IA. Los datos de entrenamiento se anonimizan y se implementan estrictos controles de acceso para prevenir el acceso no autorizado o el uso indebido de la información personal, incluso en los modelos de IA generativa.
- Ciberseguridad de la IA: InRetail complementa su Política de Seguridad de la IA con una hoja de ruta de ciberseguridad específica, diseñada para reducir la exposición a fugas de datos, intrusiones y ciberataques asociados a la IA. Durante 2025, los hitos clave incluyeron la implementación de políticas, procedimientos y campañas de concientización sobre IA; el despliegue de capacidades de EDR para mejorar la visibilidad sobre el uso de la IA; y mecanismos de detección y análisis de comportamiento. La hoja de ruta continúa en 2026 con herramientas mejoradas de protección de datos y de prevención de pérdida de datos.
- Evaluación de riesgos de IA: Las iniciativas de IA están sujetas a una evaluación continua de riesgos a nivel de proyecto que abarca la ciberseguridad y los posibles impactos financieros, legales y regulatorios.

Gobernanza de la IA

Para alinearse con la Ley peruana de Inteligencia Artificial (Ley N° 31814), InRetail estableció en 2025 un marco de gobernanza de la IA, que evolucionó en 2026 para enfocarse en economías de escala a nivel de plataforma. Este marco respalda el uso responsable, ético y orientado al valor de la Inteligencia Artificial en toda la organización, definiendo estructuras claras de rendición de cuentas, promoviendo la alineación con la estrategia del negocio y asegurando el cumplimiento de todos los requisitos legales, éticos y de protección de datos aplicables.

La estructura de gobernanza de la IA es supervisada por el liderazgo ejecutivo y cuenta con el apoyo de equipos operativos responsables de implementar las iniciativas de IA. La estructura incluye:

Directorio: Realiza la revisión estratégica, valida la ambición de la compañía y evalúa los resultados con periodicidad semestral.

Comité de IA de Intercorp Retail: Supervisa los esfuerzos de IA mediante reuniones mensuales y toma decisiones sobre las iniciativas entre las sesiones del directorio.

Cross Platform Champions (referentes transversales de plataforma): Incorporada en 2026, esta instancia está conformada por ocho referentes de dominios funcionales clave (Marketing, Finanzas, Operaciones, Comercial, Abastecimiento, Servicio al Cliente, RR. HH. y Legal). Son responsables de impulsar iniciativas estratégicas transversales al holding.

Líderes de IA de las unidades de negocio: Seis Líderes de IA, uno por cada unidad de negocio (SPSA, Promart, FAPE, Oechsle, Real Plaza y SIP), son responsables de ejecutar las iniciativas de IA y asegurar su alineación con la estrategia corporativa a nivel operativo.

Todo el modelo de gobernanza se apoya en funciones habilitadoras clave, entre ellas Tecnología, Datos, Ciberseguridad y Legal, para asegurar una implementación robusta y segura.

Nivel de gobernanza	Roles clave y representantes
Comité de IA	Supervisión general
Liderazgo ejecutivo	Líder de la Plataforma de IA
Ejecución operativa (Cross Platform Champions)	• Legal • Marketing • Comercial • RR. HH. • Finanzas • Abastecimiento • Servicio al Cliente • Operaciones y Procesos
Ejecución operativa (Líderes de IA de las unidades de negocio)	• Líder de Food Retail • Líder de Pharma • Líder de Real Plaza
Habilitadores / patrocinadores transversales de plataforma	• Datos • Legal • Tecnología • Ciberseguridad

Objetivos y áreas de enfoque:

La estructura de gobernanza de la IA se enfoca en los siguientes objetivos clave y áreas de acción:

Áreas de enfoque	Objetivos
Social	• **Gestión del talento:** Promover la capacitación y el desarrollo de habilidades para fortalecer las capacidades internas de IA. • Medición del desempeño: Seguimiento del impacto y del retorno de la inversión (ROI) de las iniciativas de IA.
Ambiental	• **Despliegue de casos de uso:** Implementar casos de uso de IA adaptados a las necesidades de cada unidad de negocio.
Gobernanza	• **Alineamiento estratégico:** Asegurar la coherencia entre las iniciativas de IA y la estrategia de la Plataforma Retail y del negocio. **Hojas de ruta de tecnología y datos:** Definir prioridades y estándares para las tecnologías relacionadas con la IA y la gestión de datos. • **Gestión de riesgos y ética:** Asegurar el uso ético de la IA, la protección de la privacidad de los datos y el cumplimiento de los requisitos regulatorios. • **Supervisión continua:** Revisión periódica de las iniciativas para asegurar la coordinación entre los equipos de Negocio, Tecnología y Datos.

Capacitación y concientización en IA: En 2025, InRetail implementó un programa transversal de capacitación en IA para distintos perfiles de colaboradores. Las iniciativas incluyeron una AI Summit, talleres prácticos de IA, una hackatón, mentoría inversa y un curso asincrónico sobre el uso ético de la IA.

El curso de IA Ética alcanzó a 4,010 colaboradores, lo que representa una tasa de participación del 94%. En 2026, fortalecimos aún más las capacidades de IA mediante nuestro programa Boost IA, con la capacitación de 1,000 colaboradores en el uso práctico de la IA generativa. El programa abarcó capacidades clave como la redacción de instrucciones (prompts), los agentes de IA, la generación de imágenes y las presentaciones asistidas por IA, lo que permitió a los colaboradores aplicar las herramientas de IA de manera eficaz y responsable en su trabajo diario.

En 2026, InRetail amplió significativamente sus iniciativas de cultura, capacitación y concientización en IA para acelerar la adopción a nivel de toda la empresa, el desarrollo de habilidades y el uso responsable

de la IA. Para 2026, la organización ha establecido una meta clara de alcanzar a 6,000 colaboradores de todas las unidades de negocio mediante una estrategia integral de habilitación en varios niveles:

- Boost AI: Programa estratégico de habilitación desarrollado en alianza con Google Gemini Enterprise para impulsar la productividad y la adopción de herramientas avanzadas en roles clave.
- AI Talks y mentoría inversa: Foros de intercambio de conocimientos y sesiones de mentoría intergeneracional diseñados para democratizar el conocimiento sobre IA, compartir buenas prácticas y fomentar el involucramiento del liderazgo.
- IR Academy e IA para el nivel ejecutivo: Rutas de desarrollo de habilidades a la medida, que van desde un aprendizaje fundamental amplio en IR Academy hasta programas de toma de decisiones estratégicas y gobernanza para la alta dirección (C-suite) y el liderazgo ejecutivo.
- IR Automators con IA: Programas aplicados de automatización de flujos de trabajo que empoderan a los equipos internos para diseñar, construir y optimizar procesos de negocio mediante IA.
- Alfabetización en IA y conciencia sobre riesgos: Programas fundamentales de habilitación que comprenden cursos asincrónicos sobre Ciberseguridad y Protección de Datos, boletines corporativos quincenales y contenidos seleccionados de la industria para asegurar el cumplimiento y el uso ético de la IA.

Para 2026, se asignarán cross platform champions a 8 áreas estratégicas clave: Comercial, Finanzas, Abastecimiento, Servicio al Cliente, Procesos, Marketing, Legal y Recursos Humanos, adicionalmente a los Líderes de IA.

Portafolio de iniciativas de IA 2025

En 2025, InRetail evaluó 39 iniciativas de IA para analizar su viabilidad, escalabilidad e impacto potencial en el negocio. Como resultado, 10 proyectos de IA fueron aprobados e implementados; 9 se encuentran en proceso de construcción; 8 continúan en evaluación, mientras que 12 fueron despriorizados, con foco en las iniciativas que respaldan la eficiencia operativa, la conversión digital, y la mejora de la experiencia del cliente.

En 2026, InRetail gestionó activamente un portafolio de 61 iniciativas de IA, de las cuales 4 fueron despriorizadas mediante nuestros mecanismos de gobernanza y evaluación de valor, lo que dio como resultado 57 iniciativas activas. Para maximizar el alineamiento estratégico, las sinergias entre negocios y el impacto operativo, estas iniciativas se clasifican en cuatro dominios de negocio clave:

Área de enfoque estratégico	Número de iniciativas	Descripción / alcance
Back Office	24	Automatización y mejora de la eficiencia en las funciones corporativas de soporte (Finanzas, RR. HH., Legal, Cadena de Suministro y Operaciones).
Capacidades centrales (Core)	23	Infraestructura de datos fundamental, escalabilidad de la plataforma, modelos predictivos y capacidades de IA a nivel de toda la empresa.
Front Office	9	Soluciones orientadas al cliente, experiencia personalizada, inteligencia comercial y optimización del marketing.
Productos y Servicios	1	Integración directa de capacidades de IA en los productos entregados al cliente y en las propuestas de valor digitales.
Total de iniciativas activas	57	Portafolio total en ejecución en todas las unidades de negocio.

Food Retail

En la división de Food Retail (plazaVea, Vivanda, Makro y Mass), la IA cumple un rol central en el avance de las capacidades de transformación digital y personalización. La hoja de ruta 2025 incluyó iniciativas como:

- Automatización de contenidos, mediante modelos de lenguaje de gran tamaño (LLM) alojados localmente para optimizar el SEO de las páginas de productos y mejorar la visibilidad en los motores de búsqueda.
- Generación de imágenes basada en IA, orientada a reducir los costos de fotografía asociados a los catálogos de productos.
- Motores de recomendación de productos para el comercio electrónico, diseñados para incrementar el involucramiento de los clientes y las tasas de conversión.
- Herramientas de segmentación de clientes que permiten estrategias de marketing más precisas y basadas en datos en todas las marcas.
- Modelos de recomendación de cupones dirigidos que respaldan la personalización dentro del programa de fidelización de Vivanda.

Caso destacado: IA de Control Operativo (POC) - Reconocimiento facial

Proyecto	IA de Control Operativo (POC) - Reconocimiento facial
Objetivo	Implementar una solución integral de seguridad basada en IA para plazaVea que permita la detección y el reconocimiento facial en tiempo real para: • Respaldar los esfuerzos de prevención de pérdidas • Reducir los tiempos de respuesta ante eventos críticos • Optimizar los costos operativos de seguridad a largo plazo.
Solución	• Plataforma de reconocimiento facial en tiempo real desplegada mediante una arquitectura de procesamiento en el borde (edge) para reducir la latencia. • Motor de alertas en vivo, que genera alertas automáticas para los operadores de tienda. • Panel de gestión centralizado para el monitoreo de eventos y la gestión de incidentes.
	• Arquitectura técnica definida, que abarca los requisitos de hardware, software y operación.
KPI y metas	• 100% de precisión en el reconocimiento facial (validado en piloto). • Tiempo de detección < 4 segundos desde el ingreso al campo visual. • Reducción del tiempo de respuesta operativa mediante alertas en tiempo real.

Caso destacado: IA para el control de calidad de frutas y verduras

Proyecto	IA para el control de calidad de frutas y verduras
Objetivo	Automatizar el control de calidad mediante IA y visión por computadora para reducir los tiempos de inspección, minimizar los errores manuales e incrementar la cobertura de muestreo en el Centro de Distribución.
Solución	• **Sistema Veria-Cloud:** Inspección automatizada mediante visión por computadora e IA. • **Plataforma de clasificación de defectos:** Almacenamiento de imágenes, panel de monitoreo e indicadores de precisión. • **Proceso:** Detección automatizada de defectos en la recepción de frutas y verduras.
KPI y metas	• **Automatización:** Automatizar el control del 40% del volumen de frutas y verduras. • **Muestreo:** Duplicar el tamaño de la muestra del 10% al 20%. • **Velocidad:** Reducir el tiempo de control de defectos en 66% (de 120 min a 40 min para 3-4 SKU). • **Precisión:** Mejorar la exactitud de la clasificación al 99%.

División de Food Retail

Nuestra división de Food Retail (plazaVea, Vivanda, Makro y Mass) aprovecha la IA para mejorar la conversión comercial, optimizar las operaciones de la cadena de suministro, automatizar el mantenimiento de tiendas y escalar la producción de marketing:

- **Comercio conversacional B2B y cotizaciones en tiempo real (Makro):** Despliegue en producción de motores de cotización automatizados y agentes de venta conversacionales en WhatsApp (mediante Agentforce) que entregan propuestas comerciales instantáneas y atención personalizada al cliente.
- **Despacho operativo de emergencias y cumplimiento legal:** Enrutamiento automatizado del mantenimiento de tiendas que agiliza la gestión de emergencias sin depender de un call center, junto con agentes automatizados de notificaciones legales que clasifican las notificaciones entrantes para evitar sanciones regulatorias.
- **Auditoría integral de precios y góndolas en tienda:** Ecosistemas de aplicaciones móviles que permiten a los equipos de tienda registrar y auditar los precios en góndola frente a las bases de datos centrales, automatizando la detección de discrepancias en las distintas cadenas de supermercados.
- **Ecosistema de marketing multiagente (Mara 2.0 y SuperAgente):** Arquitecturas multiagente avanzadas que transforman segmentos predictivos de clientes en campañas omnicanal completas y listas para lanzar (audiencias, redacción publicitaria y piezas creativas dinámicas), con seguimiento de KPI de desempeño en tiempo real.
- **Gestión inteligente de categorías y auditorías del formato de descuento (CATMAN y AUDITx):** Modelos predictivos y basados en reglas que optimizan la permanencia de SKU en góndola, integrados con listas de verificación de auditoría digital automatizadas adaptadas a nuestra red de tiendas de descuento (Mass).

Pharma

En 2025, la unidad de Pharma aprovechó la IA para mejorar la eficiencia operativa y la inteligencia comercial. La estrategia se enfocó en automatizar procesos complejos de back office, en particular la Gestión de Convenios y el procesamiento de Facturas de Tienda, lo que contribuyó a reducir la carga de trabajo manual y minimizar los errores.

Al mismo tiempo, se implementaron herramientas de IA para acelerar la resolución de reclamos posventa y mejorar el desempeño en tienda mediante analítica de video para medir el tránsito de clientes y las tasas de conversión.

Caso destacado: IA para la Gestión de Convenios

Proyecto	IA para la Gestión de Convenios
Objetivo	Agilizar el proceso de soporte del negocio de Convenios, incluida la validación de las recetas médicas recibidas en tiendas, la auditoría de las condiciones de los convenios y la cobranza.
Solución	• **Fase 1 (Validación):** Algoritmo de IA para la validación de documentos. • **Fase 2 (Auditoría):** Agente de IA para la auditoría de recetas y la generación de data frames. • **Microservicios:** Integración con el sistema de gestión de convenios.
KPI y metas	• **Velocidad del proceso:** Reducción del plazo de 47 días a 12 días (implementación de la Fase 1).

División de Pharma

Nuestra unidad de negocio de Pharma enfoca su hoja de ruta de IA en la integridad financiera, la eficiencia de la red de farmacias, la inteligencia competitiva y la mitigación de riesgos regulatorios en toda su presencia a nivel nacional:

- **Controles automatizados de integridad financiera y auditoría (Ghost Payment y facturación B2B):** Motores de conciliación basados en IA escalados en producción que contrastan automáticamente el 100% de los desembolsos bancarios mensuales (~2,900 pagos/mes) con los registros de compensación de SAP, junto con la validación automatizada de las facturas de crédito B2B para eliminar brechas de auditoría y la carga manual.
- **Programación inteligente de la fuerza laboral y de turnos:** Despliegue de modelos algorítmicos de planificación de turnos para técnicos farmacéuticos y agentes de call center, que optimizan la cobertura de personal en miles de farmacias según los picos de demanda.
- **Inteligencia de precios en tiempo real y benchmarking competitivo:** Implementación del monitoreo automatizado de la competencia, web scraping de comercio electrónico y algoritmos de aprendizaje automático de elasticidad-precio para proteger los márgenes e impulsar estrategias de precios dinámicos.
- **Optimización de la cadena de suministro y pronóstico de importaciones:** Asignación inteligente de ubicaciones en almacén (Centro de Distribución Punta Negra), bots automatizados de soporte logístico y modelos predictivos que pronostican la demanda de importaciones con base en la estacionalidad y los plazos de entrega para minimizar las mermas de inventario.
- **Cumplimiento regulatorio y análisis de contratos de arrendamiento (ITSE y Legal):** Comprensión documental basada en IA de los informes de inspección municipal (ITSE) y de los contratos de arrendamiento comercial para asegurar la rápida subsanación de observaciones operativas y prevenir riesgos de cierre de tiendas.

Shopping Malls

En 2025, Real Plaza integró iniciativas de Inteligencia Artificial (IA) para respaldar la transformación de sus centros comerciales en espacios más receptivos y basados en datos. Estas iniciativas se enfocaron en mejorar la experiencia del visitante, fortalecer la eficiencia operativa y respaldar el desempeño ambiental en todo su portafolio.

Para mejorar la experiencia del cliente, Real Plaza implementó un Chatbot basado en IA y un análisis automatizado del NPS, lo que permite procesar casi en tiempo real la retroalimentación de los visitantes. En el ámbito operativo, los procesos de gestión de locatarios se agilizaron mediante la automatización de las cartas de garantía para el registro. Paralelamente, Real Plaza implementó un Modelo predictivo de Consumo de Energía para optimizar la planificación de recursos y mejorar la eficiencia energética en sus propiedades.

Caso destacado: Lectura de comprobantes v2.0

Proyecto	Lectura de comprobantes v2.0
Objetivo	Conocer al visitante a través de los datos para mejorar la toma de decisiones y conectar mejor mediante canales físicos y digitales.
Solución	• Document AI: Procesador entrenado para reconocer distintos formatos de comprobantes. • Integración con la app: Proceso automatizado de extremo a extremo que se ejecuta dentro de la aplicación. • Lógica de negocio: Reglas para gestionar distintos casos de usuario.
KPI y metas	• Volumen: 151 mil comprobantes cargados; 29.7 mil usuarios. • Resultados financieros: 1.2 MM de puntos acumulados; S/ 1.5 MM de ingresos (sin IGV) procesados. • Desempeño: 95% de efectividad de la IA; 66% de cobertura de los formatos de comprobantes de los locatarios.

División de Shopping Malls

La división de Shopping Malls despliega la IA en pronósticos comerciales predictivos, gestión de la retención de locatarios, creación automatizada de contenidos y experiencias personalizadas para los visitantes:

- **Modelos predictivos comerciales y operativos:** Modelos de pronóstico de aprendizaje automático de alta precisión desplegados en producción para predecir las ventas de los locatarios con fines de planificación presupuestal, la afluencia de visitantes a los centros comerciales y el consumo de energía a nivel de locatario.
- **Predicción de la rotación de locatarios y analítica de retención:** Algoritmos avanzados de aprendizaje automático que estiman las probabilidades de salida de locatarios para permitir renovaciones comerciales proactivas y prevenir la pérdida de ocupación de los centros comerciales.
- **Estudios creativos de IA generativa y capacitación en procesos:** Integración escalada de plataformas de diseño generativo (por ejemplo, Midjourney, Krea) para piezas visuales del calendario, junto con la creación automatizada de videos instructivos (NotebookLM) para las comunicaciones operativas.
- **Conserjería inteligente 24/7 y relacionamiento con visitantes:** Asistentes conversacionales inteligentes que orientan a los visitantes sobre los directorios de los centros comerciales, los servicios de los locatarios, la programación de eventos y las promociones en tiempo real.
- **Monitoreo regulatorio y automatización del back office corporativo:** Búsqueda centralizada en lenguaje natural en los documentos legales de poderes, seguimiento diario automatizado de las publicaciones oficiales del gobierno (El Peruano) y bots conversacionales automatizados que resuelven consultas de facturación de proveedores.

Sostenibilidad

RESUMEN 2025

Agrupación de los impactos significativos en temas materiales

Promover la ecoeficiencia y mitigar el impacto medioambiental.

Enriquecer y empoderar a las comunidades



Impulsar el desarrollo económico de las comunidades.

Liderar con ética y transparencia

Mapa integrado de partes interesadas y canales de participación

Empleados

Correo corporativo
Eventos corporativos
Reuniones informativas en las tiendas
Canales de denuncia: ConÉtica
Grupos internos en redes sociales
Sitios web
Líderes en sostenibilidad
Periodistas
Embajadores del clima y la cultura
Boletines sobre sostenibilidad
Informes de sostenibilidad

Proveedores

B2B Portal
Camunda
Web Perú Pasión

Comunidades

Publicidad digital.
Material digital y publicidad en tiendas.
Cajeros en tiendas.
Sitios web.
Redes sociales de la empresa.
Prensa.

Inversores

Informe de sostenibilidad y gobernanza corporativa
Sitios web
Área de relaciones con los inversores
Estados financieros
Conferencias telefónicas



Clientes

Redes sociales
Comercio electrónico
Centro de atención al cliente

Organizaciones de la sociedad civil

Canales de quejas y reclamos
Libros de reclamaciones

Gobierno y regulaciones

Cartas
Correos electrónicos
Reuniones de coordinación
Mesas de trabajo
Plataformas virtuales

Nuestro compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)



Estrategia de Sostenibilidad

Enfoque de Sostenibilidad

Nuestro compromiso con la sostenibilidad

(GRI 2-22) (GRI 2-23) (GRI 2-24) (GRI 2-25)

En InRetail Perú Corp., la sostenibilidad es un pilar estratégico que orienta la toma de decisiones y las operaciones del negocio. Este compromiso está integrado tanto a nivel corporativo como operativo para asegurar una gestión ESG efectiva en toda la organización.

Estructura de gobernanza ESG:

- **Nivel corporativo:** Un Área de Sostenibilidad dedicada supervisa la estrategia ESG y promueve su alineación con la visión de largo plazo de la compañía y con las prácticas empresariales responsables.
- **Supervisión del Directorio:** Los asuntos ESG son supervisados por el Comité de Sostenibilidad, que brinda orientación estratégica y refuerza la rendición de cuentas a nivel del Directorio en temas relacionados con la sostenibilidad.
- **Ejecución operativa:** Para asegurar la coherencia y la integración en toda la organización, se designan Chief Sustainability Officers en cada unidad de negocio. Estos ejecutivos son responsables de monitorear e implementar las iniciativas de sostenibilidad en las operaciones.

Marco Corporativo de Sostenibilidad

Nuestra Política Corporativa de Sostenibilidad integra los principios ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) en nuestro modelo de negocio, orientando la toma de decisiones para respaldar un crecimiento responsable y la generación de valor de largo plazo para los grupos de interés.

Nuestra estrategia se sustenta en cuatro pilares estratégicos:

- Planeta: Proteger los recursos naturales, reducir el impacto ambiental e impulsar la acción climática.
- Personas: Promover el bienestar, la inclusión y el desarrollo dentro de nuestra organización y comunidades.
- Integridad: Fortalecer la transparencia, la conducta empresarial ética y la responsabilidad corporativa.
- Prosperidad: Crear valor de largo plazo mediante el crecimiento económico sostenible y la innovación.

Alineamiento operativo

Este marco se implementa mediante metas medibles de mediano plazo que respaldan el monitoreo sistemático de los avances. Si bien la visión corporativa proporciona la dirección general, cada negocio traduce los pilares de sostenibilidad en iniciativas y planes de acción a la medida. Este enfoque asegura la alineación con los objetivos a nivel de grupo y, al mismo tiempo, brinda flexibilidad para abordar las dinámicas operativas específicas, así como los riesgos y oportunidades de cada negocio.

Nuestro compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

En InRetail Perú Corp., nuestra estrategia de sostenibilidad está alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, contribuyendo a los esfuerzos globales hacia un futuro más sostenible e inclusivo.

Si bien nuestras iniciativas contribuyen a los 17 ODS, hemos identificado seis objetivos en los que consideramos que nuestra contribución es más significativa y está más estrechamente vinculada con el sector retail.

		
Apoyamos la seguridad alimentaria mediante iniciativas como Bueno por Dentro, que redistribuyó más de 18 millones de raciones de alimentos a comunidades vulnerables en 2025, contribuyendo además a reducir el desperdicio de alimentos en nuestras operaciones. Estos esfuerzos aseguran el acceso a alimentos inocuos y promueven prácticas responsables de inventario y donación.	A través de nuestra red de más de 2500 farmacias, contribuimos a ampliar el acceso a productos de salud y bienestar, en particular en comunidades desatendidas. Programas como "Plan de Apoyo al Paciente", "Farmacia Vecina" y diversas campañas de salud contribuyen a promover el bienestar de todos.	Promovemos la diversidad y la equidad de género mediante políticas laborales inclusivas, prácticas de igualdad salarial y programas de desarrollo profesional. Iniciativas como "Mujeres que IRradian", "Mujeres Líderes" y SheSTEM contribuyen a fomentar un lugar de trabajo más equitativo e inclusivo.
		
Respetamos los derechos humanos y llevamos a cabo procesos de debida diligencia orientados a prevenir impactos negativos a lo largo de nuestra cadena de valor. Adicionalmente, iniciativas como "La Placita del Emprendimiento" y "Perú Pasión" apoyan el emprendimiento local y contribuyen a un crecimiento económico sostenible.	Mediante programas de reciclaje, iniciativas de reducción de residuos y prácticas de empaque responsable, trabajamos para minimizar nuestra huella ambiental. Programas como "Recicla Mass", "Recicla Botica" y "Reutilización de Cajas y Bandejas de Plástico" promueven prácticas de consumo más sostenibles.	Integramos la eficiencia energética, la logística de bajas emisiones y la optimización del reciclaje en nuestras operaciones para respaldar los esfuerzos de mitigación climática. El programa "Recicla Consciente" es un ejemplo de este esfuerzo. En 2025, lanzamos los Squads de Huella de Carbono, una iniciativa transversal a los negocios diseñada para identificar y acelerar proyectos de reducción de emisiones en toda la organización.

Nuestros grupos de interés: un enfoque estratégico de relacionamiento (GRI 2-29)

En 2025, nuestro enfoque de relacionamiento con los grupos de interés se centró en la escucha activa y la respuesta operativa. Priorizamos un relacionamiento estructurado con los grupos de interés clave para comprender mejor sus expectativas, atender los desafíos operativos y fortalecer las relaciones de largo plazo.

- **Colaboradores:** Nuestra fuerza laboral es central para nuestras operaciones. Promovemos el bienestar, el desarrollo profesional y la inclusión para fomentar un entorno de trabajo seguro, positivo y productivo.
- **Clientes:** Priorizamos la satisfacción del cliente, las prácticas empresariales éticas y el acceso a productos responsables, adaptándonos a la evolución de las expectativas de los consumidores y de las tendencias de sostenibilidad.
- **Proveedores:** Trabajamos estrechamente con los proveedores para promover prácticas de abastecimiento ético, fortalecer la resiliencia de la cadena de suministro e impulsar compromisos de sostenibilidad a lo largo de la cadena de valor.
- **Organizaciones de la sociedad civil:** Nos relacionamos con ONG, grupos de incidencia e instituciones de investigación para abordar desafíos ambientales y sociales mediante la acción colectiva.
- **Comunidades:** Las comunidades locales cumplen un rol vital en nuestro impacto en sostenibilidad. Apoyamos el desarrollo económico local, la inclusión social y la gestión ambiental responsable en las zonas donde operamos.
- **Gobierno y reguladores:** Mantenemos un relacionamiento permanente con las autoridades públicas para asegurar el cumplimiento normativo, así como la colaboración y la alineación con los objetivos nacionales de clima y sostenibilidad.
- **Inversionistas:** A medida que el desempeño ESG adquiere mayor relevancia para los inversionistas, mantenemos un reporte y una gobernanza transparentes para asegurar la alineación con las consideraciones de materialidad financiera.

Relacionamiento e impacto

Mediante un diálogo continuo con los grupos de interés, identificamos los temas materiales de sostenibilidad, alineamos las estrategias del negocio con las prioridades de los grupos de interés y fortalecemos la gestión de los riesgos y oportunidades relacionados con la sostenibilidad. Este enfoque de relacionamiento refuerza la integridad corporativa, impulsa un crecimiento responsable y asegura que la sostenibilidad se mantenga como una prioridad central del negocio.

Fortalecimiento de la gestión ESG

Durante 2025, iniciamos la integración de una plataforma corporativa para centralizar y consolidar los indicadores ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) de nuestras unidades de negocio. Esta iniciativa fortalecerá la trazabilidad, la calidad y la oportunidad de los datos ESG, mejorará el monitoreo del desempeño y optimizará nuestra capacidad para responder de manera eficiente a los requerimientos de información de inversionistas, agencias calificadoras y estándares de reporte reconocidos internacionalmente.

Análisis de Materialidad 2025

(GRI 3-1, 3-2, 3-3)

Mantuvimos nuestro enfoque de doble materialidad, en alineación con la metodología de materialidad de impacto de los Estándares GRI, el nuevo marco de materialidad de EFRAG y los lineamientos de materialidad financiera de SASB, asegurando que nuestra estrategia responda a:

1. Materialidad de impacto (GRI): Gestión de nuestro impacto en la sociedad y el medio ambiente (por ejemplo, generación de residuos y desarrollo económico local).

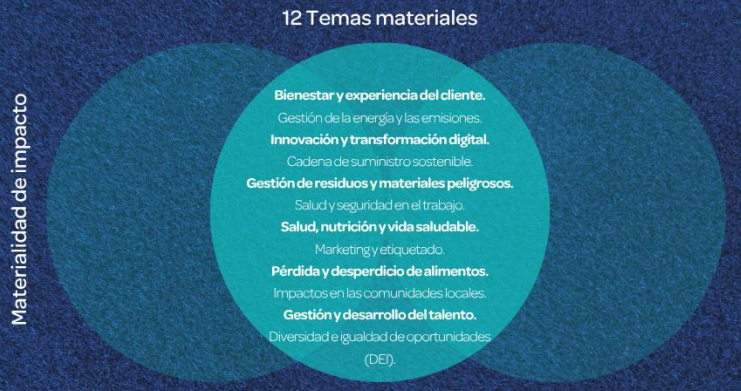
2. Materialidad financiera (SASB/NIIF): Abordaje de los riesgos y oportunidades que impactan el valor de nuestro negocio (por ejemplo, resiliencia climática, interrupciones en la cadena de suministro y seguridad operativa).

En 2025, actualizamos nuestra evaluación de materialidad. Prevemos revisar y actualizar esta evaluación cada dos años para asegurar que se mantenga vigente y alineada con nuestra estrategia.

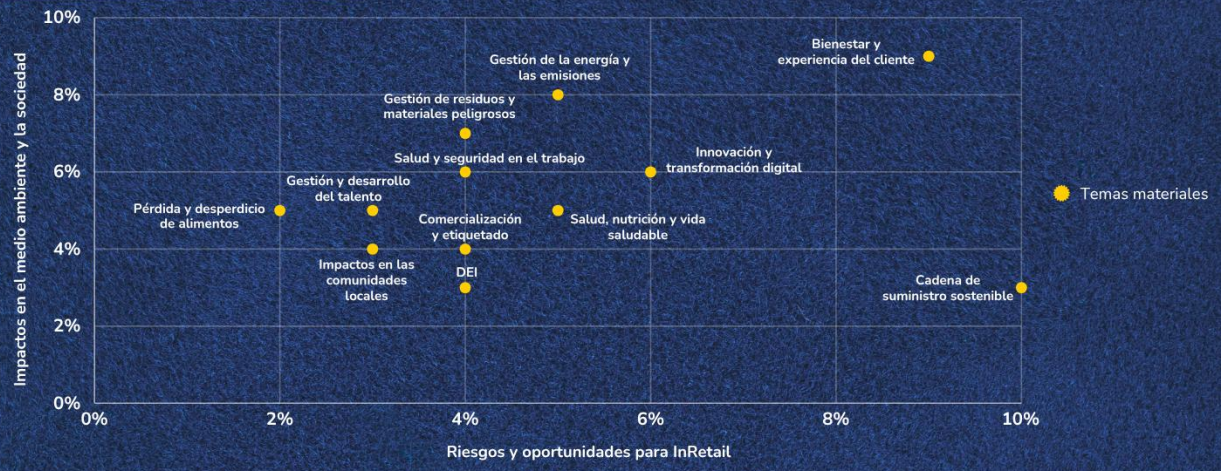
Materialidad

PROCESO 2025

Agrupación de los impactos significativos en temas materiales



Validación del proceso y matriz



Compromisos y avances en cuestiones importantes

Tema material	Meta 2026	Progreso 2025
Bienestar y experiencia del cliente	**Mejorar el índice de satisfacción del cliente al 60 % para 2026.**	**Índice de satisfacción del cliente del 66 %.**
Gestión de la energía y las emisiones	El 60 % del suministro a clientes libres deberá estar respaldado por contratos de compraventa de energía renovable (PPA).	Negociación activa de contratos de energía renovable para todos los clientes de alto consumo.
Cadena de suministro sostenible	**Garantizar que el 100 % de los proveedores críticos cumpla con los estándares ambientales, sociales y de gobernanza (ASG).**	**94 de 185 proveedores críticos completaron la encuesta a proveedores en 2025.**
Salud, nutrición y vida saludable	Alcanzar que el 80 % de los ingresos anuales provenga de productos saludables de marcas propias.	El 88 % de los ingresos de 2025 provino de productos saludables de marcas propias.
Gestión de residuos y materiales peligrosos	**Reducir y reciclar el 75 % de los residuos generados en todas las unidades de negocio.**	**Se recicló el 71 % de los residuos generados en las operaciones.**
Innovación y transformación digital	100 % de las unidades de negocio con proyectos de inteligencia artificial (IA) operativos y activos.	<70 % de las UN cuenta con proyectos de IA activos; el 100 % tiene pilotos de IA o procesos de estabilización y escalamiento.
Gestión del talento y formación	**Capacitar al 100 % de los colaboradores mediante programas de desarrollo profesional y formación continua.**	**96 % de los colaboradores capacitados.**
Salud y seguridad en el trabajo	Reducir la tasa de accidentes (IA) en un 25 %.	Registramos una tasa de frecuencia de lesiones con tiempo perdido (LTIFR) de 1,34.
Comercialización y etiquetado	**Alcanzar un NPS del 60 % entre los clientes de InRetail.**	**Se alcanzó un NPS del 65,7 % entre los clientes de InRetail.**
Pérdida y desperdicio de alimentos	Alcanzar una recuperación del 53 % de las pérdidas y el desperdicio de alimentos (donaciones, compostaje, alimentación animal o biogás para 2026.	Se recuperó el 54,1 % de las pérdidas de alimentos en 2025.
Desarrollo de la comunidad local	**Beneficiar a 100 000 personas mediante proyectos de valor compartido.**	**Más de 95 000 personas beneficiadas a través de «Bueno por Dentro».**
Buen gobernanza corporativa	Garantizar que el 90 % de los colaboradores tenga acceso al canal ético y que el 100 % de las denuncias recibidas se atienda dentro del plazo establecido.	Más del 96 % de los colaboradores de InRetail tiene acceso al canal ético.

Proceso de materialidad

Nuestra metodología sigue un enfoque de cinco pasos:

1. Diagnóstico del contexto	2. Identificación de impactos	3. Evaluación de la significancia del impacto
Analizamos factores internos y externos para evaluar la materialidad a nivel de la industria y de las unidades de negocio, revisando: • Referentes ESG de pares de la industria • Mapeo de grupos de interés y resultados del relacionamiento • Tendencias regulatorias y estándares de sostenibilidad (GRI, SASB, EFRAG) • Matrices de riesgos y evaluaciones de materialidad de todas las unidades de negocio • Divulgaciones relacionadas con el clima, incluido el reporte corporativo TCFD. Adicionalmente, recopilamos la retroalimentación de los grupos de interés mediante encuestas de satisfacción, reclamos y procesos de consulta, asegurando que sus prioridades se reflejen en la evaluación.	Identificamos impactos positivos y negativos, reales y potenciales, en tres dimensiones clave: • Impactos económicos y de gobernanza, incluidos los riesgos y oportunidades financieros • Impactos ambientales, como la huella de carbono y el uso de recursos • Impactos sociales, con foco en los derechos humanos y las condiciones laborales. Para identificar los impactos relacionados con el negocio, se realizó una consulta con los grupos de interés clave de cada negocio mediante un taller.	Aplicamos un modelo de evaluación cuantitativa, priorizando los impactos negativos y positivos reales con base en: • Escala (severidad del impacto negativo o grado de beneficio del impacto positivo). • Probabilidad de ocurrencia de los impactos. Para los impactos potenciales, se evaluaron tanto la probabilidad de ocurrencia como las implicancias financieras mediante nuestra metodología corporativa de riesgos, integrando los temas materiales de sostenibilidad en nuestra matriz de riesgos empresariales. Para evaluar los impactos relacionados con el negocio, se realizó una consulta con los grupos de interés clave de cada negocio mediante un taller.

4. Priorización de impactos	5. Agrupación de los impactos significativos en temas materiales
Con base en las evaluaciones de impacto, aplicamos un modelo de umbrales para determinar los temas ESG más significativos, priorizándolos en línea con las expectativas de los grupos de interés y los objetivos estratégicos.	Consolidamos nuestros hallazgos en temas materiales corporativos, categorizándolos en 12 temas estratégicos, bajo un enfoque de doble materialidad.

Validación del proceso y matriz

La Gerencia Corporativa de Auditoría y la Gerencia Corporativa de Sostenibilidad validaron nuestro análisis de materialidad. Posteriormente, fue aprobado por la Vicepresidencia de Recursos Humanos y Sostenibilidad y por la Vicepresidencia de Finanzas.

Derechos Humanos

Nuestro compromiso con los derechos humanos

(GRI 2-23, 2-24) (GRI 2-30) (GRI 407-1)

InRetail está comprometida con el respeto y la promoción de los derechos humanos en sus operaciones y cadenas de valor. Nuestro enfoque se sustenta en los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y se refuerza mediante nuestro Código de Ética, que establece los estándares de conducta que se esperan de todos los colaboradores, proveedores y socios comerciales.

Para poner en práctica este compromiso, hemos implementado un Compromiso de Derechos Humanos, en todas nuestras unidades de negocio. Este marco está alineado con estándares reconocidos internacionalmente, entre ellos la Declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas y la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) relativa a los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo.

Alineamiento con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Desde nuestra adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas en 2023, hemos trabajado para cumplir sus principios mediante la promoción de los derechos humanos, prácticas laborales justas, la responsabilidad ambiental y medidas anticorrupción en nuestras operaciones.

Promovemos entornos seguros y saludables para colaboradores, clientes y personal tercerizado, y exigimos a los proveedores el cumplimiento de estrictos estándares de seguridad y salud en el trabajo.

Nuestro compromiso con una compensación justa y la no discriminación garantiza igual remuneración para las personas que realizan un trabajo comparable, independientemente de su género, orientación sexual, nivel socioeconómico u otras características personales.

Para fortalecer la supervisión, realizamos procesos periódicos de debida diligencia en derechos humanos y mantenemos un Comité de Ética responsable de monitorear el cumplimiento de los estándares éticos y de derechos humanos.

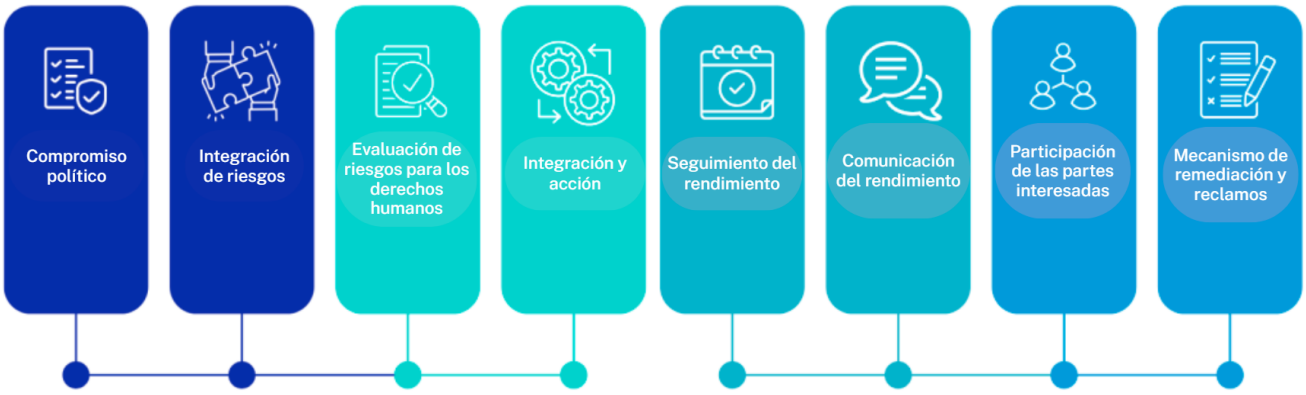
Nuestras políticas laborales prohíben expresamente el trabajo forzoso, la trata de personas y el trabajo infantil, tanto en nuestras operaciones directas como en la cadena de suministro.

Adicionalmente, promovemos iniciativas de equidad e inclusión orientadas a prevenir la discriminación, el acoso y la violencia en el lugar de trabajo. Asimismo, mantenemos procesos de monitoreo y gestión de riesgos para identificar posibles impactos en los derechos humanos y reforzar la transparencia y la rendición de cuentas en toda la organización.

Debida diligencia en derechos humanos

En 2025, continuamos implementando nuestros procesos de debida diligencia en derechos humanos en las operaciones y cadenas de suministro, manteniendo los estándares establecidos en materia de supervisión de proveedores, prácticas laborales y seguridad de los clientes. Estos procesos respaldan la identificación y mitigación de riesgos potenciales y refuerzan las prácticas empresariales responsables en todas las unidades de negocio.

Metodología



Evaluación e identificación de riesgos

Nuestra evaluación de riesgos en derechos humanos considera los 32 derechos humanos identificados en los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos (UNGP), así como el derecho universal a un medio ambiente limpio, saludable y sostenible, reconocido por las Naciones Unidas en abril de 2022.

En 2025 actualizamos nuestras matrices de riesgos en derechos humanos para reflejar la evolución del contexto operativo de nuestras unidades de negocio y cadenas de valor.

Entre las principales mejoras del año se incluyeron las siguientes:

Integración de la cadena de suministro

Iniciamos la consolidación de un Modelo Unificado de Homologación de Proveedores, cuyo despliegue completo está previsto para 2026. Este modelo integra Derechos Humanos, Medio Ambiente y Seguridad y Salud en el Trabajo en un único marco de evaluación. El enfoque busca fortalecer la supervisión de proveedores y, al mismo tiempo, reducir la fatiga de evaluación.

Construcción y proyectos:

Se aplicó una debida diligencia reforzada a los proveedores de construcción, asegurando el estricto cumplimiento de los estándares laborales y de seguridad antes de su contratación.

Titulares de derechos:

La evaluación se enfoca en grupos de interés clave como clientes, proveedores, colaboradores y comunidades/sociedad. Dentro de estos cuatro grupos de interés, se consideran los siguientes grupos específicos:

- Colaboradores propios
- Mujeres
- Niños, niñas y adolescentes
- Minorías
- Trabajadores migrantes
- Colaboradores de proveedores y contratistas
- Colaboradores de proveedores indirectos
- Comunidad en general / ciudadanía
- Comunidades locales
- Pueblos indígenas

Riesgos de derechos humanos detectados

De los 20 derechos humanos identificados inicialmente como riesgos potenciales, 17 fueron evaluados en cuatro grupos de interés. Estos riesgos se priorizaron con base en su severidad y probabilidad, lo que dio como resultado siete riesgos de derechos humanos de alta prioridad:

1. Salarios justos y condiciones de trabajo (salario digno)
2. Libertad de asociación y negociación colectiva
3. Discriminación y acoso en el lugar de trabajo
4. Discriminación hacia consumidores / clientes

5. Riesgos de derechos humanos en la cadena de suministro

6. Inocuidad alimentaria, seguridad alimentaria y calidad de los productos

7. Impactos en la comunidad sobre la expresión cultural y los medios de vida

Evaluación de derechos humanos

Como parte de nuestro compromiso permanente con el respeto y la promoción de los derechos humanos en toda nuestra cadena de valor, InRetail Perú Corp. realiza periódicamente evaluaciones de derechos humanos para identificar de manera proactiva los riesgos potenciales y reales relacionados con nuestras operaciones, proveedores y las comunidades donde operamos.

Categoría	A. % del total evaluado en los últimos tres años	B. % del total evaluado (columna A) en el que se han identificado riesgos	C. % de riesgos (columna B) con acciones de mitigación implementadas
Operaciones propias (incluidos los Joint Ventures en los que la compañía tiene control de gestión) Base del reporte:	100.0	2.0	80.0
Contratistas y proveedores de Nivel I (como % de contratistas o proveedores de Nivel I)	79.6	4.0	64.6
Joint Ventures (incluidas participaciones superiores al 10%) (como % de los joint ventures)	N/A	N/A	N/A

Mecanismos de queja

(GRI 2-25)

Brindamos mecanismos de queja accesibles para que los colaboradores y los grupos de interés externos puedan plantear inquietudes relacionadas con los derechos humanos y los impactos operativos.

Nuestra Línea de Denuncias “ConÉtica” constituye el principal canal de reporte y permite reportar de manera confidencial inquietudes, incluidos asuntos relacionados con las condiciones laborales, la discriminación, la seguridad y la conducta empresarial.

Para fortalecer la capacidad de respuesta, en 2025 mejoramos los protocolos de escalamiento, en particular para los asuntos relacionados con la seguridad. Las denuncias relativas a condiciones físicas o protocolos de seguridad se escalan de inmediato a los comités de Operaciones y de Seguridad, lo que asegura una investigación y acciones correctivas oportunas.

Denuncias

(GRI 406-1)

Cada empresa cuenta con su propio canal oficial de denuncia para casos de Hostigamiento Sexual laboral. En 2025, recibimos un total de 146 denuncias de discriminación o acoso. Todos los casos fueron atendidos y 68 fueron verificados.

Nuestros colaboradores

Nuestro Equipo

Nuestro equipo en cifras

(GRI 2-7) (GRI 2-8) (GRI 405-1) (GRI 3-2)

En InRetail, nuestros más de 45,000 colaboradores son el pilar de nuestra innovación y crecimiento a largo plazo, impulsando tanto nuestro éxito como el desarrollo del Perú. Priorizamos la gestión del talento mediante la capacitación continua, el desarrollo de carrera y un firme compromiso con la diversidad y la inclusión, asegurando que nuestros equipos prosperen y se mantengan ágiles en un entorno empresarial cambiante.

Nuestros colaboradores

RESUMEN 2025

Nuestro equipo en números

Composición de la fuerza laboral

- Mujeres: 30,407
- Hombres: 16,949
- Lima: 27,109
- Provincias: 20,243
- Contratistas: 8,883
- Personal a tiempo completo (ETC): 40,868

Nuestro colaboradores
47,356
Total de colaboradores

Capacitación y desarrollo

- Empleados capacitados: 48,875
- Promedio de horas de capacitación por CTE 21.88
- Monto invertido en capacitaciones: 788.12
- Costo promedio de contratación por CTE: S/ 688.96

Satisfacción de los colaboradores

- Satisfacción de los empleados: 85.9%
- Número de nuevas contrataciones: 33,711
- Empleados con evaluación de rendimiento: 97%

Rotación de colaboradores

- Rotación voluntaria: 35.15%
- Rotación total 48.09%
- Movilidad interna: 7.08%

Diversidad en nuestro equipo

Mujeres en gestión	57%
Mujeres en STEM	70%
Mujeres en directorio	17%
Empleados LGBTIQ+	1,157
Personas con discapacidad	1.7%

Empleados por nacionalidad

Peruanos	99.9%
Argentinos	0.03%
Chilenos	0.02%
Colombianos	0.01%

Empleados por grupo de edad

Menores de 30 años	52.7%
Entre 30-50 años	42.1%
Mayores de 50 años	5.2%

Iniciativas top



Japi Woman

Formación dual





Canal de Denuncias STOP

Corazón de Líder



En 2025, se actualizó la metodología de cálculo del indicador de movilidad interna. El indicador se calcula como el número total de promociones en la plataforma (dentro de la misma empresa y entre empresas) más los movimientos entre empresas (movimientos horizontales entre empresas), dividido entre la dotación de diciembre del año correspondiente.

Diversidad en nuestro equipo

(GRI 405-1, GRI 406-1)

Gobernanza de la diversidad y la inclusión

El enfoque de diversidad, equidad e inclusión (DEI) de InRetail se rige por una Política Corporativa de Diversidad e Inclusión aplicable a todas las unidades de negocio. La política establece una postura de tolerancia cero frente a la discriminación y el acoso, y sienta las bases para fomentar un lugar de trabajo equitativo y respetuoso.

La gobernanza se refuerza mediante un Comité Corporativo de Diversidad, que sesiona trimestralmente para supervisar la implementación de las iniciativas de DEI, monitorear los avances y asegurar su alineación con las prioridades corporativas y los objetivos del negocio.

Como parte de Intercorp, InRetail también se beneficia del apoyo y la experiencia de un Oficial de Diversidad e Inclusión, lo que fortalece aún más los esfuerzos para promover un entorno de trabajo diverso, equitativo e inclusivo.

Sobre la base de este marco de gobernanza, InRetail ha implementado un Plan de Diversidad e Inclusión liderado por la Vicepresidenta de Recursos Humanos y Sostenibilidad en colaboración con nuestra Gerencia Corporativa de Sostenibilidad. Este plan impulsa acciones concretas para integrar los principios de DEI en la cultura laboral, la gestión del talento y las operaciones diarias.

Promoción de una cultura de diversidad

En alineación con su marco de gobernanza de DEI, InRetail Perú Corp. promueve una cultura laboral diversa e inclusiva como prioridad estratégica en todas sus unidades de negocio. Cada unidad de negocio implementa programas a la medida para abordar la equidad, la inclusión y una cultura de respeto, asegurando que los compromisos corporativos se reflejen en las prácticas cotidianas.

Programas de diversidad por unidad de negocio

Food Retail

El programa "Raymi"

La iniciativa "Raymi" promueve lugares de trabajo seguros e inclusivos, con foco específico en las brechas de oportunidades para las mujeres, las personas con discapacidad y la comunidad LGBTQ+.

El programa se estructura en torno a siete pilares, entre ellos prácticas de reclutamiento inclusivas, equidad salarial, capacitación continua, alianzas externas estratégicas, iniciativas de equilibrio entre la vida laboral y personal, y un enfoque de tolerancia cero frente al acoso y la discriminación.

Principales resultados en 2025:

- Más de 9,000 colaboradores participaron en nuestro Censo de Diversidad.
- Más de 1,000 colaboradores fueron involucrados mediante actividades presenciales de sensibilización alineadas con las campañas de comunicación de DEI en tiendas a nivel nacional.
- Se logró el 100% de culminación de la capacitación en Prevención del Hostigamiento Sexual entre colaboradores y líderes.

- Se capacitó a 16 proveedores en temas de DEI a través de nuestro Simposio de Proveedores.
- Se fortalecieron las capacidades de los proveedores mediante la capacitación de 65 proveedores en sostenibilidad a través de nuestro Programa de Cadena de Suministro Responsable.
- Se incorporaron 2 colaboradores a través de nuestro programa de contratación inclusiva, Experiencia de Oro, con lo que el número total de contrataciones asciende a 149.

Pharma

Tantay e identidad cultural

En Pharma, el enfoque de DEI combina la transformación cultural interna con iniciativas de incidencia pública. El programa "Tantay" (Juntos) promueve la colaboración y contribuye al desarrollo de espacios de trabajo seguros y justos, mientras que la Franja de la Igualdad constituye un símbolo visible del compromiso de la compañía con la igualdad a nivel nacional.

Estos esfuerzos se complementan con un Kit de Herramientas de Diversidad Cultural, que incluye políticas y programas de capacitación diseñados para fomentar el respeto por las identidades regionales y las tradiciones locales en nuestras operaciones a nivel nacional.

Shopping Malls

La cultura JAPI

En Real Plaza, los principios de DEI se integran en la transformación cultural de la compañía a través del "JAPI Mindset" (Joyful, Agile, Pioneering: alegre, ágil y pionero).

Las iniciativas clave incluyen:

- Iniciativas de equidad estructural, que han rediseñado el recorrido del colaborador mediante procesos de incorporación inclusivos, la alineación con el salario digno y bandas de compensación transparentes orientadas a respaldar la equidad salarial de género.

Diversidad de género

(GRI 405-1)

InRetail está comprometida con el avance de la paridad de género y el incremento de la representación femenina en todos los niveles de la organización. En 2025, la estrategia de diversidad de género de la compañía se enfocó en fortalecer la representación femenina en posiciones de liderazgo mediante iniciativas de mentoría dirigida, desarrollo de liderazgo y planificación de la sucesión, guiadas por nuestra Política Corporativa de Diversidad e Inclusión.

Programas corporativos de aceleración del liderazgo:

“Despega” es el programa insignia de aceleración del liderazgo de alto potencial de InRetail. En 2025, las mujeres representaron el 48% de los participantes, preparándolas para roles de alta dirección, lo que refleja el compromiso de la compañía con el fortalecimiento de la cantera de liderazgo femenino en toda la organización.

Durante el año, desarrollamos 8 programas de liderazgo en el marco de esta iniciativa. Si bien el programa brinda oportunidades integrales de desarrollo del liderazgo para todos los participantes, la edición 2025 incluyó un foco específico en el empoderamiento de las mujeres, con el objetivo de fortalecer la cantera de liderazgo femenino en toda la organización.

El programa busca identificar y abordar de manera proactiva las brechas de competencias entre los líderes actuales y futuros mediante el modelo 70:20:10:

- 70% aprendizaje en el puesto de trabajo
- 20% a través de otros/mentoría
- 10% capacitación estructurada

Este enfoque respalda planes de desarrollo accionables y personalizados, incluido el acceso a proyectos de alta visibilidad y oportunidades de mentoría diseñadas para acelerar el crecimiento del liderazgo.

Mujeres en la gerencia

Los siguientes indicadores reflejan la representación de las mujeres en los niveles organizacionales clave, al ***Datos al 31 de diciembre de 2025***

Indicador	% de mujeres
Mujeres en la alta dirección (C-Suite - 1)	***57%***
Mujeres en la gerencia junior/media	***46%***
Mujeres en roles generadores de ingresos	***43%***
Mujeres en posiciones STEM	***70%***

Mediante una planificación intencional de la sucesión, incrementamos la representación femenina en la Gerencia Senior y Media (N2 y N3) a **57%**, un avance significativo respecto del 41% en 2024. Este crecimiento fue impulsado por "Mujeres que IRradian", nuestro programa insignia de aceleración del liderazgo. En 2025, el programa empoderó a más de 50 líderes mujeres de IR Management e InDigital XP a través de tres sesiones presenciales inmersivas. Para 2026, hemos establecido la meta de mantener un 57% de mujeres en la Gerencia Senior y Media (N2 y N3), así como la meta de mantener un 70% de mujeres en posiciones STEM.

Mujeres en STEM

(GRI 405-1)

Reconociendo la persistente brecha de género en los campos técnicos a nivel mundial, InRetail promueve la participación y el desarrollo de las mujeres en roles de Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas (STEM) mediante iniciativas dirigidas de reclutamiento, capacitación y liderazgo.

Las iniciativas clave incluyen:

- **"Mujeres en Red":** InRetail continuó su alianza estratégica para atraer y reclutar talento técnico femenino para los equipos de ciberseguridad y desarrollo de software, respaldando una mayor diversidad de género en las funciones digitales y tecnológicas críticas.
- **Desarrollo interno de habilidades:** A través de la "Data Academy", InRetail apoyó en 2025 la recalificación de 100 colaboradoras de roles operativos hacia posiciones de analista de datos junior, creando rutas de movilidad interna hacia carreras técnicas de alta demanda.
- En 2025, InRetail lanzó **"SheSTEM",** una iniciativa de capacitación especializada diseñada para respaldar el desarrollo de las mujeres en roles relacionados con STEM. La cohorte inaugural incluyó a 21 **líderes mujeres de nivel medio**, quienes participaron en cuatro sesiones intensivas de capacitación. El programa alcanzó un excepcional **NPS de 98**, lo que refleja su relevancia y calidad.

Indicador	2025	
	Hombres	Mujeres
Gerencia en áreas STEM	63%	37%
Total de posiciones en áreas STEM	30%	70%

En 2025, superamos la meta establecida en nuestro reporte anterior de alcanzar un 40% de representación femenina en posiciones STEM para 2025. Asimismo, fortalecimos la metodología de identificación de estas posiciones, ajustando los criterios de clasificación para mejorar la precisión, la consistencia y la trazabilidad de los datos. Con la metodología actualizada, la representación femenina en posiciones STEM alcanzó el 70% en 2025.

Además de las iniciativas enfocadas en género, InRetail promueve lugares de trabajo inclusivos para otros grupos históricamente subrepresentados, entre ellos la comunidad LGBTQ+ y las personas con discapacidad, mediante políticas, beneficios e iniciativas específicas de las unidades de negocio.

Iniciativas de género por unidad de negocio

(GRI 405-1)

Además de la estrategia corporativa de DEI, cada unidad de negocio implementa iniciativas específicas diseñadas para abordar desafíos operativos y promover la inclusión y el desarrollo profesional de las mujeres en sus respectivos contextos:

Unidad de negocio	Iniciativas clave	Foco e impacto 2025
Food Retail	**Liderazgo, equilibrio entre la vida laboral y personal, y seguridad**	**Mujeres Líderes para el Cambio:** Programa de mentoría orientado a fortalecer las capacidades de liderazgo y gestión de las líderes de tienda. **Equilibrio entre la vida laboral y personal: "Maternidad de a Dos"** promueve la corresponsabilidad en el cuidado, otorgando 7 días adicionales de licencia por paternidad por encima de lo exigido por ley y un retorno gradual al trabajo para las madres. La Política de Adopción Inclusiva otorga 90 días de licencia, lo que supera significativamente los requisitos regulatorios locales. Sensibilización sobre violencia doméstica: Capacitación para el personal de tienda orientada a identificar señales de violencia doméstica, respaldada por una Guía integral para el Manejo de Casos diseñada para apoyar a las víctimas. **Capacitación en sesgos:** Colaboración con Genderlab para brindar capacitación en mitigación de sesgos inconscientes a los equipos de sostenibilidad y liderazgo. **Licencia por la pérdida de un bebé durante el embarazo:** Si el bebé fallece durante el embarazo o poco después del nacimiento, la colaboradora conserva su derecho a la licencia por maternidad. La ley protege su recuperación física y psicológica, garantizando 98 días de licencia (prenatal y posnatal) pese a la pérdida.
Pharma	**Plan de DEI y reducción de brechas**	**Cerrando la brecha:** Estrategia diseñada para abordar desafíos estructurales del sector, incluidas la informalidad y las disparidades salariales de las químicas farmacéuticas. La iniciativa incluye acciones orientadas a reducir los sesgos en la compensación y avanzar hacia una remuneración equitativa. Visibilidad: Campañas diseñadas para aumentar la visibilidad de las mujeres en roles de liderazgo y toma de decisiones. **“Regala Igualdad”**: principal componente de la estrategia de DEI, enfocado en reducir la brecha de género en oportunidades y crecimiento profesional. Talleres de DEI: para las áreas de Recursos Humanos, Sostenibilidad y Adquisiciones, con el objetivo de desarrollar una mentalidad de equidad. Diagnóstico de equidad: Cada año, Pharma se somete al diagnóstico del ‘Ranking PAR’, que evalúa la estrategia y la ejecución de DEI.
Shopping Malls	**Empoderamiento del liderazgo femenino**	**Equidad salarial y compensación transparente:** Implementación de políticas sobre la brecha salarial de género y de bandas salariales estandarizadas para garantizar una remuneración justa y equitativa en todos los niveles de la organización. **Seguridad e igualdad en los espacios públicos:** Protocolos contra el acoso y medidas de seguridad diseñadas para eliminar los entornos hostiles y garantizar la seguridad absoluta de los grupos vulnerables, incluidas las mujeres solas, las familias y las personas no binarias que visitan nuestros centros comerciales. **Cultura JAPI y mitigación de sesgos:** Integración de los principios de inclusión en el proceso de incorporación, con el apoyo de los Embajadores JAPI y de programas de capacitación enfocados en los sesgos inconscientes y la prevención de la discriminación en el lugar de trabajo. **Reclutamiento y sucesión inclusivos:** Mejoras sistemáticas en los procesos de reclutamiento y planificación de la sucesión orientadas a incrementar la representación en roles de liderazgo y toma de decisiones.

Inclusión y desarrollo económico

En InRetail, consideramos que la inclusión comienza con la reducción de las barreras que limitan el acceso de las poblaciones vulnerables a oportunidades de empleo formal. Nuestro enfoque se centra en aprovechar nuestra presencia operativa para respaldar la movilidad social y el desarrollo económico local. Al replantear los requisitos tradicionales de contratación e invertir en la educación y el desarrollo de los colaboradores, buscamos ampliar el acceso a oportunidades de empleo y, al mismo tiempo, fortalecer la estabilidad de la fuerza laboral en las comunidades donde operamos.

Formatos Mass: una puerta de acceso a oportunidades

En 2025, nuestro formato hard discount, Mass, consolidó su rol como principal puerta de entrada al empleo formal para miles de jóvenes peruanos, en particular de entre 18 y 22 años. Ello se logró mediante una estrategia de inclusión de alto impacto:

- **Reclutamiento inclusivo y educación:** Redefinimos nuestros criterios de contratación al eliminar el requisito de certificado de educación secundaria para los roles operativos. Mediante una alianza estratégica con EsHoy, brindamos a nuestros colaboradores acceso a programas de educación para adultos, que les permiten culminar su escolaridad manteniendo un empleo formal.
- **La educación como impulsor de la retención:** En septiembre de 2025, lanzamos una alianza con universidades de primer nivel que cubre el 100% de los derechos de matrícula y ofrece un descuento del 50% en las pensiones para nuestros colaboradores. Este compromiso con el aprendizaje a lo largo de la vida ha transformado la estabilidad de nuestra fuerza laboral: en los grupos participantes, las tasas históricas de rotación, que anteriormente alcanzaban el 110%, han descendido a cifras de un solo dígito, lo que demuestra que invertir en educación es nuestro impulsor de fidelización más eficaz.

Ampliación de oportunidades a nivel nacional

La rápida expansión de nuestro formato Mass —que alcanzó 1,550 locales con 300 nuevas aperturas de tiendas en 2025— ha generado 2,000 empleos incrementales.

Impacto regional

Con el 60% de las tiendas ubicadas fuera de Lima, priorizamos las prácticas de contratación local. Emplear a personas que viven cerca de nuestras tiendas contribuye a reducir los tiempos de traslado, mejorar la calidad de vida de nuestro equipo e inyectar actividad económica formal directamente en comunidades descentralizadas de todo el Perú.

Perspectivas: invertir en los líderes de 2026

Sobre la base de las iniciativas actuales, InRetail prevé lanzar en 2026 un Programa Corporativo de Becas para colaboradores con más de tres meses de antigüedad. La iniciativa tiene como objetivo seguir respaldando el desarrollo de nuestros colaboradores y fortalecer nuestra propuesta de valor como empleador inclusivo.

Por quinto año consecutivo, organizamos el Simposio de Diversidad e Inclusión para los socios de la cadena de valor. Realizado de manera presencial en 2025, el evento contó con la participación de representantes de 40 empresas proveedoras y alcanzó un índice de satisfacción (NPS) de 95/100, lo que refuerza nuestro compromiso compartido con espacios de trabajo equitativos.

Prevención del acoso y entorno seguro

(GRI 406-1)

En 2025, InRetail Perú Corp. continuó fortaleciendo su compromiso de fomentar lugares de trabajo seguros y respetuosos mediante el avance en la implementación de su enfoque de tolerancia cero frente a la violencia, la discriminación y el acoso. Nuestra estrategia se centró en fortalecer las medidas preventivas, mejorar los mecanismos de respuesta y mitigar los riesgos operativos, incluidos aquellos que involucran interacciones con terceros.

Hitos clave 2025

- **Gestión de riesgos de terceros:** Se implementó plenamente en las operaciones el Protocolo actualizado para la Prevención del Hostigamiento Sexual, que aborda de manera explícita los riesgos de acoso que involucran a clientes y otros terceros. Esta mejora asegura que nuestro personal de tienda cuente con lineamientos claros y mecanismos de apoyo ante amenazas externas.
- **Capacitación y fortalecimiento de capacidades:** Se ejecutó una hoja de ruta integral de capacitación que alcanzó al 94% de la fuerza laboral. Los mecanismos de gobernanza se fortalecieron aún más mediante sesiones especializadas de coaching y el lanzamiento de una nueva Guía de Gestión para Líderes de Comités y de Sostenibilidad, orientada a respaldar una gestión de casos oportuna, eficaz y centrada en la víctima.
- **Validación externa (ELSA):** El sistema de prevención y gestión del acoso de InRetail fue validado externamente mediante el Estudio ELSA (Espacios Laborales Sin Acoso), con una puntuación general de 75.6.

La compañía mantuvo resultados sólidos en Clima Organizacional (81.4) y Tolerancia (74.3). La tasa de acoso reportada se mantiene en 11.0%, por debajo del promedio regional de 18%.

Prevención de la discriminación: unidades de negocio

Paralelamente, InRetail Perú Corp. fortaleció las acciones orientadas a prevenir la discriminación y promover lugares de trabajo inclusivos en todas las unidades de negocio.

Hitos clave 2025:

(GRI 406-1)

- **Ningún caso reportado:** No se reportó formalmente ningún caso de discriminación durante 2025.
- **Implementación del CV ciego:** La evaluación de CV ciegos se institucionalizó como práctica estándar de reclutamiento para respaldar una evaluación objetiva de los candidatos con base en sus calificaciones y experiencia, eliminando el riesgo de sesgos inconscientes.
- **Capacitación en sesgos inconscientes:** La capacitación obligatoria en sesgos inconscientes se amplió para incluir módulos sobre ética de la IA generativa y liderazgo intergeneracional, con una tasa de culminación del 86% entre la gerencia media y senior.
- **Campañas de sensibilización:** Durante el año, implementamos cinco campañas de sensibilización sobre temas como la prevención del hostigamiento sexual, la diversidad y la inclusión, la eficiencia energética y la cultura del reciclaje.
- **Estandarización operativa:** Lanzamos el "Sustainable Events Toolkit" (Kit de Eventos Sostenibles), un marco diseñado para alinear los eventos corporativos con nuestras metas ESG. El kit incluye lineamientos relacionados con prácticas de compras sostenibles (merchandising), gestión circular de residuos (materiales reciclables) y medición y compensación de la huella de carbono.

Prevención del acoso: iniciativas de las unidades de negocio

Además de las políticas y controles a nivel de grupo, InRetail Perú Corp. implementa iniciativas específicas en cada unidad de negocio diseñadas para abordar los riesgos operativos y promover entornos seguros, respetuosos e inclusivos.

Food Retail

Sensibilización sobre violencia doméstica: Food Retail implementó programas de capacitación especializados para el personal de tienda, orientados a identificar señales de violencia doméstica y responder adecuadamente. Estos esfuerzos se institucionalizan mediante un *Protocolo integral para la Atención de la Violencia de Género*, que establece rutas claras de escalamiento y asegura un apoyo centrado en la víctima.

Iniciativa de traslado seguro: Reconociendo los riesgos que enfrentan los colaboradores al salir de los turnos nocturnos, Food Retail ha establecido acuerdos de "Ruta Segura" con proveedores de transporte certificados e implementado protocolos de "Sistema de Compañeros" (Buddy System) para asegurar que ningún colaborador —en particular las mujeres— abandone las instalaciones solo durante el horario nocturno.

Red de apoyo y orientación entre pares: Hemos formado una red de *Embajadores de Confianza* en nuestras tiendas, capacitados para brindar escucha, orientación y acompañamiento inicial a colaboradores que enfrentan o identifican posibles situaciones de acoso laboral, facilitando su acceso a los canales de atención correspondientes.

Pharma

Seguridad e inclusión integrales

Pharma fortaleció su marco de prevención y gestión del hostigamiento sexual laboral (HSL) al integrar estos esfuerzos en iniciativas de inclusión más amplias relacionadas con la diversidad cultural y la

inclusión de personas con discapacidad. Al vincular la prevención del acoso con la inclusión de personas con discapacidad, aseguramos que nuestros grupos de talento más vulnerables estén protegidos mediante mecanismos de denuncia específicos y accesibles.

Shopping Malls

Espacios seguros e inclusivos

En Real Plaza, la prevención del acoso se enfoca en crear un ecosistema de seguridad tanto para los colaboradores como para los visitantes:

Erradicación de los entornos hostiles: Iniciativa estratégica enfocada en eliminar las microagresiones y las conductas discriminatorias que obstaculizan el desarrollo profesional y la participación de las mujeres en el liderazgo.

Seguridad en los espacios públicos (Zonas Moradas): Extensión de los protocolos de seguridad para proteger a los visitantes. Hemos implementado "Zonas Seguras" y capacitado al personal de seguridad para asistir a los grupos vulnerables —incluidas las mujeres solas, las familias y las personas no binarias—, asegurando una experiencia de compra libre de violencia de género y acoso.

Inclusión LGBTQ+

(GRI 405-1, GRI 406-1)

En un contexto en el que el 70% de los peruanos reconoce la existencia de discriminación contra la comunidad LGBTQ+ (Ipsos, 2024), InRetail trabaja activamente para fomentar espacios de trabajo seguros, respetuosos e inclusivos para los más de 1.7 millones de personas que se identifican como LGBTQ+ en el Perú.

Como miembro de Presente y Pride Connection, InRetail ofrece beneficios que van más allá de los requisitos legales, entre ellos:

- **Reconocimiento de la identidad:** Los colaboradores pueden utilizar su nombre social en todos los sistemas de identificación de la compañía.
- **Cobertura de salud:** El seguro de salud privado brinda iguales beneficios médicos a las parejas del mismo sexo.
- **Derechos familiares:** Se otorgan licencias remuneradas por matrimonio, uniones civiles, uniones simbólicas y adopción, asegurando un trato equitativo para todas las familias.

Unidad de negocio	Acciones clave y resultados 2025
Food Retail	• **Políticas y redes inclusivas:** Se establecieron políticas claras contra la discriminación y se lanzó un Grupo de Recursos para Colaboradores (ERG) que brinda un espacio seguro para la incidencia. • **Resultados de la encuesta de clima:** En 2025, evaluamos a 9,408 colaboradores (40% de participación). Entre los principales hallazgos, el 87% está de acuerdo en que la compañía promueve un lugar de trabajo inclusivo y seguro, y el 88% siente que puede ser auténtico en el trabajo. Sin embargo, dado que solo el 11% se autoidentifica como LGBTQ+, reconocemos la necesidad de seguir fortaleciendo la visibilidad. • **Reclutamiento:** Participación activa en Ferias Laborales para Personas Trans para impulsar una contratación diversa.
Shopping Malls	• **"Happy Pride" durante todo el año:** Una estrategia continua, no limitada al Mes del Orgullo, que incluye actividades de integración con la ONG Intersectional.

Inclusión de personas con discapacidad

(GRI 405-1)

El enfoque de InRetail sobre la inclusión de personas con discapacidad va más allá del cumplimiento legal (cumplimiento de la cuota) para enfocarse en la empleabilidad sostenible, la accesibilidad y la inclusión de largo plazo. En 2025, la compañía fortaleció sus alianzas con el CONADIS (Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad) y ONG especializadas para eliminar barreras en nuestros procesos de reclutamiento y promover rutas de empleo inclusivo en las unidades de negocio.

Ampliamos nuestra fuerza laboral inclusiva a 204 colaboradores con discapacidad (frente a 184 en 2024). Para impulsar este crecimiento, desplegamos "IncluIR PCD", un programa de empleabilidad dirigido que conectó a 86 candidatos con procesos de reclutamiento inclusivos y permitió cubrir con éxito 21 vacantes específicas.

Unidad de negocio	Iniciativas clave y resultados 2025
Food Retail	**Mi Talento es Único** Este programa promueve la inclusión de personas con discapacidad brindándoles oportunidades para desarrollar su potencial en el lugar de trabajo. En 2025, Food Retail reactivó su bolsa de trabajo dedicada a personas con discapacidad, fortaleciendo el acceso a oportunidades de empleo en las operaciones.
Pharma	**Programa Inclúyeme** Este programa se enfoca en ampliar las oportunidades de empleo para personas con discapacidad. En 2025, Pharma organizó su tercera feria laboral, "Inclúyeme 2025", en colaboración con el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP), el CONADIS, la Municipalidad Metropolitana de Lima y AddmeWork, reforzando la colaboración intersectorial para promover la contratación inclusiva.
Shopping Malls	**Programa de Talento Inclusivo** Este programa promueve la contratación de personas con discapacidad y asegura una experiencia laboral equitativa y enriquecedora en las operaciones de los centros comerciales. Esta iniciativa forma parte del compromiso más amplio de la compañía con la diversidad, la accesibilidad y los espacios de trabajo inclusivos.

Empoderamiento del talento sénior en Food Retail

(GRI 405-1)

El programa Experiencia de Oro

En 2025, InRetail implementó con éxito el programa "Experiencia de Oro", diseñado para fortalecer el reclutamiento y la inclusión de colaboradores mayores de 60 años. El programa busca aprovechar la experiencia, la estabilidad y las capacidades de mentoría de los profesionales sénior, fomentando la colaboración intergeneracional y dinámicas de equipo equilibradas.

En 2025, el programa contó con 60 participantes activos, lo que contribuyó a la estabilidad operativa y a la excelencia en el servicio al cliente.

Celebración de la diversidad cultural

(GRI 405-1)

En un país tan diverso como el Perú, donde el 69.7% de nuestra fuerza laboral se identifica como mestiza, definida por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) como las personas cuya ascendencia y costumbres reflejan una herencia cultural mixta, InRetail considera la diversidad cultural como una fortaleza estratégica. En 2025, la compañía consolidó su enfoque mediante el "Kit de Herramientas de Diversidad Cultural: El Perú que nos Une", un recurso diseñado para fomentar el orgullo por nuestra herencia y brindar herramientas prácticas para la colaboración intercultural.

Reclutamiento inclusivo y monitoreo

Para respaldar una representación cultural justa, integramos un mecanismo voluntario de autoidentificación en nuestro proceso de reclutamiento. Ello permite a los candidatos indicar si pertenecen a un grupo minoritario, lo que permite a la compañía dar seguimiento a las tasas de contratación y a la representación sin influir en los resultados de la selección.

Pharma

Programa Tantay

Derivado de la palabra quechua que significa "juntos", este programa fomenta la colaboración para construir espacios de trabajo seguros y justos. Durante 2025, implementamos "Jornadas de Intercambio Intercultural" en nuestros centros de distribución y tiendas principales, donde los colaboradores comparten tradiciones y conocimientos locales.

Integraciones Inkaraymis

Este programa tiene como objetivo crear espacios de celebración y camaradería para nuestro equipo de farmacias. Esta campaña llegó a 21 provincias del Perú, con 42 eventos realizados entre junio y agosto. Un total de 56 líderes administrativos participaron en esta experiencia, recorriendo todo el país.

Equidad salarial

(GRI 405-2) (GRI 2-19) (GRI 2-20) (GRI 2-21)

InRetail gestiona la compensación bajo el estricto principio de "Igual remuneración por igual trabajo". A 2025, el ratio de equidad salarial de género de la compañía se ubica en 0.89, por encima del promedio nacional, lo que refleja un avance significativo, reconociendo a la vez que aún queda trabajo por hacer. Las decisiones de compensación se respaldan en la metodología HayGroup, que permite evaluaciones objetivas de puestos y el establecimiento de bandas salariales justas y transparentes basadas en la responsabilidad, independientemente del género, el origen social o el estado civil.

El género nunca es un factor en las decisiones de remuneración, que se rigen por un enfoque riguroso y basado en datos:

- **Auditoría interna y metodología:** Como parte de nuestro proceso anual de auditoría, revisamos los incrementos salariales y la compensación de las nuevas posiciones para asegurar su alineación con los lineamientos establecidos y con nuestra metodología de valoración de puestos, promoviendo la equidad salarial interna. Asimismo, participamos en estudios de benchmarking de compensaciones realizados por Korn Ferry para evaluar la competitividad en el mercado y respaldar nuestra estrategia de atracción y retención del talento.
- **Resultados:** Nuestro análisis confirma que nuestra brecha salarial de género no explicada se mantiene significativamente por debajo del promedio del mercado (brecha ajustada).
- **Transparencia:** Brindamos total transparencia sobre las bandas de compensación durante el reclutamiento y las evaluaciones de desempeño, asegurando que los candidatos y colaboradores comprendan su posicionamiento dentro de la estructura salarial.

Ratio de compensación promedio

Nivel	Ratio de compensación
Promedio	0.89
Alcance	100%

Además de salarios justos e igual remuneración para hombres y mujeres, gestionamos activamente la jornada laboral para prevenir cargas de trabajo excesivas, asegurando que los colaboradores reciban una compensación adecuada por las horas extras. Asimismo, incentivamos a los colaboradores a tomar sus vacaciones y monitoreamos sus saldos de vacaciones para asegurar que cierren el año con no más de 10 días pendientes.

La jornada laboral vigente en InRetail consiste en 48 horas semanales flexibles para los colaboradores sujetos a supervisión directa.

El relacionamiento habitual con los representantes de los trabajadores nos permite evaluar continuamente las condiciones laborales e impulsar mejoras significativas.

Brindamos programas de capacitación y recalificación de la fuerza laboral para mitigar los efectos de los cambios industriales y climáticos, asegurando que los colaboradores cuenten con las habilidades y los

recursos necesarios para la sostenibilidad de su carrera a largo plazo. En 2024, fortalecimos nuestro enfoque al integrar la resiliencia climática en nuestra estrategia de desarrollo de la fuerza laboral.

Experiencia del Colaborador

Beneficios para los colaboradores

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

En InRetail Perú Corp. reconocemos que una experiencia positiva del colaborador es esencial para fomentar una fuerza laboral motivada, comprometida y de alto desempeño. A través de equipos dedicados a la gestión del bienestar, brindamos un amplio conjunto de beneficios diseñados para respaldar el bienestar físico, emocional y financiero de los colaboradores, extendiendo también el apoyo a sus familias. Los beneficios están diseñados para atender las diversas realidades de los roles administrativos y operativos en nuestras unidades de negocio.

Principales beneficios ofrecidos a los colaboradores:

Apoyo financiero	• Descuentos para colaboradores en todas las empresas de InRetail Perú Corp., incluidos educación, productos y servicios de salud, restaurantes, entretenimiento y supermercados. • Préstamos en condiciones favorables, incluidas tasas preferenciales a través de la cuenta CTS.
Salud y bienestar	• Atención psicológica gratuita, que brinda apoyo emocional confidencial a cargo de psicólogos profesionales. • Consultas médicas generales y nutricionales ofrecidas de manera gratuita a todos los colaboradores. • Cobertura de seguro de salud para los colaboradores y sus parejas, que permite el acceso a atención médica privada a nivel nacional.
Deportes	• Campeonatos interempresas, incluidos torneos de fútbol y vóley que promueven el bienestar físico, el trabajo en equipo y el espíritu de comunidad.
Equilibrio entre la vida laboral y personal, y flexibilidad	• Horario de verano implementado durante los primeros meses del año. • Modalidades de trabajo híbrido para el personal administrativo. • Opciones de trabajo a tiempo parcial para los colaboradores de supermercados. • Horarios de trabajo flexibles, con tres alternativas de jornada para los colaboradores administrativos. • Licencia sin goce de haber de hasta 30 días calendario, aplicable por motivos de salud, duelo, estudios o accidentes. • Bolsas de horas libres, incluidas 30 horas para el personal administrativo. • Permisos personales, que otorgan seis días al año al personal operativo para atender actividades personales, incluidos asuntos familiares y otras responsabilidades. • Licencia por cuidado familiar, que otorga hasta 7 días de licencia remunerada para apoyar a los colaboradores que cuidan a familiares con enfermedades terminales o graves.
Apoyo a madres y padres	• Retorno gradual al trabajo, que permite horarios a tiempo parcial durante uno o dos meses después de la licencia por paternidad y maternidad. • Licencia por maternidad remunerada de 98 días, conforme a los requisitos legales y adicional a los días de vacaciones anuales. • Licencia por paternidad extendida, por encima de lo exigido por ley, con días adicionales otorgados por las unidades de negocio: 7 en Food Retail, 6 en Pharma y 5 en Shopping Malls. • Políticas de adopción que otorgan 90 días de licencia adicionales a los establecidos por ley (30 días). • “Programa Maternidad de Dos”, que promueve la corresponsabilidad en las tareas del hogar y la crianza mediante charlas de expertos y entrevistas virtuales con especialistas. • Licencia por pérdida gestacional, que otorga tiempo libre para apoyar a las colaboradoras ante la pérdida de un hijo durante el embarazo.
Beneficios familiares	• Asignación familiar de S/ 102.5 mensuales para colaboradores con hijos menores de 18 años, o que cursan estudios superiores hasta los 24 años. • Vacaciones útiles, que ofrecen oportunidades de aprendizaje y desarrollo a los hijos de los colaboradores de entre 2 y 12 años mediante actividades recreativas. • Préstamos escolares, otorgados en febrero para cubrir los gastos relacionados con útiles escolares. • Premio a la Excelencia Académica, que reconoce a los hijos de los colaboradores mediante la entrega de cuadernos por un rendimiento escolar destacado.

La elegibilidad para los beneficios varía según la modalidad de contratación. Las ofertas más amplias —como la cobertura integral de seguros, las modalidades de trabajo flexible (incluidas las opciones híbridas y de horario flexible) y las iniciativas específicas de apoyo a madres y padres— están disponibles principalmente para los colaboradores a tiempo completo y no se extienden a los roles a tiempo parcial o temporales.

Beneficios de salario digno

En InRetail, entendemos que el salario digno va más allá de la compensación mensual e incluye el acceso a servicios esenciales que contribuyen a la salud, la educación y el bienestar financiero de los colaboradores. En 2025, los hallazgos de nuestro Censo de Salario Digno se utilizaron para identificar las necesidades clave y diseñar beneficios específicos orientados a respaldar el ingreso disponible de los colaboradores mediante el subsidio de servicios esenciales.

1. Acceso a la salud: programa "Fe Salud"

Necesidad identificada

Los resultados del censo mostraron que el 50% de los colaboradores tiene familiares sin seguro de salud, y la mitad de estos colaboradores reportó gastos de bolsillo mensuales en salud de entre S/ 50 y S/ 200.

Respuesta

Para atender esta necesidad, lanzamos "Fe Salud", un plan de seguro de salud privado asequible diseñado para proteger a los colaboradores y sus familias. Con planes desde S/ 22 mensuales, el programa incluye cobertura de emergencias, consultas ilimitadas y servicios de hospitalización.

Resultados 2025

Un total de 373 colaboradores se afiliaron al programa en nuestra plataforma retail, incluidos 279 de Food Retail y 42 de Pharma y Distribución, lo que aseguró la cobertura de familiares vulnerables que anteriormente no contaban con seguro.

2. Apoyo educativo: cerrando la brecha

Necesidad identificada

Según el censo, el 53% de nuestra fuerza laboral no había culminado la educación superior, lo que podría limitar su movilidad profesional y empleabilidad a largo plazo.

Respuesta

Para respaldar el acceso a la educación y el desarrollo de carrera, implementamos un Programa de Apoyo Académico en alianza con Zegel e IDAT. En el marco del programa, InRetail cubre el 100% de los derechos de matrícula y el 50% de las pensiones mensuales de los colaboradores participantes

Apoyo familiar

Reconociendo que el 37% de los colaboradores tiene hijos pequeños, también otorgamos préstamos de apoyo escolar y kits escolares para aliviar la carga financiera de la temporada escolar.

3. Bienestar financiero

Necesidad identificada

Solo el 11% de los colaboradores encuestados reportó tener capacidad de ahorro para el futuro.

Respuesta

InRetail se alió con Financiera Oh! para desplegar una hoja de ruta de Educación Financiera enfocada en la gestión del presupuesto y la reducción del endeudamiento.

Resultados 2025:

- Talleres de educación financiera sobre ahorro e inversión para 104 participantes.
- Se brindaron talleres de salud reproductiva y planificación familiar a 38 colaboradores.

- Se lanzó un programa de microcréditos para apoyar a los colaboradores de bajos ingresos que enfrentan necesidades urgentes, lo que contribuye a reducir la dependencia de mecanismos informales de préstamos abusivos.

Compromiso y escucha de los colaboradores

InRetail Perú Corp. reconoce el compromiso de los colaboradores como un impulsor importante del desempeño, la retención y el bienestar en el lugar de trabajo. En 2025, realizamos nuestra Encuesta anual de Clima y Liderazgo, con una tasa de participación de **98.1%**.

Mediante analítica basada en IA, se analizaron más de 45,000 comentarios de los colaboradores para identificar los principales puntos de dolor y las áreas prioritarias de mejora relacionadas con la satisfacción laboral, el propósito, la felicidad y el estrés laboral. Con base en estos hallazgos, se implementaron planes de acción específicos en las unidades de negocio.

En 2025, registramos alrededor de 1,700 horas de talleres complementarios de cultura en toda la plataforma, incluidos Food Retail y Pharma. **Métricas clave 2025:**

- **Puntuación de compromiso:** 85.9%
- **Net Promoter Score (eNPS):** 53.4

La tabla que detalla los niveles de satisfacción de los colaboradores por unidad de negocio y por año se encuentra disponible en el Anexo.

Evaluación de desempeño

(GRI 404-3)

En InRetail Perú Corp. estamos comprometidos con fomentar una cultura de alto desempeño mediante evaluaciones de desempeño estructuradas y retroalimentación continua. Nuestro proceso anual de evaluación de desempeño evalúa tanto los objetivos estratégicos como las competencias de los colaboradores. En 2025, más del 97% de los colaboradores fue evaluado.

A continuación, se presenta un resumen de los principales tipos de evaluaciones realizadas y el porcentaje de colaboradores que participó en cada una:

- Gestión por objetivos: 4%
- Evaluaciones de desempeño o multidimensionales: 2%
- Evaluación de desempeño por equipos: 33%
- Conversaciones ágiles (retroalimentación): 61%

Enfoques de evaluación

- Evaluación del equipo gerencial:

Las evaluaciones miden el avance respecto de los objetivos estratégicos alineados con el plan estratégico de la organización. Adicionalmente, evaluamos el avance en el desarrollo de competencias y revisamos las oportunidades de mejora.

- Evaluación de los colaboradores operativos:

El personal operativo participa en evaluaciones presenciales y procesos de capacitación enfocados en fortalecer las capacidades y el desempeño específicos de su rol.

Para fortalecer nuestra cultura de retroalimentación, revitalizamos "Feedbackton", renombrado como "Café con tu Jefe", reforzando el diálogo permanente entre los líderes y los equipos. Como resultado, el

61% de las conversaciones de desempeño se realizó mediante un enfoque ágil y orientado al desarrollo, en lugar de un proceso puramente administrativo.

Celebrando la excelencia: programas de reconocimiento

(GRI 404-3)

El reconocimiento a los colaboradores forma parte del enfoque de compromiso y retención de InRetail. En las unidades de negocio, implementamos iniciativas de reconocimiento diseñadas para valorar el desempeño, el liderazgo y la alineación cultural.

Algunos ejemplos son:

Food Retail: los premios "Líder Mandela" y "Super Star", que reconocen el liderazgo y las contribuciones individuales, así como la iniciativa "Milla Extra" para un reconocimiento inmediato en el momento.

Real Plaza: ampliación de los "Japi Awards", un reconocimiento que incorpora categorías de reconocimiento corporativo, otorgado por los líderes y entre pares.

Pharma: En 2025, el evento de reconocimiento "Corazón de Oro" reunió a más de 434 químicos farmacéuticos y técnicos de alto desempeño de 217 farmacias a nivel nacional para reconocer logros relacionados con el crecimiento de las ventas y la adhesión a nuestros valores ELICE. Este evento alcanzó puntuaciones de satisfacción de los participantes superiores al 92%.

Desarrollo del Capital Humano

(GRI 401-1, GRI 404-1, GRI 404-2) (GRI 403-6)

En InRetail Perú Corp., nuestra estrategia de talento está diseñada para fortalecer la resiliencia y la capacidad de adaptación de la organización. En un mercado laboral caracterizado por altos niveles de informalidad y brechas persistentes de habilidades, buscamos diferenciarnos ofreciendo oportunidades de empleo formal de largo plazo, desarrollo profesional y rutas de carrera claras.

En 2025, lanzamos "Futuro 99", nuestro modelo de competencias a nivel de toda la organización que redefine el alto desempeño al ir más allá de las métricas tradicionales de productividad para enfatizar la agilidad, la toma de decisiones basada en datos y el enfoque en el cliente. Futuro 99 orienta ahora los procesos clave de gestión del talento en toda la compañía, incluidos el reclutamiento, el desarrollo, la gestión del desempeño y la planificación de la sucesión.

Estrategias de atracción del talento

Nuestra estrategia de reclutamiento prioriza la equidad, la eficiencia y la movilidad interna. Para respaldar la objetividad en los procesos de reclutamiento, aplicamos un enfoque de CV ciego y herramientas basadas en IA que contribuyen a reducir los sesgos inconscientes e identificar a los candidatos que mejor se ajustan a nuestra cultura.

Estrategias clave implementadas en 2025:

- **Movilidad interna basada en IA:** A través del Proyecto AI Growth, mapeamos los perfiles del talento interno frente a las vacantes abiertas. En 2025, esta nueva herramienta permitió a InRetail cubrir 3 vacantes administrativas con candidatos internos, y se prevé escalarla **en** 2026 para reducir significativamente los costos de contratación y el tiempo de cobertura de vacantes.
- **Reclutamiento digital: InDigital XP** continuó atrayendo talento especializado mediante desafíos técnicos (hackatones) y alianzas con organizaciones como "Laboratoria".

Los datos de los colaboradores **desagregados por grupo etario, género y región pueden consultarse en el Anexo 1.**

Retención: abordaje de la rotación temprana

InRetail reconoce que la rotación temprana durante los primeros tres meses de empleo sigue siendo un desafío crítico en el sector retail, en particular en los roles operativos. En 2025, los esfuerzos de incorporación y retención se fortalecieron mediante estrategias específicas:

Unidad de negocio	Desafío	Estrategia de retención 2025
Food Retail	Alta rotación en las operaciones de tienda.	**"Learning Journey":** Una ruta de desarrollo estructurada diseñada para clarificar las oportunidades de progresión de carrera desde el inicio del empleo. Esta iniciativa se complementó con horarios flexibles a tiempo parcial para estudiantes, lo que respaldó la estabilidad de la fuerza laboral entre los colaboradores más jóvenes.
Pharma	Escasez de químicos farmacéuticos y técnicos calificados.	**"Mi Primera Botica":** Un programa intensivo de incorporación de 14 días para nuevos técnicos. Desde su implementación, la rotación temprana en este grupo disminuyó de **9% a 7%**.
Shopping Malls	Desalineación entre las expectativas del puesto y la realidad operativa.	**"Real Friend":** Un sistema de acompañamiento entre pares en el que colaboradores experimentados guían a los nuevos ingresos durante su incorporación.

Los datos de rotación voluntaria e involuntaria pueden consultarse en el Anexo 1.

Desarrollo y retención de colaboradores de alto potencial

En Shopping Malls, continuamos fortaleciendo las iniciativas orientadas a identificar, desarrollar y retener a los colaboradores de alto potencial (HIPER e HIPO) para respaldar la sucesión del liderazgo, la innovación y el crecimiento del negocio a largo plazo.

Colaboradores de alto desempeño (HIPER)

Los HIPER son profesionales experimentados identificados por contar con sólidas habilidades de liderazgo y alto potencial. Durante 2025, se implementaron planes de desarrollo de carrera a la medida mediante coaching, programas de capacitación y experiencias de aprendizaje. Asimismo, fortalecimos el proceso de selección combinando los datos de desempeño con revisiones exhaustivas de perfiles en colaboración con los gerentes de negocio. Como resultado, el número de HIPER se ajustó y su tasa de rotación disminuyó en comparación con el año anterior.

Colaboradores jóvenes de alto potencial (HIPO)

Los HIPO son colaboradores menores de 35 años que demuestran un alto desempeño, agilidad de aprendizaje y un alto potencial para una progresión de carrera acelerada. Su ruta de desarrollo se enfoca en la construcción específica de habilidades y en oportunidades estructuradas de crecimiento y movilidad.

Tasa de rotación 2025 de HIPER e HIPO:

HIPER/HIPO	2024	2025
HIPER	5%	4%
HIPO	9%	13%

Principales iniciativas de aprendizaje corporativo 2025:

Durante 2025, InRetail fortaleció su estrategia de aprendizaje corporativo mediante programas insignia diseñados para desarrollar capacidades a escala y acelerar la transformación organizacional.

Data Rockers

Data Rockers es una iniciativa de capacitación a nivel de toda la compañía orientada a guiar, potenciar, unificar y complementar las buenas prácticas en materia de datos en todas las unidades de negocio. El programa respalda el desarrollo de una cultura basada en datos y empodera a los equipos para tomar decisiones basadas en datos, promoviendo al mismo tiempo la alineación y la colaboración en toda la organización.

En 2025, Data Rockers integró un plan de estudios especializado con rutas de aprendizaje progresivas en:

- Power BI (básico, intermedio, avanzado)
- Big Query (básico, intermedio, avanzado)
- Excel Analytics (básico, intermedio).

El programa también incorporó módulos estratégicos sobre gestión de proyectos, toma de decisiones, storytelling con datos y pruebas A/B. En 2025, 556 colaboradores fueron certificados a través del programa, lo que respalda la adopción de una toma de decisiones basada en datos en las operaciones.

Formando a los líderes del mañana

En 2025, implementamos 8 programas de desarrollo del liderazgo adaptados a las necesidades operativas y de talento de cada unidad de negocio. Estas iniciativas se enfocaron en identificar y abordar las brechas de capacidades de liderazgo en toda la organización.

La IR Academy

La IR Academy es el ecosistema insignia de desarrollo de InRetail, diseñado para cerrar las brechas de competencias y preparar a los colaboradores para la era digital. En 2025, reestructuramos sus rutas de aprendizaje para alinearlas con el nuevo marco de competencias "Futuro 99".

Entre los principales resultados de 2025 se incluyeron:

- **Total de horas de capacitación:** 1,597.5 horas;
- **Cobertura de la fuerza laboral:** 33**%**;
- **Índice de satisfacción:** 4.7 de 5.

Programas de las unidades de negocio

Food Retail

El "Learning Journey" es el ecosistema de capacitación de plazaVea y Vivanda, diseñado para estandarizar la excelencia operativa y fomentar la movilidad interna.

El programa se estructura en torno a dos pilares estratégicos:

1. La Malla de Aprendizaje (marco curricular)

La Malla de Aprendizaje sigue un enfoque multidimensional que abarca:

- Temas regulatorios y culturales: Ética, SST, Calidad.
- Capacidades técnicas: Conocimientos especializados para las operaciones de Tienda y Logística.

- Cursos Mandela: Desarrollo de liderazgo y habilidades blandas alineado con el modelo de liderazgo de InRetail.

2. Escuelas especializadas (capacitación operativa)

Para fortalecer la estandarización de habilidades en áreas operativas clave, el programa incluye escuelas especializadas:

- Escuela de Perecibles: Capacitación teórica y práctica enfocada en la gestión de productos perecibles.
- Escuela de Cajas: Capacitación en procesos de tesorería y protocolos de atención al cliente.
- Escuela FUM (Front Unit Measurement): Capacitación en métodos de reposición orientados a mejorar la eficiencia y la productividad.

Resultados 2025:

- Total de horas de capacitación: 175,622 horas
- Satisfacción (NPS): 9.65 de 10
- Impacto social: 14,158 colaboradores capacitados pertenecen a poblaciones vulnerables, lo que mejora su empleabilidad.

Pharma

En 2025, la "Escuela de Éxito Farmacéutico" fue la principal iniciativa de desarrollo de habilidades en Pharma y alcanzó a un acumulado de 10,606 colaboradores, lo que representa el 53.2% del total de la fuerza laboral. El programa se enfocó en tres pilares estratégicos:

- Desarrollo personal y habilidades blandas
- Metodologías de venta
- Conocimiento experto de productos de marca propia.

Resultados 2025:

El programa logró vincular con éxito la capacitación con los resultados del negocio. Al dotar a los químicos farmacéuticos de mejores herramientas de servicio y de venta cruzada, logramos:

- Incremento del NPS en mostrador a 69.1. (frente a 64.1 en 2024)
- Incremento de los volúmenes de ventas totales y complementarias en las tiendas participantes.
- Crecimiento de la participación de los colaboradores, con 700 colaboradores capacitados adicionales en comparación con el año anterior.

Para complementar los esfuerzos de capacitación a gran escala, Pharma también implementó programas específicos diseñados para abordar brechas de talento concretas:

Programa de Formación Dual

Esta iniciativa combina la educación técnica con la formación práctica en el puesto de trabajo para contribuir a abordar la escasez de talento en el sector. En 2025, el programa benefició a 163 personas, alcanzó una tasa de contratación del 80% entre los egresados y fortaleció la cantera de talento a largo plazo.

"Corazón de Líder"

Corazón de Líder es una iniciativa de micro aprendizaje en formato pódcast enfocada en el desarrollo del liderazgo, la motivación de equipos y el análisis de datos. Este programa brinda acceso ágil a herramientas prácticas de gestión alineadas con la realidad operativa.

Shopping Malls

En Real Plaza, las iniciativas de capacitación y desarrollo combinan la alineación cultural con el desarrollo técnico y de liderazgo estructurado.

Ecosistema de liderazgo JAPI:

"Lidera JAPI 2.0"

Programa de desarrollo del liderazgo para los líderes actuales que capacitó a 67 Subgerentes y Líderes de Equipo en 2025**,** fortaleciendo el compromiso y reforzando la cultura JAPI.

"Boost Your JAPI DNA"

Programa de desarrollo diseñado para la próxima generación, que capacitó a 400 colaboradores sin rol de liderazgo en habilidades blandas, preparándolos para asumir futuros roles de liderazgo y asegurando una sólida cantera interna de talento.

People Analytics y compensación estratégica

(GRI 401-2, GRI 405-2)

En 2025, InRetail potenció aún más su ecosistema de talento basado en datos mediante la ampliación de las funciones analíticas de nuestro equipo Corporativo de Gestión de Datos de RR. HH. Este equipo, respaldado por sólidas prácticas de gobernanza y seguridad de datos, asegura que la información de los colaboradores se gestione con estándares adecuados de privacidad y protección, y constituye una base confiable para la toma de decisiones estratégicas.

Información sobre el talento basada en IA

La estrategia de People Analytics de InRetail ha evolucionado del reporte descriptivo hacia una analítica predictiva más avanzada, fortaleciendo la capacidad de la organización para anticipar las tendencias de la fuerza laboral y optimizar la asignación de recursos.

Iniciativas clave 2025:

Motor de movilidad interna (Proyecto AI Growth)

En 2025, InRetail amplió la automatización de los procesos de emparejamiento en el reclutamiento interno. Mediante el análisis de los perfiles de más de 3,000 colaboradores administrativos, las herramientas asistidas por IA contribuyeron a identificar talento interno con potencial para roles gerenciales. Esta iniciativa aceleró la progresión de carrera y generó ahorros significativos en los costos de reclutamiento al priorizar la movilidad interna sobre la contratación externa.

Escucha a escala

Se utilizaron herramientas de Procesamiento de Lenguaje Natural (PLN) para analizar la retroalimentación cualitativa recopilada a través de la Encuesta de Clima y Liderazgo. Ello nos permitió procesar al instante miles de comentarios de los colaboradores, identificar puntos de dolor específicos por unidad de negocio y desplegar "microplanes de acción" con mayor rapidez que nunca.

Impacto en el negocio

Un modelo predictivo identificó correlaciones entre determinados rasgos psicométricos y la productividad en ventas del personal de farmacias. Este hallazgo ha redefinido nuestro perfil de contratación para Pharma, fortaleciendo su enfoque de reclutamiento y contribuyendo directamente al desempeño comercial.

Estrategia de compensación y eficiencia

Bajo el liderazgo del equipo Corporativo de Compensaciones, InRetail integró herramientas analíticas y basadas en IA para monitorear las bandas salariales y fortalecer la competitividad.

Resultados clave:

Eficiencia operativa

Mediante la implementación de 12 modelos de People Analytics, incluidos dos nuevos modelos desplegados en 2025, InRetail fortaleció sus estrategias de retención y optimizó los procesos de asignación de recursos, generando ahorros operativos estimados en más de S/ 2.8 millones.

Digitalización

InRetail alcanzó un hito clave en 2025 al lograr la digitalización completa de los tableros de gestión humana, lo que brinda a los líderes acceso en tiempo real a la información relacionada con la compensación, la capacitación y los datos de desempeño de sus equipos.

En InRetail Perú Corp., el desarrollo del capital humano es una prioridad estratégica orientada a respaldar la continuidad del negocio, la excelencia operativa y la competitividad a largo plazo.

Seguridad y Salud en el Trabajo (SST)

Enfoque estratégico y gobernanza

(GRI 403-1; GRI 403-3 ; GRI 403-4; GRI 403-9)

En InRetail, la seguridad y salud en el trabajo es un componente central de la resiliencia operativa y del bienestar de la fuerza laboral. Operamos en cumplimiento de la normativa peruana de Seguridad y Salud en el Trabajo, incluida la Ley N° 29783 y su modificatoria, la Ley N° 30222, a través de nuestro Compromiso de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST) y de los sistemas de gestión relacionados.

Desde 2022, nuestro equipo de Gestión de SST es responsable del cumplimiento de este compromiso, así como de la supervisión de los procesos y políticas relacionados.

Cultura de seguridad e innovación

La cultura de seguridad se refuerza mediante la identificación proactiva de riesgos, el reporte de incidentes y el aprendizaje continuo. Se incentiva a los colaboradores y contratistas a reportar condiciones inseguras, cuasi accidentes e incidentes a través del Canal de reporte STOP, que permite la detección temprana de riesgos y la adopción oportuna de acciones correctivas.

En 2025, el 96% de los riesgos identificados y de los incidentes reportados fue atendido y cerrado.

Integración de la IA en el Canal STOP

En 2025, InRetail inició la integración de capacidades de Inteligencia Artificial en el canal STOP para respaldar la clasificación automatizada de los reportes y fortalecer la analítica predictiva de seguridad.

	2023	2024	2025
Número de reportes presentados	**33,278**	**43,547**	**43,305**

Semana de la Seguridad y Salud en el Trabajo

En colaboración con nuestros equipos de Gestión Humana y Comunicaciones, implementamos el Plan anual de Cultura de SST, orientado a fortalecer la conciencia sobre seguridad en las operaciones diarias y a promover una participación proactiva en la prevención de riesgos.

Programa de Equipos Críticos (PEC): Este programa se dirige a las operaciones de alto riesgo y se divide en varias etapas:

1. Elaboración de documentos: Desarrollo de procedimientos, instructivos, listas de verificación y presentaciones para asegurar prácticas de seguridad estandarizadas.

2. Capacitación: Realización de sesiones de Seguridad, Protección y Capacitación (SST) para instruir a los colaboradores sobre el uso adecuado de los equipos y los procesos operativos.

3. Control de EPP y señalización: Implementación de protocolos de SST relacionados con el equipo de protección personal para actividades de alto riesgo.

4. Control de supervisión: Realización de mantenimiento preventivo y de supervisiones internas y externas.

5. Mejora continua: Conformación de un Comité de Equipos Críticos y realización de auditorías de seguimiento para mejorar las medidas de seguridad.

En 2025, el PEC alcanzó un 95% de cumplimiento en las auditorías y redujo los accidentes relacionados con equipos.

Resiliencia y seguridad estructural

2025 ha sido un año decisivo para nuestros protocolos de seguridad, que ha conducido a un fortalecimiento fundamental de nuestra gestión de riesgos estructurales.

- **Plan de Inspección Estructural:** Lanzamos una auditoría de infraestructura a nivel nacional, liderada por expertos internacionales independientes, para validar la integridad de todos nuestros centros comerciales y centros logísticos.
- **Supervisión reforzada:** Los nuevos estándares de construcción y mantenimiento incluyen ahora revisiones dobles por pares y supervisión técnica especializada para todos los proyectos estructurales, lo que fortalece nuestros protocolos.

Food Retail

Mejoramos nuestra herramienta insignia de reporte, el Canal STOP, integrando Inteligencia Artificial para automatizar la segmentación de los actos inseguros.

- **Impacto 2025:** El sistema procesó más de 43,305 reportes con una tasa de cierre del 96%, lo que permitió una intervención predictiva antes de que ocurran los incidentes.

Competencia en tareas críticas

Priorizamos la competencia técnica en las operaciones de alto riesgo. El Programa de Equipos Críticos (PEC) certifica a los operadores responsables del manejo de maquinaria pesada como montacargas y apiladores.

En 2025, alcanzamos un 95% de cumplimiento en las auditorías de este programa, asegurando que solo el personal certificado maneje equipos logísticos críticos.

Cultura de seguridad

La campaña "#CeroAccidentes" reforzó las prácticas de seguridad conductual al involucrar directamente a los líderes operativos en prácticas preventivas en el área de trabajo. Logramos una disminución significativa de nuestra tasa de accidentabilidad, equivalente a una reducción del 16% respecto de 2024.

Pharma

Las operaciones de Pharma continúan operando bajo sistemas de gestión certificados en ISO 45001, que abarcan nuestra red de logística y distribución, incluidas las instalaciones de OSLO.

Esta certificación valida nuestro enfoque sistemático para gestionar los riesgos específicos de la industria, incluidos la manipulación de productos químicos y los desafíos ergonómicos en las farmacias.

Reporte digital y participación

La plataforma GISSAT se utiliza para respaldar el reporte descentralizado de peligros en nuestra extensa red de farmacias.

Aspectos destacados 2025

Las políticas de seguridad se comunicaron al 100% de nuestra fuerza laboral

Se formalizaron cinco Comités Paritarios de SST durante el año

Las intervenciones estratégicas permitieron una reducción del 40% de los accidentes de trabajo y mantener una baja tasa de ausentismo (1.5 días), lo que refleja una fuerza laboral más sana y segura.

Supervisión de la cadena de suministro

Las operaciones de Pharma mantienen protocolos de seguridad para los socios logísticos mediante una Matriz de Requisitos Documentarios y un riguroso proceso de aprobación de transportistas y contratistas, asegurando que nuestros valores de seguridad se extiendan a lo largo de la cadena de valor.

Shopping Malls

Responsabilidad extendida: contratistas

Dada nuestra dependencia de servicios especializados, aplicamos una supervisión estricta sobre nuestra cadena de valor. Mejoramos nuestro Puntaje de Auditoría de Proveedores de 62% (2023) a 80% (2024), asegurando que los socios de limpieza y seguridad cumplan estrictamente nuestros estándares de SST.

Bienestar integral

Más allá de la seguridad física, lanzamos el Programa **"**Sanamente", una iniciativa de salud mental diseñada para respaldar el bienestar psicosocial de nuestros equipos administrativos y operativos.

Identificación de riesgos, evaluaciones de riesgos y controles de SST (GRI 403-2)

Todas las unidades de negocio implementan una Matriz de Gestión de Incidentes (IPERC) para identificar sistemáticamente los riesgos, evaluar los incidentes y definir controles preventivos. La matriz se aplica a los incidentes que involucran a colaboradores y a proveedores de servicios contratados dentro de las operaciones de InRetail.

El IPERC utiliza una metodología estandarizada basada en riesgos, que evalúa los incidentes en función de su probabilidad y severidad, y establece procedimientos claros para la comunicación, la gestión y las acciones de seguimiento de los incidentes. Este enfoque permite identificar las causas raíz, definir las medidas de control adecuadas e integrar los aprendizajes en los procesos operativos, respaldando una cultura de prevención y mejora continua.

Para un desglose detallado de nuestra metodología de Identificación de Peligros, Evaluación de Riesgos y Control (IPERC), por favor **consultar el Anexo**.

Comité de SST

Cultivando una cultura de seguridad basada en valores

InRetail busca fomentar una sólida cultura de seguridad y salud en el trabajo mediante la integración de los principios de seguridad en las operaciones diarias y en los procesos de toma de decisiones de toda la organización. Los equipos de liderazgo monitorean activamente las conductas en el lugar de trabajo y las condiciones operativas para respaldar la mitigación oportuna de los peligros identificados y el cumplimiento de los protocolos internos, las políticas y las mejores prácticas de la industria.

Metodologías de investigación de incidentes: 5 Porqués y SCAT (GRI 403-4)

En todas las unidades de negocio, InRetail aplica metodologías estructuradas de investigación de incidentes diseñadas para identificar las causas raíz, en lugar de síntomas aislados, y fortalecer las acciones preventivas.

La metodología de los "5 Porqués" se utiliza para analizar las causas subyacentes mediante preguntas iterativas (preguntando "¿Por qué?" cinco veces consecutivas), lo que ayuda a los equipos a ir más allá de los síntomas inmediatos para identificar los factores contribuyentes.

Para los incidentes más complejos, InRetail aplica la Técnica de Análisis Sistemático de Causas (SCAT), que permite una revisión integral de los incidentes mediante el mapeo de las causas inmediatas, los factores contribuyentes subyacentes y las causas subyacentes de carácter organizacional o relacionadas con la gestión.

Estas metodologías respaldan los procesos de mejora continua y contribuyen a fortalecer la gestión preventiva de riesgos.

Estándares de seguridad y salud en el trabajo para proveedores (GRI 403-7)

Para salvaguardar la seguridad y la salud a lo largo de nuestra cadena de valor, InRetail aplica un Proceso estructurado de Calificación y Validación de Proveedores, respaldado por una verificación independiente de terceros. Este proceso asegura que los proveedores y contratistas cumplan nuestros estándares corporativos de seguridad y salud en el trabajo antes de operar en nuestras instalaciones.

Controles operativos para el personal de terceros:

Todos los contratistas externos deben cumplir los mismos estándares de seguridad que nuestra fuerza laboral interna. Los requisitos obligatorios incluyen:

- Equipo de protección personal (EPP) adaptado a los riesgos operativos específicos.
- Cumplimiento en seguros: Verificación de la vigencia del Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR) para todas las actividades de alto riesgo.
- Protocolos de salud ocupacional: Confirmación de la atención de salud y la aptitud médica adecuadas para las tareas específicas que se realizan.

Relacionamiento y supervisión permanentes:

Para fortalecer una cultura de seguridad proactiva, InRetail realiza reuniones de coordinación bimestrales con los proveedores estratégicos y los socios de mantenimiento que participan en actividades de alto riesgo. Estas sesiones están diseñadas para:

1. Monitorear el cumplimiento de los protocolos de seguridad establecidos y de los requisitos contractuales.

2. Revisar los incidentes y las condiciones de riesgo para fortalecer las medidas preventivas y respaldar la protección permanente de nuestros colaboradores, visitantes e infraestructura.

Capacitación en seguridad y salud para los trabajadores

(GRI 403-5)

La capacitación es un pilar del sistema de gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST) de InRetail Perú Corp., que respalda la prevención de accidentes, el cumplimiento normativo y el desarrollo de una sólida cultura de seguridad en las operaciones. Mediante una capacitación continua y específica para cada rol, los colaboradores adquieren los conocimientos y las habilidades necesarios para identificar peligros, gestionar riesgos y responder eficazmente ante emergencias.

En 2025, InRetail alcanzó una tasa de culminación de la capacitación en SST del 96%, superando la meta interna de cumplimiento de la compañía del 95%. En promedio, cada colaborador recibió aproximadamente 3.95 horas de capacitación, lo que refleja nuestra inversión sostenida en las capacidades de la fuerza laboral y en una gestión de la seguridad enfocada en la prevención.

Food Retail

La capacitación en SST en Food Retail se adapta a los roles y responsabilidades operativos, con foco en los riesgos más relevantes para los entornos de tiendas y logística.

Los temas centrales incluyen ergonomía, trabajo fuera de la oficina, seguridad logística, orden y limpieza en el lugar de trabajo, identificación de peligros y control de riesgos, respuesta ante emergencias y prácticas de trabajo seguro.

Los protocolos y procedimientos clave se refuerzan dos veces al año.

Principales logros en 2025:

- Ampliación de #CeroAccidentes: Reforzamos nuestra cultura de prevención mediante capacitaciones interactivas, protocolos mejorados y canales de comunicación abiertos que empoderan a los colaboradores para participar activamente en la gestión de la seguridad.
- 100% de cumplimiento del Programa Anual de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST).

Pharma

Los colaboradores de Pharma reciben al menos cuatro sesiones obligatorias de capacitación en SST al año, que abarcan: identificación de peligros, seguridad de la infraestructura, preparación ante emergencias y manipulación segura de herramientas y equipos.

La comunicación sobre SST se refuerza mediante canales digitales y presenciales, incluida la plataforma GISSAT, que permite reportar actos y condiciones inseguros.

Principales logros en 2025:

- 100% de difusión de las políticas y procesos de SST,
- 100% de los grupos de colaboradores recibió capacitación en SST
- Se realizaron 84 sesiones presenciales de capacitación a gran escala y 48 sesiones de inducción, en beneficio de 459 nuevos colaboradores.
- Se realizó el Taller de Liderazgo enfocado en productividad, seguridad y percepción del riesgo.

Shopping Malls

Shopping Malls opera un programa integral de capacitación en SST que abarca cursos obligatorios como cultura de seguridad, evacuación en caso de sismo y primeros auxilios, seguridad basada en el comportamiento (SBC), prevención de trastornos musculoesqueléticos, y mitos y verdades sobre la alimentación y los estilos de vida saludables. La capacitación especializada incluye Soporte Vital Básico, RCP y el uso del desfibrilador externo automático (DEA), así como capacitación en el sistema de gestión de datos de SST y en cumplimiento normativo.

Para el personal de terceros permanente, la capacitación aborda también la SST, la prevención del hostigamiento sexual, la atención al cliente y los derechos humanos. Adicionalmente, se realizan charlas breves de seguridad al inicio de cada turno para reforzar estos conceptos.

Principales logros en 2025:

- Implementación del Programa de Salud Mental "Sanamente", en beneficio de un total de 39 colaboradores.
- Lanzamos Cultura que Cuida, un programa diseñado para fortalecer y evolucionar la cultura de seguridad de Real Plaza hacia un enfoque más humano, estratégico y sostenible.

Nuestros Clientes

En InRetail, nuestros clientes son centrales para nuestra estrategia de negocio y nuestra competitividad a largo plazo. Buscamos brindar experiencias consistentes, seguras y de alta calidad en nuestros canales físicos y digitales, fortaleciendo la confianza mediante prácticas empresariales responsables.

Nuestro enfoque hacia el cliente se basa en la escucha y la mejora continua, respaldado por herramientas como la medición del Net Promoter Score (NPS), sólidos controles de privacidad de datos y ciberseguridad, y estrictos sistemas de calidad e inocuidad de los productos. A través de nuestros negocios de Food Retail, Pharma y Shopping Malls, también promovemos opciones de consumo más saludables y ampliamos el acceso a productos y servicios que contribuyen al bienestar.

Al integrar estos principios en las operaciones diarias, reforzamos la lealtad, fortalecemos nuestra propuesta de valor y aseguramos que el crecimiento esté alineado con prácticas de mercado responsables y sostenibles.

Propuesta de valor diferenciada por división

Food Retail

Nuestra división de Food Retail despliega una estrategia multiformato diseñada para atender diversas misiones de compra y las necesidades específicas de nuestros clientes:

- **Hipermercados y supermercados (plazaVea y Vivanda):** Estos formatos brindan una experiencia de compra superior mediante una amplia gama de productos diferenciados —incluido nuestro portafolio de marcas propias— adaptados a las necesidades de personas y familias que buscan variedad y servicio.
- **Hard Discount (Mass):** Como motor de inclusión, Mass se enfoca en bienes de consumo esenciales a precios inigualables. Su presencia descentralizada asegura la asequibilidad y el acceso a una nutrición básica para comunidades de todo el país.
- **Cash and Carry (Makro):** Makro actúa como socio estratégico del sector HoReCa (hoteles, restaurantes y catering). Además de ofrecer productos al por mayor a precios competitivos, Makro empodera a los emprendedores locales mediante soluciones comerciales a la medida.

Pharma

- **Inkafarma:** Bajo un modelo de "Precio Bajo Todos los Días", Inkafarma se dedica a asegurar la accesibilidad y asequibilidad de los medicamentos esenciales, en particular para las poblaciones desatendidas a nivel nacional.
- **Mifarma:** Este formato combina un enfoque de farmacia tradicional con un fuerte foco en belleza y bienestar. Su propuesta de valor se refuerza con el programa de fidelización "Monedero del Ahorro", que aprovecha los datos para ofrecer promociones dirigidas y beneficios personalizados.

Shopping Malls

- **Real Plaza** trasciende el concepto tradicional de retail para operar como una red de centros urbanos de estilo de vida. Al albergar experiencias culturales, deportivas y familiares, transformamos nuestros activos en espacios comunitarios dinámicos que fomentan la inclusión social, la recreación y la conexión local. Con 22 activos —que van desde centros comerciales regionales hasta Power Centers (formatos más pequeños anclados por una tienda principal como plazaVea)— y más de 862,000 metros cuadrados de Área Bruta Arrendable (ABA), Real Plaza ofrece una combinación de retail, gastronomía, entretenimiento y servicios.

Nuestras marcas

Nuestras marcas propias cumplen un rol fundamental en el enriquecimiento de la experiencia del cliente y en el fortalecimiento de nuestro liderazgo en el mercado. Con más de 40 marcas propias en Food Retail y más de 20 en Pharma, ofrecemos líneas de productos exclusivas diseñadas para atender las necesidades cambiantes de los clientes.

Estas marcas reflejan nuestro enfoque en:

1. Innovación y diferenciación: Nuestros productos se distinguen por empaques innovadores y surtidos seleccionados. Estos elementos nos ayudan a responder a las tendencias emergentes de consumo y a mantenernos a la vanguardia en mercados competitivos.

2. Rentabilidad y competitividad: Al ofrecer unidades de mantenimiento de existencias (SKU) exclusivas en diversas categorías, brindamos propuestas de valor sólidas a una amplia gama de consumidores, equilibrando la asequibilidad con márgenes sostenibles.

3. Cumplimiento normativo y excelencia: Cumplimos los estándares de la industria, lo que refuerza nuestro compromiso con la inocuidad, la transparencia y una calidad de producto consistente.

Marcas de Food Retail

- **plazaVea:** Bell's, Boreal y Balanze (3)
- **Makro**: ARO, M&K, BALDARACCI, VIÑA ANDINA, TERNEZ (5)
- **Mass:** Villa Fresca, Clean line, Pet Forte, Super Sol, Nube, Scala, Mistral, Suli, Mithos, El Granelito, Clean Power, Deliolio, Ponte, Dolce Notte, Bom Día, Jubilo, Santa Isabel, buen Punto, Huerto Mágico, Válida, Mate, Baransú, Dura Clean, Spark, Avenly, Branchetto, Homa, Derezzo, Devoción, Bocaretta, Taqkay, Barmix (32).

Marcas de Pharma:

- CAPILATIS
- COLLAFLEX
- SUNVIT
- NINET
- SECOS
- LADY FREE
- TOTALDENT
- BABYLAC
- BABYMA
- VITAL ADULTO
- VITAL BEAUTY
- VITAL GLUCO CONTROL
- VITAL PEDIATRICO
- RECOVER PROTEIN
- VITAMINS FOR LIFE EFERVESCENTES
- VIVACTIV

- GERIAPLUS
- ARTRIALIV
- MEDCELL
- NON SUN
- VITAGEL

Nuevos mercados: ecosistema digital e innovación

Nuestro ecosistema digital es un impulsor clave de la experiencia del cliente, la eficiencia operativa y la inclusión en nuestras plataformas retail. En 2025, fortalecimos nuestros canales digitales y ecosistemas de fidelización, ampliando el acceso a productos y servicios, mejorando la conveniencia y respaldando nuevas oportunidades de negocio para clientes y socios.

Food Retail

Operamos una estrategia dual que combina el consumo de alta frecuencia con un modelo de marketplace inclusivo.

La sinergia entre Agora Shop y plazaVea fortaleció las capacidades de última milla, manteniendo el liderazgo en el segmento de entrega rápida (<15 min). Nuestra plataforma de productos no alimentarios también se expandió significativamente, con más de 1,200 vendedores activos y un catálogo de más de 100,000 SKU. Cabe destacar que el 40% de los vendedores son MYPESlocales, lo que les permite un acceso más amplio a una base de clientes a nivel nacional y a infraestructura logística. Como resultado,

Food Retail logró un incremento de 47% en las ventas digitales de alimentos en 2025.

El ecosistema Agora:

Agora continúa consolidando su rol como plataforma digital central que conecta soluciones de retail y fintech.

En 2025, superó los 3.5 millones de usuarios registrados, con 1.2 millones de usuarios activos mensuales que participan en el ecosistema de fidelización y pagos. A través de Agora Pay, brindamos soluciones de pago digital a más de 500,000 usuarios previamente no bancarizados, contribuyendo a los objetivos de inclusión financiera del Perú.

Pharma

Nuestra estrategia digital en Pharma se enfoca en la accesibilidad y la eficiencia operativa. A través de Mi Química

(B2B), hemos ampliado nuestra plataforma para atender a 8,500 farmacias independientes (+41% frente a 2024), respaldando la gestión de inventarios y mejorando el acceso al abastecimiento en zonas remotas. A nivel del cliente, las aplicaciones de Inkafarma y Mifarma impulsaron un incremento de 25% en las ventas digitales, respaldado por nuevas funcionalidades

que permiten a los clientes dar seguimiento a la reposición de medicamentos para enfermedades crónicas y mejorar la continuidad del tratamiento. En 2025, abrimos nuevos multiformatos, asegurando que estos formatos de alto crecimiento mantengan niveles óptimos de stock y estándares de servicio premium en todo el país.

Shopping Malls

Real Plaza continúa fortaleciendo su experiencia integrada digital y física para el cliente mediante su estrategia “Phygital”. La App de Real Plaza respalda el relacionamiento con los locatarios al integrar

servicios como el pago del estacionamiento, la geolocalización de tiendas y el registro en eventos. Estas funcionalidades generan valiosa información sobre el comportamiento y permiten una comunicación más personalizada, lo que contribuye a incrementar la frecuencia de visitas y a respaldar las ventas de los locatarios. Click & Collect se mantiene como un servicio clave, con altas tasas de penetración.

Métricas de desempeño digital

Nuestras plataformas evidencian una adopción sostenida y un impacto en los ingresos:

Indicador	2023	2024	2025	Meta 2025
% de clientes que utilizan plataformas digitales	6.0%	5.5%	7.2%	6.0%
% de los ingresos totales provenientes de ventas en línea	4.0%	3.2%	4.5%	4.0%

Aspectos destacados 2025:

Gobernanza y despliegue de la IA - Lanzamos formalmente nuestra Agenda interna de IA para fomentar la colaboración entre unidades. En 2025, escalamos iniciativas que van desde la optimización de rutas logísticas (que reduce directamente las emisiones de carbono) hasta el análisis de sentimiento en Real Plaza, transformando la retroalimentación cualitativa en información accionable para mejorar la experiencia del cliente.

Privacidad del cliente y seguridad de los datos

La privacidad y protección de los datos personales de nuestros clientes es una prioridad estratégica. A medida que InRetail amplía su ecosistema digital —a través de plataformas como Agora y nuestras plataformas omnicanal—, salvaguardar la confianza de los clientes resulta esencial para la resiliencia operativa y la competitividad a largo plazo. Por ello, abordamos la privacidad de los datos no solo como un requisito de cumplimiento, sino como un elemento central de la conducta ética y la gestión de riesgos.

Nuestro marco de gobernanza de datos está alineado con la Ley peruana N° 29733 (Ley de Protección de Datos Personales) y se respalda en nuestra Política Corporativa de Seguridad de la Información. La información de identificación personal (PII), incluidos los datos biométricos y de contacto, se trata bajo estrictos estándares de confidencialidad, integridad y control de accesos.

Uso secundario y transparencia (opt-in)

Los datos de los clientes se recopilan principalmente para brindar productos y servicios. Cuando los datos se utilizan para fines secundarios —como promociones personalizadas, campañas de fidelización, saludos de cumpleaños o publicidad dirigida—, ello se realiza mediante mecanismos de consentimiento explícito.

Aproximadamente el 50% de los datos de los clientes se utiliza para estos fines secundarios, respetando siempre los derechos de los titulares de los datos y de conformidad con los requisitos legales aplicables.

2025	SPSA	Real Plaza	Pharma
% de clientes cuyos datos se utilizan para fines secundarios.	48%	66%	51%

Desempeño: cero brechas

En 2025, registramos cero reclamos fundamentados relacionados con violaciones de la privacidad de los clientes y ninguna fuga, robo o pérdida identificada de datos de clientes. Este historial valida la efectividad de nuestros controles técnicos frente al acceso no autorizado y el uso indebido.

Derechos y control de los usuarios (ARCO)

Aseguramos que los clientes mantengan el control sobre sus datos personales. Nuestra Política de Privacidad establece mecanismos claros y accesibles para que los clientes ejerzan sus derechos ARCO (Acceso, Rectificación, Cancelación y Oposición). En particular, aseguramos que los usuarios puedan, de manera sencilla:

- **Gestionar el consentimiento:** Otorgar o revocar el consentimiento para su inclusión en bases de datos.
- **Darse de baja (opt-out):** Desuscribirse de las comunicaciones comerciales de manera inmediata.
- **Derecho al olvido:** Solicitar la eliminación de sus datos, la cual ejecutamos en pleno cumplimiento de los plazos legales.

Las bases de datos se almacenan conforme a la voluntad del titular de los datos. Si un cliente solicita la eliminación de su información, procederemos de conformidad con la ley.

Para proteger la confidencialidad y la integridad de la información, aplicamos los lineamientos establecidos en nuestra Política General de Seguridad de la Información y en nuestra Política de Navegación, asegurando medidas técnicas para prevenir el acceso no autorizado, la pérdida o el uso indebido.

Experiencia del Cliente

Enfoque estratégico: la voz del cliente

En InRetail, escuchar a nuestros clientes es esencial para nuestra mejora continua. Utilizamos el Net Promoter Score (NPS) como nuestro principal indicador estratégico para medir la lealtad de los clientes y evaluar la calidad del servicio en nuestras unidades de negocio.

Alcance y cobertura

La medición del NPS abarca el 100% de los ingresos generados por las unidades de negocio con interacción directa con los clientes, lo que permite un monitoreo consistente de la experiencia del cliente en los canales físicos y digitales y asegura que nuestra cultura "centrada en el cliente" esté respaldada por datos.

Desempeño del NPS por unidad de negocio

Unidad de negocio	2023	2024	2025
Food Retail	56.33%	58.8%	63.0%
Pharma	52.23%	64.1%	71.5%
Centros comerciales	67.10%	69.5%	62.7%

Trayectoria del desempeño (2022–2025)

Nuestro desempeño en NPS se ha fortalecido de manera sostenida en el tiempo, lo que refleja la consolidación progresiva de nuestro modelo de gestión de la experiencia del cliente.

En 2022, establecimos la línea base de nuestro ecosistema de medición del NPS, alcanzando una cobertura del 90% de los ingresos, muy por encima de nuestra meta inicial de 55%. Este hito marcó la institucionalización formal del NPS como KPI corporativo.

En 2023 alcanzamos la cobertura total de los ingresos (100%), superando nuestra meta de 59%. Los esfuerzos coordinados entre las unidades de negocio dieron como resultado un NPS promedio de 54.8%, estableciendo un referente sólido para la experiencia del cliente.

En 2024 mantuvimos la cobertura del 100% y profundizamos el uso operativo de la información del NPS. Este enfoque nos permitió superar nuestra meta anual, alcanzando un NPS promedio de 64.2%, lo que demuestra avances medibles en la consistencia del servicio y en una ejecución centrada en el cliente.

En 2025, continuamos priorizando la consistencia, la excelencia en el servicio y la integración digital. Mantuvimos la cobertura del 100% de los ingresos y alcanzamos un NPS consolidado de 65.7%, [superando/en línea con] nuestra meta anual de 62%, lo que refuerza la madurez y estabilidad de nuestro marco de experiencia del cliente.

- ***Impulsor clave:*** **Este desempeño fue impulsado por mejoras en**
  - Aprovechamiento de la transformación digital y la inteligencia artificial para fortalecer la experiencia del cliente y la excelencia operativa.
  - Entrega de un recorrido omnicanal fluido entre los puntos de contacto físicos y digitales.
  - Mejora de la disponibilidad de productos y de la conveniencia para atender mejor las necesidades de los clientes.
  - Integración de la información de los clientes mediante la escucha activa y mecanismos de retroalimentación.
  - Inversión en la mejora continua de tiendas y centros comerciales.
  - Alineación de productos y servicios con la creciente demanda de sostenibilidad por parte de los consumidores.
  - Mantenimiento de altos estándares de calidad, seguridad y confianza del consumidor.

Calidad y Responsabilidad del Producto

Salud y nutrición

En InRetail, reconocemos nuestro rol en la influencia sobre el bienestar de los consumidores a través de los productos y servicios que ofrecemos, así como en la configuración de la salud pública. A través de nuestra plataforma "Vivir Bien", promovemos opciones más saludables en nuestras unidades de Food Retail y Pharma mediante el fortalecimiento de los estándares nutricionales, la transparencia y el marketing responsable.

Política Corporativa de Salud y Nutrición

(GRI 416-1) (GRI 417-2) (GRI 417-3)

Nuestra Política Corporativa de Salud y Nutrición se aplica a todos nuestros negocios de alimentos y farmacéuticos, así como a los proveedores de marcas propias. Esta política define nuestros compromisos de:

- Diversificar la oferta de productos para atender una variedad de necesidades nutricionales.
- Colaborar con los proveedores para mantener altos estándares de investigación y calidad de los productos.
- Fortalecer la transparencia mediante la comunicación clara de la composición de los productos y de sus beneficios para la salud.
- Promover estilos de vida saludables mediante iniciativas educativas y un marketing responsable.
- Monitorear y mejorar continuamente el perfil nutricional de nuestros portafolios de productos.

- Hacer que los productos más saludables sean más asequibles y de más fácil acceso en nuestros mercados.
- Promover el consumo responsable mediante la oferta de tamaños de porción adecuados e información clara.
- Proporcionar declaraciones de nutrientes e información nutricional adicional en todos nuestros productos en cada mercado donde operamos.

Ingresos por salud y nutrición

Damos seguimiento a los ingresos provenientes de productos saludables y a la participación de las ventas alineadas con sistemas de calificación de la calidad nutricional.

Ingresos de productos de marca propia con:	2022	2023	2024	2025
% sistemas de calificación de la calidad nutricional	100%	100%	100%	100%
Total de ingresos de productos saludables	692,559,461	850,882,681	1,091,107,711	1,443,100,144
Total de ingresos de alimentos y bebidas	847,585,373	1,061,596,106	1,351,656,796	1,638,627,957
% de ingresos de productos saludables	81.7%	80.2%	80.7%	88.1%

Impacto en el mercado: A través de plazaVea y Vivanda, hemos ampliado nuestro surtido "Bio" y "Eco-friendly", seleccionando un portafolio especializado que responde a las preferencias por productos orgánicos, libres de gluten y de etiqueta limpia. Este surtido estratégico no solo responde a las tendencias del mercado, sino que también respalda nuestro compromiso con el consumo responsable.

Monitoreo y mejora de la nutrición

Monitoreamos y evaluamos continuamente la composición nutricional de nuestro portafolio de productos e implementamos iniciativas de reformulación para mejorar la calidad nutricional. En 2025, el 39% de las ventas de marcas propias se clasificó como productos más saludables (con mayor valor nutricional o composición mejorada). Adicionalmente, los ingresos de productos con mayor valor nutricional —como aquellos con vitaminas esenciales, minerales, fibra o fitoquímicos— representaron el 40% de las ventas, con un incremento de 1% respecto de 2024.

Marketing y etiquetado

Nuestra estrategia de nutrición se respalda en una rigurosa hoja de ruta de reformulación enfocada en reducir los nutrientes críticos (sodio, azúcar, grasas saturadas) manteniendo la calidad de los productos. Cumplimos los requisitos legales relativos a la información y el etiquetado de productos y servicios, asegurando una comunicación clara, veraz y transparente con nuestros consumidores. Nos ceñimos a la Ley peruana N° 30021 (Ley de Promoción de la Alimentación

Saludable), asegurando un 100% de transparencia mediante el sistema obligatorio de advertencias "octógonos" en todos los productos de marca propia aplicables.

Durante 2025, no se registraron incumplimientos relacionados con el etiquetado y el marketing que dieran lugar a multas o sanciones.

Casos de incumplimiento	Relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	Relacionados con las comunicaciones de marketing
De normativas que dan lugar a multas o sanciones	0	0
De normativas que dan lugar a una amonestación	0	0
De códigos voluntarios	0	0

Nutrición, salud y asequibilidad por unidad de negocio

Food Retail

En línea con nuestra Política Corporativa de Salud y Nutrición, Food Retail aplica una estrategia integral diseñada para democratizar el acceso a una nutrición de alta calidad. Nuestro enfoque se rige por estándares científicos globales —en particular el Codex Alimentarius (FAO)—, asegurando que cada receta desarrollada en nuestro Centro de Manufactura se ajuste a rigurosos lineamientos de inocuidad y nutrición. Estos lineamientos también están integrados en nuestra Política de Agricultura Sostenible y en nuestro Manual HACCP, lo que asegura un enfoque consistente y basado en la ciencia para la formulación de productos y la inocuidad alimentaria.

Esta estrategia se implementa a través de tres pilares:

- Reducir los ingredientes nocivos (es decir, azúcar añadida, sodio y grasas saturadas)
- Fortificar los productos con nutrientes esenciales (es decir, fibra, vitaminas y minerales).
- Aplicar estrategias de control de porciones e innovación de productos para respaldar decisiones informadas de los consumidores (habiendo alcanzado a más de 4 millones de usuarios a través de nuestras cuentas en redes sociales)

Evolución del portafolio:

En 2025, ampliamos nuestro portafolio de marcas propias para atender necesidades alimentarias específicas en evolución, incluidas alternativas de origen vegetal y libres de gluten.

- Innovación de origen vegetal: En 2025, fortalecimos nuestra marca "La Florencia" con el lanzamiento de una nueva línea vegana (2 SKU). Estos productos ofrecen alternativas asequibles de origen vegetal que mantienen un alto valor nutricional.
- Ampliación de la línea libre de gluten: Sobre la base de nuestra hoja de ruta de 2023, nuestra línea libre de gluten continúa creciendo, con dos productos adicionales actualmente en evaluación para 2026.

Relacionamiento con los consumidores:

El ecosistema "Mundo Saludable": La transparencia y la educación son centrales en nuestra propuesta de valor. Nuestra iniciativa "Mundo Saludable" funciona como una guía de navegación dentro de plazaVea y Vivanda, que destaca los productos "mejores para ti", incluidas las opciones orgánicas, sin azúcar y vegetarianas.

Pharma

En Pharma, promovemos la salud preventiva mediante la innovación en productos enriquecidos con nutrientes. Vamos más allá de la medicina curativa para promover la salud preventiva. Un equipo dedicado de especialistas colabora con socios comerciales para desarrollar formulaciones enriquecidas con nutrientes, como la aspirina fortificada con vitaminas. Estas innovaciones se alinean con nuestro

objetivo más amplio de abordar las brechas nutricionales mediante productos farmacéuticos de valor agregado.

Calidad e inocuidad de los productos (retiro del mercado)

Food Retail

Gobernanza

La inocuidad y la calidad de los productos se rigen por nuestra Política Corporativa de Aseguramiento de la Calidad, que se aplica a toda la cadena de valor, desde la calificación de proveedores y los controles de fabricación hasta la distribución y la entrega final al cliente. Este marco establece roles y responsabilidades claros, mecanismos de monitoreo y acciones correctivas para asegurar el cumplimiento de los estándares internos y de los requisitos regulatorios aplicables.

La calidad de los productos se respalda en la integración de tecnologías emergentes como la IA, que fortalecen los procesos de monitoreo, trazabilidad y mejora continua. Establecemos objetivos cuantitativos para evaluar y mejorar el desempeño en calidad de los productos en nuestras operaciones y exigimos a los proveedores el cumplimiento de los estándares de calidad aplicables a nuestros productos y servicios.

En Food Retail, operamos un Procedimiento estructurado de Gestión de Incidentes de Calidad que permite la detección temprana y la resolución de problemas derivados de las entregas de productos, los reclamos de clientes o las inspecciones de rutina. En los casos que involucran lotes de productos comprometidos, activamos un protocolo formal de retiro con responsabilidades, procedimientos de comunicación y plazos de respuesta claramente definidos para asegurar una contención rápida y la protección de los clientes.

Para fortalecer los controles preventivos, realizamos auditorías de calidad periódicas en tiendas y centros de distribución para mitigar proactivamente los riesgos y salvaguardar la integridad de los productos.

Control de calidad habilitado por IA en el Centro de Acopio

Para fortalecer los controles preventivos de calidad de las frutas y verduras perecibles, Food Retail está implementando un sistema de inspección habilitado por IA en su Centro de Acopio. El proyecto utiliza modelos de visión por computadora e inteligencia artificial para pasar del muestreo manual por lotes a una inspección integral y precisa a lo largo de la faja transportadora.

El sistema está diseñado para detectar defectos superficiales y fitosanitarios, entre ellos quemaduras de sol, cicatrices, oleocelosis y pudrición, al momento de la recepción de los productos. Al incrementar la cobertura de inspección y reducir la dependencia del muestreo destructivo, el proyecto busca mejorar la representatividad de las inspecciones de control de calidad, respaldar la inocuidad alimentaria y acelerar el flujo de mercadería desde la recepción hasta el despacho a tiendas

Nuestro sistema de gestión de la calidad está alineado con estándares reconocidos internacionalmente, entre ellos:

- HACCP (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control)
- BPM (Buenas Prácticas de Manufactura)

Adicionalmente, trabajamos activamente con nuestros socios fabricantes de marcas propias para alinear sus operaciones con estándares reconocidos por la GFSI (Global Food Safety Initiative), fortaleciendo los requisitos de inocuidad alimentaria a lo largo de la cadena de suministro.

Certificación ISO 9001

Nuestras prácticas de gestión de la calidad son verificadas externamente por SGS, lo que asegura el estricto cumplimiento de los estándares internacionales en los procesos clave de nuestra cadena de valor. El alcance de esta verificación incluye:

- Auditorías internas obligatorias para cumplir con la ISO 9001
- Auditorías de calidad en tiendas
- Aseguramiento de la calidad en los centros de distribución
- Calificación y monitoreo de proveedores de alimentos procesados
- Análisis de laboratorio de productos, ambientes, superficies y manipuladores de alimentos.

Esta evaluación independiente refuerza nuestro compromiso con la inocuidad alimentaria, el cumplimiento normativo y la mejora continua en la entrega de productos seguros y de alta calidad a nuestros clientes.

Capacitación interna en calidad

En Food Retail, los colaboradores participan en un programa de inducción en calidad alineado con los estándares promovidos en nuestras operaciones. En 2025, se impartieron un total de 23 sesiones de capacitación a través de nuestra plataforma académica WeConnect, lo que representó 51,579 horas de capacitación y respaldó oportunidades de aprendizaje consistentes y accesibles para nuestros equipos.

La cobertura de capacitación alcanzó:

- 98% de los colaboradores en plazaVea y Vivanda
- 97% en Makro
- 100% en Oslo

Estos resultados reflejan nuestro compromiso con el fomento de una cultura de calidad e inocuidad alimentaria en todas las operaciones.

Canales de retroalimentación y reclamos de clientes

En Food Retail, estamos comprometidos con escuchar a nuestros clientes y mejorar continuamente su experiencia. Para asegurar la transparencia, la accesibilidad y la resolución oportuna de sus inquietudes, los clientes pueden presentar quejas, reclamos y sugerencias a través de múltiples canales disponibles en todas nuestras marcas (plazaVea, Mass, Vivanda y Makro):

- Centros de contacto:

plazaVea & Mass: 625-8000

Vivanda: 620-3000

- Asistentes virtuales:

Disponibles a través de Facebook Messenger para plazaVea, Vivanda y Makro, así como a través de mensajes directos de Instagram.

- Correo electrónico:

plazaVea & Vivanda: servicioalcliente@spsa.pe

Mass: servicioalcliente@tiendasmass.pe

Makro: servicioalcliente@makro.pe

- Libros de reclamaciones:

Se encuentran disponibles libros de reclamaciones físicos y virtuales en todas las tiendas y en nuestros sitios web, en cumplimiento de la normativa local de protección al consumidor.

Todas las quejas y reclamos recibidos a través de estos canales se registran en nuestro sistema corporativo de seguimiento de incidencias, junto con la evidencia de sustento y los documentos de resolución correspondientes. Según la naturaleza del caso, el proceso de gestión puede incluir una investigación por parte del área de negocio pertinente, el escalamiento al equipo de Calidad, la coordinación con los proveedores, el reemplazo del producto, el reembolso u otras formas de compensación al cliente.

Este proceso también respalda la identificación temprana y el escalamiento de posibles problemas de calidad e inocuidad de los productos. Cuando un producto suministrado por un tercero pudiera haber causado un daño o presentar un defecto, la evidencia disponible y la muestra del producto se conservan para su evaluación. Los equipos de Calidad y Comercial o de Compras evalúan entonces el caso y coordinan la respuesta con el proveedor responsable.

Pharma

Gobernanza

Nuestras operaciones se ciñen estrictamente a los protocolos de salud y seguridad certificados por las autoridades regulatorias nacionales, incluida la DIGEMID. Cada etapa del proceso, desde el almacenamiento de los productos hasta su distribución, está sujeta a rigurosos controles y evaluaciones para asegurar el cumplimiento, la seguridad de los productos y la confianza sostenida de los clientes.

En caso de retiro de un producto, se notifica formalmente a las autoridades sanitarias pertinentes, como la DIGEMID o la DIGESA (Dirección General de Salud Ambiental). El proceso de retiro está regulado por la normativa sanitaria aplicable, que establece un plazo de hasta 60 días para retirar los productos de las farmacias una vez declarado oficialmente el retiro.

Adicionalmente, se han implementado medidas para facilitar este proceso:

- **Asistentes virtuales con IA:** Disponibles a través del sitio web principal de Inkafarma y MiFarma.
- **Proceso de gestión** y resolución de reclamos de clientes, que incluye la confirmación de la recepción del reclamo y una comunicación transparente sobre los plazos de resolución.
- **Atención al cliente en tiempo real.**

Gestión del retiro de productos

InRetail mantiene un alto nivel de preparación mediante nuestro Procedimiento de Gestión de Retiros. Este protocolo establece una cadena de mando clara y define las acciones inmediatas necesarias para retirar los productos no conformes de los anaqueles físicos y digitales dentro de las 24 horas siguientes a su detección.

Para asegurar la efectividad de este sistema, realizamos simulacros anuales de retiro en nuestros centros logísticos y tiendas. Estos simulacros validan nuestros sistemas de trazabilidad y fortalecen la

capacidad del equipo para responder con rapidez ante posibles incidentes, minimizando los riesgos para la salud de los consumidores y reduciendo el posible impacto reputacional.

Indicadores de desempeño 2025

Indicador	Desempeño 2025
Total de retiros Clase I y II	**0 (cero incidentes)**
Retiros voluntarios	**0**
Retiros involuntarios (ordenados)	**0**
Costo total de los retiros	**$ 0**
Infracciones de cumplimiento	**0 multas o sanciones relacionadas con la inocuidad de los productos**

Retiros de productos	2022 Pharma	2023 Pharma	2024 Pharma	2025 Pharma
Número de retiros	238	6	29	9
Cantidad de productos retirados	38,126	1,946	7,550	81,942

* Desde 2023, el alcance de los valores se actualizó para incluir los productos de marca propia. El incremento registrado en 2025 se atribuye a factores externos relacionados con cambios regulatorios aplicables a productos específicos de las categorías de pastas dentales, fórmulas infantiles y sueros.

Resultados de las auditorías de calidad en tiendas	Logro 2024	Meta 2024	2025 Logro	Meta 2025
	93.2%	92%	93.07%	92%

Nuestra Cadena de Valor

Gestión de Proveedores

Proveedores críticos

(GRI 204-1)

En 2025, fortalecimos nuestra estrategia de gestión de la cadena de valor mediante la implementación de una metodología mejorada para identificar a los proveedores ESG críticos. Este enfoque perfeccionado nos permitió identificar 115 proveedores comerciales críticos (productos) y 67 proveedores no comerciales críticos (servicios, activos y suministros) en nuestra plataforma.

A 2025, InRetail Perú contaba con 4,421 proveedores no comerciales, lo que representa una disminución de 2.3% respecto del número de proveedores en 2024.

Proveedores con alto riesgo ESG

Dada la diversidad de nuestro grupo, reconocemos nuestra potencial exposición a riesgos ESG en la cadena de suministro. Para mitigarlos, actualizamos nuestra metodología en 2025 con el fin de implementar un proceso más robusto de identificación y evaluación de proveedores.

Identificación de proveedores con “alto riesgo ESG”

(GRI 308 -1)

Con nuestra nueva metodología, la clasificación de un proveedor como "ESG crítico" se determina ahora mediante una puntuación ponderada en cuatro criterios clave:

1. **Riesgo de la industria:** Con base en el Global Industry Classification Standard (GICS), se evalúan los desafíos de sostenibilidad específicos de cada sector.

2. **Origen:** Distinción entre proveedores locales e internacionales para evaluar el riesgo geográfico.

3. **Criticidad para el negocio:** Impacto de una posible interrupción en nuestro desempeño operativo o comercial, considerando la participación en las ventas (retail) o en la facturación (no retail).

4. **Participación:** Nivel de presencia en múltiples empresas del grupo InRetail.

Umbrales de riesgo: Tanto para los proveedores comerciales como para los no comerciales, aquellos que obtienen una puntuación superior a 81.3 se clasifican como ESG críticos. Ello nos permite priorizar el relacionamiento y el apoyo donde más se necesitan.

Metodología mejorada de evaluación ESG

(GRI 308-2, GRI 414-2)

Para 2025, hemos fortalecido nuestra plataforma de evaluación mediante la implementación de 26 cuestionarios específicos por industria alineados con el GICS (Global Industry Classification Standard). Estas evaluaciones ya no son genéricas; se adaptan a los riesgos específicos de cada sector y abarcan hasta 23 temas, entre ellos:

- **Ambientales:** Cambio climático, energía, agua y efluentes, empaques y economía circular.
- **Sociales:** Prácticas laborales, derechos humanos, calidad e inocuidad de los productos, seguridad y salud en el trabajo, y relaciones comunitarias.
- **Gobernanza:** Ética empresarial y gestión de proveedores.

Puntuación de cumplimiento y acciones correctivas

Categorías de cumplimiento:

- **Cumplimiento alto:** Demuestra un firme compromiso con los estándares ESG y cumple más del 90% de los criterios requeridos.
- **Cumplimiento medio:** Demuestra un compromiso satisfactorio y cumple aproximadamente el 50% de los estándares requeridos.
- **Cumplimiento bajo:** Demuestra un compromiso limitado y cumple el 30% de los criterios requeridos; requiere un plan de mejora.
- **Cumplimiento crítico:** No cumple criterios ESG clave y requiere un plan de acción correctiva con seguimiento inmediato.

Los proveedores reciben una notificación formal de los resultados de su evaluación por correo electrónico, que incluye puntuaciones detalladas por dimensión y un plan de acción de trabajo personalizado que describe oportunidades específicas de mejora.

Es importante señalar que no existe un punto de corte en temas ESG para la selección de proveedores.

Métrica	2025
Número total de proveedores únicos	7,592
Número de proveedores significativos únicos	185
Número de proveedores significativos únicos apoyados con medidas de desarrollo	31
% de proveedores apoyados con medidas de desarrollo	17%
Número de proveedores significativos únicos evaluados mediante evaluaciones documentales/evaluaciones en sitio	125
% de proveedores significativos únicos evaluados	68%
Número de proveedores significativos únicos evaluados con impactos negativos sustanciales reales/potenciales	9
Número de proveedores significativos únicos con impactos negativos sustanciales reales/potenciales con un plan de acción correctiva/mejora acordado	9
% de proveedores con impactos negativos sustanciales reales/potenciales con un plan de acción correctiva/mejora acordado	100%
Número de proveedores significativos únicos con impactos negativos sustanciales reales/potenciales cuya relación fue terminada	0

*Se actualizaron los criterios de cálculo de determinados KPI. El KPI 1.3 incluye a los proveedores críticos auditados por una firma consultora externa, con seguimiento de sus planes de mejora, así como a los proveedores críticos capacitados tanto por las unidades de negocio como por el equipo Corporativo. El KPI 1.4 incluye a los proveedores críticos evaluados a través de la Plataforma ESG de Proveedores de cada unidad de negocio desde la línea base de 2022 hasta 2025. El KPI 1.5 incluye a los proveedores críticos que obtuvieron una puntuación inferior al 50% en el cuestionario de la Plataforma ESG de Proveedores durante el periodo 2022–2025. Finalmente, el KPI 1.6 incluye a todos los proveedores, que reciben su puntuación ESG junto con oportunidades de mejora y recomendaciones para fortalecer su gestión ESG y mejorar su desempeño ESG general.

Programa de Cadena de Suministro Responsable

(GRI 308-1; GRI 414-1)

Hemos desarrollado un sólido Programa de Cadena de Suministro Responsable, liderado corporativamente por nuestro equipo de Sostenibilidad e implementado en estrecha colaboración con los equipos comerciales y de compras de todas las unidades de negocio. En el entorno competitivo

actual, reconocemos que una sólida colaboración con los proveedores es esencial para el éxito del negocio a largo plazo.

Nuestro programa se enfoca en identificar, evaluar, capacitar y monitorear a los proveedores expuestos a mayores riesgos ESG. Para ello, operamos a través de cuatro áreas de acción principales:

1. **Registro y evaluación de proveedores:** Aprovechando nuestro modelo de evaluación específico por industria, el 100% de los nuevos proveedores debe someterse a esta evaluación como requisito obligatorio para incorporarse a nuestra cadena de valor 2. **Identificación basada en riesgos:** Clasificación de los proveedores según su criticidad para el negocio y su exposición ESG. 3. **Programas de capacitación dirigidos:** Cierre de brechas de conocimiento mediante educación corporativa y sectorial. 4. **Auditorías y monitoreo:** Verificación del cumplimiento y apoyo a la mejora continua.

Adicionalmente, el 100% de nuestros proveedores debe cumplir nuestros Lineamientos Corporativos de Sostenibilidad para Proveedores y nuestro Código de Ética, lo que asegura estándares de conducta consistentes a lo largo de nuestra cadena de valor.

Gobernanza y alineamiento interno

Para asegurar una sólida rendición de cuentas, la supervisión de la implementación de nuestros programas ESG para proveedores se define a nivel de la Alta Dirección. El programa es liderado por nuestro equipo de Sostenibilidad e implementado en estrecha colaboración con los equipos comerciales y de compras de todas las unidades de negocio.

Reconociendo que una implementación efectiva requiere alineamiento interno, brindamos capacitación especializada a los compradores y a los grupos de interés internos pertinentes sobre sus roles específicos dentro de nuestros programas ESG para proveedores. Asimismo, nuestras prácticas de compra se revisan continuamente para asegurar su coherencia con nuestros propios requisitos ESG, los Lineamientos Corporativos de Sostenibilidad y el Código de Ética.

Modelo de evaluación de proveedores

(GRI 308-1) (GRI 308-2)

Para evaluar a los proveedores de manera consistente y objetiva, establecimos un marco de evaluación multicriterio basado en cuatro pilares principales:

1. **Riesgo ESG (riesgo ambiental, social y de gobernanza)**

Evalúa el riesgo ESG inherente a la industria del proveedor mediante el Global Industry Classification Standard (GICS) y marcos de referencia reconocidos internacionalmente, entre ellos SASB, MSCI, S&P Global, Allianz y el Foro Económico Mundial.

Este análisis nos permite identificar los riesgos de sostenibilidad específicos de cada sector y priorizar una debida diligencia reforzada cuando es necesario.

2. **Criticidad para el negocio**

Evalúa la importancia estratégica del proveedor dentro de la cadena de suministro, considerando el posible impacto operativo o comercial o la interrupción de la capacidad de entrega. Ello incluye:

- Porcentaje de participación en las ventas (proveedores retail)
- Porcentaje de facturación (proveedores no retail)
- Criterios comerciales adicionales establecidos por algunas de las respectivas unidades de negocio.

3. Origen

Clasifica a los proveedores según su ubicación geográfica (local o internacional), considerando la posible exposición a riesgos regulatorios, sociales o ambientales específicos de cada país, y tomando en cuenta además factores clave de riesgo ESG relacionados con su cadena de valor, como el origen, la trazabilidad y los impactos ambientales y sociales asociados.

4. Participación

Evalúa el nivel de integración del proveedor dentro de InRetail, con base en el número de empresas de la plataforma a las que el proveedor suministra bienes o servicios.

Este modelo perfeccionado permite un enfoque estructurado y basado en riesgos para la gestión de proveedores, asegurando la alineación con los objetivos de sostenibilidad y fortaleciendo a la vez la resiliencia operativa y la creación de valor a largo plazo.

Principales logros 2025:

En 2025, alcanzamos un hito importante en la ampliación de la cobertura de nuestras evaluaciones ESG de proveedores. En línea con nuestras metas corporativas, más del 66% de nuestros proveedores ya se ha sometido a la evaluación ESG, lo que representa aproximadamente 3,098 proveedores. Durante el año, también pasamos de un modelo de evaluación genérico a un enfoque más especializado basado en riesgos. A partir de mayo de 2025, implementamos 26 cuestionarios específicos por industria, clasificados según el Global Industry Classification Standard (GICS).

Estos cuestionarios funcionan como una Declaración Jurada de Evaluación de Sostenibilidad, cada uno con un promedio de 21 preguntas adaptadas para abordar los riesgos ESG más materiales de cada sector.

Esta metodología permite una identificación más precisa de las brechas ESG y respalda el desarrollo de planes de acción correctiva dirigidos. Los proveedores aprobados, junto con los proveedores críticos recientemente identificados, se encuentran completando actualmente estas evaluaciones, con una hoja de ruta para la integración completa de la plataforma hacia 2026.

Este marco de evaluación fortalecido mejora la transparencia de la cadena de suministro y nos permite apoyar mejor a los proveedores en la mejora de su desempeño ESG a lo largo del tiempo.

	Food Retail	Pharma	Shopping Malls	Total
Retail (productos)	84	31	-	115
No retail (servicios, activos y suministros)	21	17	32	70

Homologación y auditorías

Para asegurar la integridad y el cumplimiento de nuestra cadena de suministro, realizamos auditorías adaptadas a las características específicas de cada unidad de negocio y al perfil de riesgo de nuestros proveedores.

Nuestro proceso de evaluación de proveedores incluye los siguientes mecanismos de monitoreo y verificación:

- **Evaluaciones documentales y en sitio:** Realizamos evaluaciones documentales que incluyen la verificación sistemática de la documentación y la evidencia de sustento de los proveedores, complementadas con evaluaciones en sitio cuando es necesario. En 2025, un total de 795 proveedores fue evaluado mediante revisiones documentales y visitas en sitio.

- **Evaluaciones de segunda parte:** Las evaluaciones en sitio son realizadas por nuestros expertos internos. Por ejemplo, nuestro equipo de Calidad supervisa las evaluaciones de las condiciones higiénico-sanitarias, la infraestructura y el cumplimiento de las prácticas operativas y de seguridad.
- **Evaluaciones de tercera parte:** Las auditorías independientes realizadas por organismos de tercera parte acreditados son obligatorias para las categorías de proveedores críticos y de alto riesgo. En Distribución de Alimentos, el 100% de los proveedores comerciales está sujeto a auditorías obligatorias de tercera parte. Adicionalmente, se aplican procesos exhaustivos de homologación por terceros a los proveedores no comerciales de las divisiones de Pharma y Shopping Malls.
- **Estándares reconocidos de la industria:** Las evaluaciones de proveedores —ya sean documentales o en sitio— se realizan mediante metodologías alineadas con iniciativas reconocidas de múltiples partes interesadas. Los riesgos ESG se evalúan mediante marcos reconocidos internacionalmente, entre ellos SASB, MSCI, S&P Global, Allianz y el Foro Económico Mundial. Asimismo, se evalúa el cumplimiento de estándares internacionales como ISO 14001, ISO 45001 e ISO 9001 por parte de los proveedores.
- **Planes de acción correctiva / mejora:** Los proveedores identificados con "Cumplimiento bajo" o "Cumplimiento crítico" deben implementar planes correctivos o de mejora. Asimismo, si un proveedor no aprueba una auditoría de calidad con hallazgos menores, se activa un plan de acción correctiva.

En 2025, junto con nuestros procesos de calidad y homologación de proveedores, fortalecimos nuestra supervisión en sostenibilidad mediante la realización de auditorías ESG a 15 proveedores críticos de la plataforma Retail, verificando certificaciones y prácticas empresariales éticas.

El proceso dio como resultado una línea base inicial verificada de la madurez ESG de estos 15 proveedores críticos, que destacó resultados óptimos en la gestión de residuos y evidenció carencias principalmente en las acciones de debida diligencia en derechos humanos. En 2026, estos proveedores definirán planes de acción para desarrollar iniciativas que mitiguen los principales puntos de dolor observados. En 2027, estos mismos proveedores deberán someterse a un nuevo ciclo de auditorías para verificar el cumplimiento de las nuevas acciones implementadas.

Auditoría de proveedores en Food Retail

Proveedores no comerciales:

Aplicamos un proceso de homologación basado en dos variables críticas: la categoría del servicio y el valor de la compra. Según estos factores, los proveedores se someten a evaluaciones de tercera parte de **SQR (financiera)** y de **Seguridad y Salud en el Trabajo (SST)**, lo que asegura un proceso de selección transparente y basado en riesgos.

Proveedores comerciales:

Dado que la Distribución de Alimentos se clasifica como una categoría de alto riesgo, **el 100% de estos proveedores está sujeto a auditorías obligatorias de tercera parte**. Estas evaluaciones, supervisadas por nuestro equipo de Calidad, evalúan las condiciones higiénicas y sanitarias, los estándares de infraestructura, las prácticas operativas y certificaciones como HACCP.

Gestión de consecuencias:

Cuando se identifican no conformidades, los hallazgos menores requieren la implementación de planes de acción correctiva dentro de plazos definidos. Los incumplimientos graves pueden dar lugar a la terminación del contrato. Adicionalmente, los proveedores no comerciales deben completar satisfactoriamente todos los procesos de homologación requeridos antes de ser elegibles para prestar servicios.

Auditoría de proveedores en Pharma

- **Proveedores no comerciales:**

En nuestras unidades de Pharma, todos los proveedores no comerciales deben completar un exhaustivo proceso de homologación por terceros que abarca **quince áreas clave**, entre ellas Recursos Humanos, cumplimiento legal, TI, Medio Ambiente, SST y Logística.

Los proveedores que requieren acceso a nuestros centros de distribución también deben cumplir requisitos internos específicos de aprobación en SST.

- **Proveedores comerciales:**

Para asegurar la seguridad de los productos y el cumplimiento normativo, los procesos de verificación se realizan a través de laboratorios acreditados por el Ministerio de Salud. Todos los medicamentos que se venden en nuestras farmacias deben estar registrados en la Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas (DIGEMID), lo que asegura el pleno cumplimiento de la normativa nacional.

Auditoría de proveedores en Shopping Malls

- **Proveedores no comerciales:**

En Real Plaza, las auditorías de tercera parte son obligatorias para los proveedores que prestan servicios esenciales o críticos que afectan directamente la eficiencia operativa y la seguridad de los clientes.

El marco de evaluación se estructura en torno a cinco pilares: **Responsabilidad Social, Sostenibilidad, Medio Ambiente, SST y Calidad**. Los proveedores se evalúan con base en la madurez de sus sistemas de gestión y el cumplimiento de estándares reconocidos internacionalmente, entre ellos ISO 14001, ISO 45001 e ISO 9001.

Elevando los estándares de los proveedores en empaques: auditorías ESG

Estamos comprometidos con prevenir el greenwashing y proteger la integridad de la marca. En línea con la **Guía de Publicidad Ambiental del Indecopi**, exigimos a los proveedores evidencia técnica verificable que sustente todas las declaraciones ambientales asociadas a sus productos. El incumplimiento de estos requisitos puede dar lugar a acciones correctivas o restricciones en el etiquetado de los productos.

Como parte de esta iniciativa, realizamos diagnósticos de empaques a 11,000 productos de marca propia, verificando las declaraciones relacionadas con la sostenibilidad mediante las fichas técnicas de los proveedores. Para fortalecer el cumplimiento permanente y asegurar la consistencia de las comunicaciones ambientales, establecimos parámetros de etiquetado estandarizados, desarrollamos matrices de verificación e implementamos controles a la llegada para validar las declaraciones ecoamigables en el punto de recepción.

Programas de capacitación para proveedores

Estamos comprometidos con cerrar las brechas de conocimiento ESG en nuestra cadena de suministro. Nuestra estrategia corporativa de capacitación imparte cuatro sesiones clave de capacitación ESG al año, enfocadas en temas transversales de sostenibilidad:

1. Gestión de residuos
2. Huella de carbono
3. Energía renovable
4. Diversidad, equidad e inclusión (DEI)

Las tres primeras sesiones se imparten de manera virtual para maximizar la participación de los proveedores, mientras que la capacitación en DEI se realiza en el marco de nuestro Simposio Anual de DEI, un evento presencial que ha alcanzado de manera consistente altos niveles de satisfacción: NPS de 95/100 (frente a 94/100 en 2024).

Además del programa corporativo, cada unidad de negocio implementa sus propias iniciativas de capacitación para proveedores. De cara al futuro, hemos establecido una meta para 2026 de impartir de 2 a 3 sesiones de capacitación especializadas al año por unidad de negocio, dirigidas a los proveedores críticos y orientadas a abordar desafíos ESG específicos de cada sector. Los temas abordados por cada unidad de negocio son:

- Food Retail: Bienestar animal, finanzas, etiquetado y agricultura sostenible.
- Pharma: Residuos y reciclaje, DEI y ética.
- Shopping Malls: Prevención del acoso laboral y Academia de Atención al Cliente.

Impacto y logros del Simposio 2025:

- 41 empresas proveedoras capacitadas, con 55 participantes en total.
- 212 horas de capacitación brindadas a los proveedores
- Un NPS de 95/100, que refleja una alta satisfacción de los participantes.
- El 95% de los participantes consideró el contenido "muy aplicable" a sus empresas.

Tema	Formato	Descripción	Proveedores participantes	Proveedores significativos	Participantes Expositores
Gestión de residuos	Virtual	Capacitación enfocada en los principios de la economía circular, la adecuada segregación de residuos y las estrategias para minimizar la generación de residuos en los procesos operativos.	39	5	Sinba
Huella de carbono	Virtual	Introducción a las métricas de cambio climático, que brinda a los proveedores metodologías para medir, gestionar y reportar su huella de carbono corporativa.	26	6	SGS
Energía renovable	Virtual	Orientación sobre la transición hacia fuentes de energía limpia, las medidas de eficiencia energética y los beneficios empresariales de adoptar tecnologías renovables.	24	3	Especialista interno como expositor
Simposio de DEI	Presencial	Un evento especializado que promueve la diversidad, la equidad y la inclusión. Constituye un espacio de sensibilización que ofrece herramientas para gestionar equipos diversos y fomentar entornos de trabajo inclusivos.	41	3	Intersectional y ELSA

Programa	Food Retail	Pharma	Shopping Malls	Total
Proveedores capacitados	65	60	41	166
% de proveedores significativos capacitados	3%	10%	12%	8%

Alianzas

La colaboración sigue siendo esencial para nuestra estrategia. Mantenemos alianzas estratégicas para fortalecer nuestro ecosistema:

- **Plan de Negocios Conjunto Verde con L'Oréal:** Un plan colaborativo en nuestra unidad de Pharma que promueve el ecodiseño, la reducción de CO2 y la inclusión social.

- **Aliados de Perú Pasión:** Colaboramos con expertos internos y externos (como Google y TikTok for Business) para brindar capacitación de alto nivel a las MYPES.
- **Aliados ambientales:** Continuamos aprovechando el conocimiento de organizaciones como WWF y el Ministerio del Ambiente para la acción climática y la medición de la huella de carbono.
- GIZ: Hemos establecido una alianza estratégica con la **GIZ** (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit) para implementar un programa avanzado de gestión de la energía. Esta colaboración se enfoca en optimizar la eficiencia energética en nuestras operaciones y cadena de valor, alineando nuestros procesos con las mejores prácticas globales para la reducción de la huella de carbono.

Desafíos 2025

Habiendo establecido nuestra nueva metodología y plataforma de evaluación en 2025, nuestro foco se orienta hacia la profundidad y el impacto en los próximos años:

- **Ampliación de auditorías:** Nuestra meta corporativa es ampliar las auditorías de sostenibilidad a un rango más amplio de proveedores críticos y pasar de la verificación a planes de mejora activos en 2026.
- **Desarrollo de proveedores:** Fortalecimiento de las capacidades de nuestros proveedores mediante el programa "Impulso MYPE".
- **Cierre de brechas:** Uso de los datos de las 3,098 evaluaciones para diseñar rutas de remediación específicas para los proveedores con brechas ESG identificadas.

Nuestro trabajo con las pymes de la cadena de suministro

Perú Pasión: impulsando el emprendimiento peruano

Perú Pasión es la iniciativa insignia de valor compartido de InRetail, diseñada para apoyar y acelerar el emprendimiento peruano. Este programa es fundamental dado el contexto local: si bien el 99% de las empresas en el Perú son

pymes, 8 de cada 10 no sobreviven más allá de su segundo año, y el país enfrenta una tasa de informalidad superior al 70%. El programa fortalece a las MYPES brindándoles acceso a nuestros canales de venta físicos y digitales, junto con capacitación especializada y oportunidades de financiamiento.

El programa opera a través de tres pilares principales:

1. **Impulso comercial:** Brindamos a las MYPES visibilidad preferente en nuestras tiendas digitales y plataformas de redes sociales, mediante piezas de marketing dirigidas como banners, cintillos y etiquetas de producto que destacan los productos locales.

Adicionalmente, desarrollamos campañas publicitarias exclusivas para incrementar las ventas, fortalecer el posicionamiento de marca y ampliar el alcance de mercado de los emprendedores participantes.

2. **Capacitación**: Ofrecemos un programa de capacitación gratuito que abarca temas como marketing digital, gestión comercial, finanzas e innovación. Las sesiones son impartidas por expertos internos de las empresas de InRetail Perú Corp. y por aliados externos como Google, TikTok for Business, Zegel y Colectivo 23.

Un programa exclusivo de mentoría también apoya anualmente a las 40 MYPES más destacadas, brindándoles orientación sobre desafíos clave del negocio durante un proceso de mentoría de 5 semanas liderado por líderes de la compañía.

3. **Financiamiento:** _Para acelerar el crecimiento de las MYPES, brindamos tres tipos de mecanismos de apoyo financiero: subvenciones para campañas comerciales, fondos publicitarios y fondos concursables. Los primeros fondos concursables se otorgaron a las dos MYPES más destacadas con el mayor potencial de crecimiento comercial. Desde entonces, hemos continuado el programa a lo largo de los años.

Impacto y desarrollo comercial 2025:

En 2025, el programa alcanzó resultados récord, consolidando su rol como catalizador de los negocios locales:

- **Ventas del programa:** Las ventas totales de Perú Pasión alcanzaron S/ 36,136,970, lo que representa un crecimiento interanual del 100% en comparación con 2024.

  Ventas físicas: S/ 33,930,443

  Ventas digitales: S/ 2,206,572
- **Escala del ecosistema:** El programa apoya actualmente a 281 emprendedores activos, mientras que 34 negocios fueron reactivados con éxito durante el año.
- **Impacto más amplio en las MYPES:** Más allá del programa Perú Pasión, hemos identificado 1,303 MYPES comerciales que operan con nuestras unidades de negocio: 1,067 en Food Retail y 236 en Pharma. *Contribución económica:* Las ventas totales de las MYPE ascendieron a S/ 779 millones en Food Retail y S/ 214 millones en Pharma.

Campañas comerciales y aceleración digital

Para impulsar la visibilidad y las ventas, ejecutamos acciones comerciales dirigidas:

- **"Días de Impacto":** Dos ediciones (septiembre y diciembre) generaron S/ 247,146 en ventas con la participación de 25 vendedores, y lograron una cobertura mediática significativa (Tier 1 y Tier 2).
- **Marketing de influencers:** Colaboramos con 5 influencers (estilo de vida, crianza, vida saludable) con un promedio de 50 mil seguidores cada uno, lo que generó más de 10 mil visualizaciones por historia.
- **Campañas temáticas:** Las iniciativas en torno a Fiestas Patrias, el Día del Niño y Navidad generaron S/ 196,000 adicionales en ventas.
- **Ventas corporativas y en ferias:** Los pedidos corporativos aportaron más de S/ 46,000, mientras que la participación en ferias generó más de S/ 32,000.

Capacitación y fortalecimiento de capacidades

Continuamos cerrando la brecha de conocimiento de los pequeños negocios:

- **Alcance:** Participación acumulada de más de 2,800 MYPES en nuestras sesiones de capacitación.
- **Intensidad:** Se impartieron más de 9,000 horas acumuladas de capacitación.

Mentoría Perú Pasión 2025

Nuestro programa de mentoría Perú Pasión conecta a los emprendedores con expertos internos para abordar desafíos concretos y acelerar su crecimiento. En 2025, 42 líderes de toda la plataforma retail brindaron mentoría a 42 emprendedores, ofreciéndoles orientación a la medida para fortalecer sus estrategias de negocio y sus operaciones.

Esta edición destacó a cinco emprendimientos finalistas por sus avances sobresalientes: *Tu Mesita, Essentials Oils Perú, Magnolia Essentials Care, Bon Cacao e Inca Miau.*

Durante 2025, continuamos priorizando a las "MYPES con impacto": emprendedores cuyos modelos de negocio generan un valor social o ambiental medible junto con el crecimiento comercial.

Programa Impulso MYPE: aliados del emprendimiento peruano

El Programa "Impulso MYPE" es una iniciativa estratégica diseñada para fomentar el crecimiento de los proveedores y fortalecer el ecosistema emprendedor peruano. A través de este programa, InRetail busca desarrollar al 70% de las MYPES de su cadena de valor hacia 2030, posicionando a la compañía como un aliado clave de los emprendedores a nivel nacional.

El programa sigue una metodología estructurada:

1.**Selección y formalización:** Identificación de proveedores potenciales, procesos de debida diligencia y formalización de acuerdos de colaboración.

2.**Implementación de la estrategia:** Cada proveedor identifica un desafío clave de su negocio. Luego se diseña e implementa un plan estratégico a la medida con la orientación de expertos.

3.**Monitoreo:** Se da seguimiento a los avances para medir los resultados y asegurar un desarrollo sostenible del negocio.

En 2025, ejecutamos un proceso de aceleración intensivo con 8 proveedores seleccionados en canales físicos y digitales. El programa impartió 144 sesiones individuales, respaldando el diseño, la ejecución y el monitoreo del desempeño de los planes de negocio.

Resultados del programa

El programa generó un impacto significativo para los proveedores participantes, con un **incremento promedio de las ventas de 46%**, alcanzando un total de **S/ 16 millones** en ventas.

Entre los principales casos de éxito por unidad de negocio se incluyen:

Food Retail

En nuestra unidad de Food Retail, trabajamos actualmente con **1,067 MYPES comerciales**, que generaron **S/ 779 millones** en ventas durante 2025. A través del programa de aceleración "Impulso MYPE", varios proveedores lograron un crecimiento significativo de sus negocios:

- **Amaru Superfoods:** Logró un 56**% de crecimiento en ventas**, diversificó su portafolio con productos de marca propia para Bell’s y Mass, y fortaleció su gestión mediante la planificación estratégica.
- **Ori – Sal de Maras:** Alcanzó un 68**% de crecimiento en ventas**, introdujo nuevos formatos (molinillos), amplió su presencia en plazaVea y Vivanda, y consolidó su posicionamiento como producto gourmet ancestral.
- **Grupo Santo Olivo:** Logró un 48**% de crecimiento en ventas.** Amplió su planta de producción en Tacna para abastecer a SPSA y Makro, ingresó a cadenas retail adicionales y fortaleció su posicionamiento premium mediante la innovación en empaques.
- **Grupo Parckers (Don Mario):** Fortaleció su presencia en Makro Huancayo, avanzó en las negociaciones de expansión para Cusco y Lima, y desarrolló su primera estrategia comercial integral.

Pharma

En nuestra unidad de Pharma, colaboramos actualmente con 236 MYPES comerciales, que generan **S/** 214 millones en ventas. A través del programa de aceleración "Impulso MYPE", los proveedores de salud

y bienestar han fortalecido sus capacidades para afrontar los requisitos regulatorios y la expansión comercial dentro del sector farmacéutico:

- **Demolitor:** Logró un 130**% de crecimiento en ventas.** Diversificó su portafolio hacia formatos funcionales, avanzó en negociaciones comerciales con SPSA y Cineplanet, y formalizó sus procesos internos y su estrategia de innovación.
- **Nibray:** Logró un 13**% de crecimiento en ventas.** Completó un rebranding integral de su línea de suplementos, avanzó en su certificación como "Droguería" ante la DIGESA y amplió su alcance digital con contenido educativo que superó 1.2 millones de visualizaciones.

Nuestra Comunidad

Creación de valor compartido

(GRI 413-1)

En InRetail, creemos firmemente en la creación de valor compartido con nuestros grupos de interés mediante programas estratégicos que impulsan tanto el impacto social como la eficiencia del negocio. Nuestras iniciativas comunitarias reflejan un compromiso con la sostenibilidad, la inclusión y los resultados medibles.

Abordando la inseguridad alimentaria y los desafíos de salud

Bueno por Dentro: innovación en el rescate de alimentos

Las barreras sistémicas continúan limitando el acceso a una nutrición adecuada para el 36.1% de la población peruana, mientras que los indicadores de salud infantil siguen siendo una gran preocupación, con un 43.7% de los infantes afectados por anemia (de cero a tres años). En respuesta a estos desafíos, nuestra iniciativa insignia de recuperación de alimentos, *Bueno por Dentro* (BxD), rescata productos perecibles inocuos y de alta calidad que han quedado fuera de los estándares comerciales y los redirige a comunidades necesitadas. Como pioneros de la donación formal de alimentos en el sector retail peruano, aprovechamos nuestra red logística a nivel nacional para escalar este esfuerzo y mejorar el acceso a los alimentos.

A lo largo de 2025, logramos los siguientes impactos:

- Se entregaron 18.8 millones de raciones de alimentos, que representan un valor estimado de S/. 72.5 millones.
- Se apoyó a 95,984 personas en 19 regiones y 103 distritos.
- Se fortalecieron las alianzas con 228 organizaciones sociales.
- Se alcanzó un Net Promoter Score (NPS) de 4.78 de 5 por parte de las organizaciones sociales aliadas.
- Se reforzaron los estándares de gobernanza al asegurar que el 91% de las organizaciones aliadas formalizara sus convenios de donación y sus acuerdos de cumplimiento en materia de prevención del lavado de activos (SPLAFT).

Sobre la base de nuestras auditorías de diagnóstico, ampliamos nuestro enfoque hacia el fortalecimiento de capacidades. En 2025, lanzamos una certificación virtual en Buenas Prácticas de Manipulación de Alimentos (BPMA), con más de 1,700 horas de capacitación impartidas a 214 organizaciones sociales. Como resultado, impulsamos mejoras tangibles en la gestión de alimentos en el 59.7% de las entidades participantes. Adicionalmente, a través de nuestra iniciativa *Cocinas Sociales*, implementada en alianza con Le Cordon Bleu, apoyamos a 5 organizaciones en 4 regiones en el desarrollo de menús nutricionalmente balanceados y en el fortalecimiento de sus prácticas de preparación de alimentos.

Anemia Cero: una defensa de primera línea

Reconociendo la anemia como un desafío persistente de salud pública que afecta a mujeres gestantes y niños en el Perú, lanzamos la iniciativa *Anemia Cero* en 2025. En alianza con Peruanos por Peruanos, Por Ti Mi Sangre y Pacífico Seguros (#TanFuertesComoElHierro), iniciamos una sólida campaña de tamizaje y prevención.

Durante el año, realizamos 5,329 tamizajes de anemia en tiendas, oficinas y organizaciones sociales, dirigidos a clientes, colaboradores y beneficiarios de Bueno por Dentro. Entre los colaboradores que participaron en los tamizajes de seguimiento, el 31% logró superar la condición.

Como complemento de estos esfuerzos clínicos, implementamos campañas de sensibilización dirigidas que alcanzaron a 3,326 hogares, 960 colaboradores y 712 beneficiarios sociales, promoviendo la prevención y la educación nutricional.

Plan Amazonía: impulsando el impacto territorial

La Amazonía peruana abarca aproximadamente el 60% del territorio del país y alberga al 13% de su población y alrededor del 10% de la biodiversidad conocida del mundo. Sus bosques cumplen un rol fundamental en la regulación del clima y el almacenamiento de carbono, a la vez que sostienen a los Pueblos Indígenas y a las comunidades locales. Sin embargo, la región enfrenta presiones crecientes derivadas de la deforestación, la minería ilegal, la expansión agrícola y la vulnerabilidad socioeconómica. Por ello, proteger sus ecosistemas promoviendo a la vez medios de vida sostenibles y una bioeconomía inclusiva resulta esencial para el desarrollo sostenible del Perú.

En 2025 lanzamos el *Plan Amazonía*, una iniciativa territorial específica diseñada para abordar los desafíos sociales, económicos y ambientales de la Amazonía peruana. El programa reúne diversas iniciativas bajo cinco pilares complementarios orientados a fortalecer a las comunidades locales, promover medios de vida sostenibles y respaldar la conservación de los bosques.

Ecosistemas de valor compartido: Entregamos 1.4 millones de raciones de alimentos a 30 organizaciones de base que operan en comunidades migrantes amazónicas o que las apoyan. Como parte de nuestro **programa de Logística Inversa**, Pharma —la Plataforma Itinerante de Acción Social— se alió con FAPE para entregar medicamentos y suplementos esenciales a 12 comunidades remotas y aisladas a lo largo del río Ucayali. Estas zonas suelen enfrentar barreras significativas para acceder a la atención de salud y a menudo carecen de acceso regular a medicamentos básicos. Adicionalmente, realizamos donaciones médicas al Hospital Regional de Loreto en el marco de la misma estrategia

Mitigación de carbono: Compensamos 616 toneladas de CO_2 mediante la compra de créditos de carbono de Bosques Amazónicos (BAM). Esta contribución respalda la protección de más de 600,000 hectáreas de bosques de castaña vitales y beneficia a más de 800 familias aliadas en Madre de Dios.

Aceleración de la bioeconomía: Empoderando los conocimientos indígenas (incluidas las comunidades quechuas), brindamos mentoría especializada a **10** bioemprendedores amazónicos. Con más de **50** horas de coaching, contribuimos a perfeccionar modelos comerciales centrados en el valor intrínseco del bosque en pie.

Cadenas de suministro responsables: En línea con nuestro compromiso con las Cadenas de Suministro Responsables, InRetail destinó S/ 1,229 millones a surtidos de productos sostenibles certificados. Un hito clave de esta estrategia fue la incorporación de empaques con certificación FSC en Farmacias Peruanas, asegurando que nuestras prácticas de abastecimiento minimicen el impacto ambiental y promuevan la conservación de los bosques.

Sensibilización social y relacionamiento comunitario: Nuestras iniciativas de Sensibilización e Impacto Social se enfocaron en la protección del medio ambiente y el apoyo comunitario. Estas incluyeron las actividades de acercamiento de FAPE en Tarapoto y el programa de voluntariado 'Inspira' en un albergue para niñas de comunidades amazónicas, lo que refuerza nuestra dedicación al desarrollo social de las regiones donde operamos.

Food Retail

Fortalecimiento de la resiliencia económica local

Con el 70.9% de la fuerza laboral del Perú operando en la economía informal, fortalecer las capacidades de los pequeños comerciantes es esencial para fomentar un crecimiento económico inclusivo y mejorar la resiliencia del mercado. InRetail apoya a los emprendedores locales brindándoles capacitación, herramientas y acceso a conocimientos que les ayudan a profesionalizar sus negocios e incrementar su competitividad.

Bodegas de Éxito:

En 2025, revitalizamos Bodegas de Éxito, nuestra academia de capacitación híbrida diseñada para bodegueros locales e implementada por Zegel. El programa dota a los participantes de habilidades prácticas en ventas digitales, gestión financiera y operación del negocio.

La cohorte 2025 incluyó a **220** comerciantes, con un 69% de representación femenina, lo que refleja nuestro compromiso con el empoderamiento de las mujeres emprendedoras. Entre los clientes piloto de Makro, los participantes reportaron un incremento de 60% en sus ventas posteriores a la capacitación, mientras que el programa alcanzó un Net Promoter Score (NPS) de 4.7, lo que evidencia una alta satisfacción y compromiso de los participantes.

Pharma

Democratizando el acceso a la salud

El Perú continúa enfrentando desafíos significativos en el acceso a la salud, con disparidades persistentes que afectan la infraestructura, la prestación de servicios y la asequibilidad. La división farmacéutica de InRetail trabaja para abordar estas brechas mediante la ampliación de modelos de atención descentralizados y el fortalecimiento del acceso a medicamentos para las poblaciones vulnerables.

Donaciones mediante logística inversa:

A través de nuestro programa de logística inversa, recuperamos medicamentos próximos a vencer y productos con daños menores en el empaque, asegurando que tratamientos seguros y utilizables lleguen a comunidades desatendidas en lugar de desperdiciarse. En 2025, facilitamos **S/ 1,691,000** en donaciones médicas a aliados como la Beneficencia de Lima y los Bomberos del Perú, y ampliamos además nuestro alcance a 12 comunidades ribereñas remotas de Ucayali y al Hospital Regional de Loreto.

Farmacia Vecina:

Mediante alianzas con EsSalud y Salog, el programa Farmacia Vecina convierte **148** farmacias comunitarias en centros descentralizados de dispensación de medicamentos para pacientes con enfermedades crónicas. Al acercar los tratamientos esenciales a los lugares donde viven las personas, la iniciativa reduce significativamente los tiempos de traslado y mejora la continuidad del tratamiento. Solo en 2025, el programa procesó 297,663 recetas, en beneficio de 47,844 pacientes.

Farmaemprendedores

Programa especializado de capacitación y desarrollo para nuestros clientes B2B —farmacias independientes del sector de la micro y pequeña empresa (MYPE)—, con un total de 12,000 beneficiarios. Compartimos conocimientos de la industria trabajando junto a aliados de clase mundial.

Salud digital y apoyo al paciente:

Continuamos promoviendo el acceso a la salud digital y la adherencia al tratamiento a través de nuestro Plan de Apoyo al Paciente (PAP), que actualmente apoya a 47,771 usuarios registrados. Como complemento de este esfuerzo, nuestro programa de atención digital Mi Química atendió consultas y reabasteció a farmacias de barrio, fortaleciendo el acceso a la orientación farmacéutica y a medicamentos esenciales en las comunidades locales.

En conjunto, estas iniciativas fortalecen la accesibilidad a la salud en todo el Perú al reducir las barreras geográficas, mejorar la continuidad del tratamiento y ampliar el apoyo farmacéutico a nivel comunitario.

Shopping Malls

Impulsando el emprendimiento y el impacto cultural

Los centros comerciales Real Plaza funcionan como plataformas para el emprendimiento y el relacionamiento comunitario, brindando oportunidades a negocios emergentes y creadores locales para conectar con audiencias más amplias. A través de programas específicos, apoyamos a los pequeños emprendedores ofreciéndoles capacitación, visibilidad y acceso a espacios comerciales en nuestros centros comerciales. Asimismo, organizamos ferias de salud integrales con diversas especialidades médicas, que han logrado alcanzar a miles de personas, llevando servicios esenciales de bienestar directamente al corazón de nuestras comunidades.

Emprende con Real Plaza:

Este programa actúa como una incubadora para emprendedores regionales, ayudándolos a desarrollar capacidades empresariales y ampliar su alcance de mercado. En 2025, **363** participantes fueron seleccionados para la fase de capacitación integral del programa. A través de cuatro ferias regionales realizadas en Cajamarca, Arequipa, Cusco y Huancayo, los vendedores participantes generaron más de S/ 114,000 en ventas, con más del 60% de los negocios liderados por mujeres emprendedoras.

Placita del Emprendimiento:

A través de la Placita del Emprendimiento, brindamos espacios comerciales dedicados en **16 centros comerciales** Real Plaza para promover el emprendimiento. En 2025, **708** microemprendedores exhibieron y vendieron sus productos en estos espacios, generando S/ 2.8 millones en ventas y fortaleciendo la actividad económica local en las comunidades a las que servimos.

Impulsando economías circulares

Promovemos prácticas de economía circular mediante la reducción de residuos, la extensión de la vida útil de los productos y la transformación de los residuos orgánicos en recursos valiosos. A través de iniciativas en nuestro ecosistema retail, buscamos minimizar el impacto ambiental y generar a la vez valor social.

La Lombriz Feliz:

A través de La Lombriz Feliz, transformamos los residuos orgánicos de las operaciones de plazaVea en humus de lombriz de alta calidad, contribuyendo a la valorización de residuos orgánicos y a la regeneración de suelos. En 2025, procesamos 3 toneladas de residuos orgánicos y produjimos abono orgánico certificado por la *Universidad Nacional Agraria La Molina (UNALM*). Un total de 518 kg de este abono se comercializó en Promart, mientras que las actividades educativas se ampliaron con la instalación del primer módulo de aprendizaje de compostaje en Innova Schools (Rímac).

Cultivando una cultura de servicio: voluntariado corporativo

Nuestra plataforma INSPIRA conecta a los colaboradores con iniciativas comunitarias, traduciendo nuestros valores corporativos en acciones sociales significativas. En 2025, la participación de nuestros colaboradores en el voluntariado se mantuvo sólida:

- **21** programas de voluntariado implementados en distintas comunidades
- **526** colaboradores participaron como voluntarios
- **2,638** horas de servicio aportadas
- **1,540** beneficiarios directos apoyados
- **S/ 49,379** en ahorros de costos operativos generados para las ONG aliadas
- NPS interno de voluntariado de **4.9,** que refleja una alta satisfacción de los colaboradores con el programa

Impulsado por iniciativas de base de los colaboradores, el Concurso *Inspira* apoyó dos propuestas ganadoras de alto impacto en 2025: "Fútbol con Futuro" y "Olla y siempre con ustedes".

Adicionalmente, organizamos 6 *Expediciones Solidarias* inmersivas, incluidas visitas al Establecimiento Penitenciario de Mujeres de Chorrillos y a la Parroquia María Auxiliadora, en las que 59 líderes corporativos participaron en 295 horas de relacionamiento comunitario y diálogo.

Nuestro Planeta

Gestión Ambiental

En InRetail Perú Corp., reconocemos que la gestión ambiental responsable no es solo un requisito de cumplimiento, sino un pilar de nuestra resiliencia y éxito a largo plazo.

Política ambiental y sistemas de gestión

Para asegurar un cumplimiento riguroso y una alineación estratégica, hemos implementado un enfoque integral de gestión ambiental que abarca los siguientes aspectos centrales:

- **Establecimiento de una rendición de cuentas clara:** Nuestros objetivos climáticos están profundamente integrados en nuestra estructura de gobierno corporativo. Para fomentar la rendición de cuentas e impulsar resultados tangibles, vinculamos una porción significativa de la evaluación de desempeño de nuestra Gerente Corporativa de Sostenibilidad y de nuestro Jefe de Sostenibilidad a los resultados ambientales. Esta cifra, que se había mantenido en 20%, **alcanzó con éxito el 30% en 2025**.
- **Aseguramiento de la mejora continua:** Ejecutamos un "plan de aterrizaje" de nuestras políticas de sostenibilidad para asegurar su implementación efectiva y la mejora continua en todos los niveles de la organización. El Centro de Manufactura de nuestra división de Food Retail (Supermercados Peruanos - SPSA) opera bajo un Sistema de Gestión de la Calidad certificado bajo la norma ISO 9001. Al cierre de 2025, este sistema abarcaba el 43.5% del área arrendable total de InRetail, lo que nos posiciona como la primera tienda en el Perú en alcanzar dicho nivel de certificación.
- **Establecimiento de metas y objetivos:** Hemos elaborado una estrategia climática integral alineada con los estándares internacionales de sostenibilidad. Nuestros objetivos cuantificados incluyen reducir las emisiones de CO2e de Alcance 1 y 2 en 44% hacia 2031, reducir nuestra huella de carbono relativa en 15% hacia 2025 y cumplir nuestras metas climáticas de 30% hacia 2030 (línea base 2022), todo ello en el marco de una estrategia climática integral alineada con los estándares internacionales de sostenibilidad que incluye además alcanzar más del 75% de reciclaje de residuos en nuestras tiendas.
- **Consulta a grupos de interés externos:** Nuestros sistemas de gestión y políticas se fortalecen mediante alianzas externas. Por ejemplo, la implementación de nuestros estándares ISO 50001 contó con la asistencia técnica de la Cooperación Alemana (GIZ).
- **Capacitación de los colaboradores:** Invertimos de manera constante en el capital humano. Brindamos capacitación especializada a nuestros equipos de mantenimiento y realizamos sesiones de capacitación enfocadas en el uso responsable del agua, la detección de fugas y los protocolos de mantenimiento. Estas sesiones cuentan con la participación activa de gerentes de tienda, equipos de mantenimiento y personal de servicios de alimentación para asegurar la excelencia operativa y una cultura de conservación.

Alcance de nuestros compromisos

Nuestras políticas ambientales y sistemas de gestión se aplican de manera integral a:

- **Operaciones propias:** Gestionamos los riesgos e impactos en todas nuestras unidades de negocio, con una tasa de cumplimiento de la política de sostenibilidad del 80% en nuestras empresas en 2025.
- **Proveedores:** Extendemos nuestros estándares ambientales a nuestra cadena de valor. Trabajamos activamente con los proveedores para ayudarlos a medir y reducir sus propias huellas.

Asimismo, a través de nuestros programas de desarrollo de proveedores, brindamos orientación sobre técnicas agrícolas sostenibles y capacitamos a proveedores en Agricultura Regenerativa y Bienestar Animal en 2025.

Fortalecimiento y evolución del Sistema Integrado de Gestión (SIG)

Durante 2025, las certificaciones asociadas a nuestro Sistema Integrado de Gestión se mantuvieron vigentes hasta noviembre. Durante este periodo, la compañía decidió reformular su estrategia de certificación, considerando una ampliación significativa de su alcance y una transformación integral del sistema de gestión.

Este proceso tiene como objetivo elevar la madurez de nuestros procesos mediante el fortalecimiento de la gestión basada en riesgos, la estandarización y la eficiencia, los mecanismos de control y gestión, y la consolidación de una cultura de mejora continua.

Asimismo, buscamos evolucionar de un sistema enfocado principalmente en los procesos operativos hacia un modelo de gestión transversal que integre progresivamente a toda la organización e incorpore los procesos estratégicos, operativos y de soporte.

Con este fin, se ha establecido un plan de fortalecimiento y mejora de procesos, alineado con las normas ISO, con acciones de implementación previstas para los próximos años. Este proceso contribuirá a consolidar las capacidades y condiciones necesarias para retomar la certificación bajo un alcance más amplio e integral una vez concluida esta etapa de transformación.

De esta manera, reafirmamos nuestro compromiso con la gestión de la calidad, la gestión ambiental responsable, la seguridad y salud en el trabajo, y la mejora continua.

Cambio climático

InRetail Perú Corp. identifica el cambio climático como un desafío global crítico y gestiona activamente sus riesgos e impactos en todas las unidades de negocio. Dado que la ONU ubica al Perú como el segundo país más vulnerable de América del Sur frente al cambio climático, estamos comprometidos con el desarrollo de soluciones resilientes y sostenibles. Guiados por el objetivo del Acuerdo de París de limitar el calentamiento global a 2 °C, hemos elaborado una estrategia climática integral alineada con los estándares internacionales de sostenibilidad y con las prioridades nacionales.

Gobernanza climática: nivel corporativo

En InRetail Perú Corp., nuestros objetivos climáticos están profundamente integrados en nuestra estructura de gobierno corporativo. El Directorio tiene la responsabilidad última de supervisión de los asuntos relacionados con el clima, con el apoyo del Comité de Auditoría del Directorio. Integrado por tres directores, este comité es responsable de supervisar la auditoría interna, la gestión de riesgos y el control interno de la compañía. Los asuntos climáticos están formalmente integrados en la agenda del directorio; durante el año, el Comité de Auditoría sostiene cuatro sesiones con un 100% de asistencia para revisar temas críticos, incluidos la estrategia financiera y los riesgos relacionados con el clima.

Vinculamos una porción significativa de la evaluación de desempeño de nuestra Gerente Corporativa de Sostenibilidad y de nuestro Jefe de Sostenibilidad a los resultados ambientales. Este porcentaje, fijado en 20%, aumentó a 30% en 2025, lo que fomenta la rendición de cuentas e impulsa resultados tangibles.

Gestión de la huella de carbono

(GRI 305-1) (GRI 305-2) (GRI 305-3) (GRI 305-4) (GRI 305-5)

Establecimos nuestra línea base de huella de carbono en 2022 para asegurar la consistencia de los datos tras la pandemia. Sobre esta base, lanzamos en 2023 un Plan de Reducción de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI), alineado con la Science Based Targets initiative (SBTi), con el objetivo de reducir las emisiones de CO2e de Alcance 1 y 2 en 44% hacia 2031, y reducir la huella de carbono relativa en 15% hacia 2025 y en 30% hacia 2030, utilizando 2022 como año base. La huella de carbono relativa considera el ratio entre el total de emisiones de CO2 equivalente y los ingresos.

Para dar seguimiento a los avances, InRetail mide y verifica las emisiones de Alcance 1, 2 y 3 mediante la herramienta Huella de Carbono Perú del Ministerio del Ambiente, que cumple con la norma ISO 14064-1 y con los estándares del GHG Protocol. Adicionalmente, los resultados son auditados externamente por un tercero independiente, lo que asegura la transparencia y la rendición de cuentas en los esfuerzos de acción climática de la compañía.

Como un gran avance para nuestra gobernanza climática en 2025, lanzamos los **Squads de Huella de Carbono**, una iniciativa transversal a la plataforma diseñada para identificar y acelerar proyectos de reducción de emisiones. Establecimos tres equipos multidisciplinarios gestionados por líderes estratégicos y operativos de nuestras Unidades de Negocio (UN), enfocados en Logística, Energía y Productos. El Squad de Energía ha demostrado ser un mecanismo de alto impacto, al lograr eliminar los silos para implementar protocolos de eficiencia estandarizados en todos los formatos.

En 2025, nuestra huella de carbono aumentó significativamente, principalmente debido a una actualización externa del factor de emisión eléctrico del Perú. El factor 2025 (0.19669864 tCO_2e/MWh) fue puesto a disposición a través de la plataforma Huella de Carbono Perú del Ministerio del Ambiente del Perú (MINAM), con base en las estadísticas oficiales 2025 del COES, y refleja cambios en la matriz de generación eléctrica, incluidas las pérdidas de transmisión y distribución. Esta actualización incrementó las emisiones reportadas asociadas al consumo de electricidad y afectó también las emisiones de Alcance 3 relacionadas con la producción de los productos comprados. Por lo tanto, el incremento no refleja un deterioro de nuestro desempeño operativo ni un cambio en nuestra metodología interna. No se realizó un recálculo de la línea base histórica ni de las emisiones del año anterior, y la actualización no afecta nuestra meta de reducción de emisiones.

Logros y métricas 2025:

- **Medición y verificación:** Medimos con éxito nuestra huella de carbono (Alcances 1, 2 y 3) en el 100% de las empresas de la plataforma. Asimismo, verificamos estas mediciones con un tercero independiente (SGS) para las unidades clave: Food Retail, Pharma y Real Plaza.
- **Composición de la huella:** El análisis revela que el 97% de nuestra huella de carbono proviene de las emisiones de Alcance 3. En particular, estas se explican por los bienes y servicios comprados (74%) y el uso de los productos vendidos (22%), mientras que el transporte y la distribución aguas arriba representan aproximadamente el 1%. Reconociendo esto, hemos intensificado nuestra colaboración con los proveedores para ayudarlos a medir y reducir sus propias huellas, entendiendo que nuestro Alcance 3 corresponde a su Alcance 1 y 2. Para abordar estratégicamente nuestras emisiones de Alcance 3, nuestro Squad de Productos implementó una rigurosa estrategia de priorización.
- Para Supermercados Peruanos (SPSA), nuestra evaluación identificó los Lácteos y las Carnes (incluidas las aves y el cerdo) como las categorías más intensivas en emisiones, que representan una porción significativa de nuestra huella.

- En respuesta, lanzamos un proyecto para calcular con precisión la huella de carbono de producto de los dos SKU más representativos de Farmacias Peruanas y SPSA.
- Asimismo, estamos mejorando la precisión de nuestros datos para las Categorías 4 y 5 mediante la recopilación de especificaciones técnicas detalladas de nuestros proveedores, con foco en métricas críticas como el peso del producto, su vida útil y su consumo de kWh/agua.
- Reconociendo que la colaboración es clave, organizamos un Taller de Huella de Carbono el 18 de junio para nuestros principales proveedores con el fin de alinear nuestras metas climáticas, seguido de reuniones específicas con los proveedores textiles de Oechsle en julio para impulsar prácticas sostenibles con mayor profundidad en nuestra cadena de suministro.

Reconocimiento nacional:

Nuestros esfuerzos han sido reconocidos por el Ministerio del Ambiente del Perú (MINAM) a través de su plataforma "Huella de Carbono Perú". En 2025, alcanzamos niveles de reconocimiento históricos:

- **4 estrellas (nivel máximo):** Otorgadas a **SPSA y Pharma** por medir, verificar y reducir su huella, e implementar proyectos de mitigación con proveedores.
- **3 estrellas:** Obtenidas por **Real Plaza** por medir, verificar y lograr reducciones.

Alcance	Unidad de negocio	2022 tCO2e	2023 tCO2e	2024 tCO2e	2025 tCO2e	Meta 2025
Alcance 1	Total	34,138.9	74,659.19	62,740.4	70,517.3	70,926.2
Alcance 2	Total	65,723.50	85,192.40	63,071.2	77,110.4	80,932.8
Alcance 3	Total	4,188,054.45	4,054,843.93	4,028,029.5	4,741,770.2	4,108,348.7

Desglose del Alcance 3

Categoría	2025 tCO2e
Bienes y servicios comprados	3,615,858.1
Bienes de capital	1,782.3
Actividades relacionadas con combustibles y energía	2,238.9
Transporte y distribución aguas arriba	20,499.9
Residuos generados en las operaciones	1,692.1
Viajes de negocios	1,312.4
Activos arrendados aguas arriba	6,956.9
Uso de los productos vendidos	1,063,413.1
Activos arrendados aguas abajo	28,016.4
Total	**4,741,770.2**

Esfuerzos de mitigación del cambio climático por unidad de negocio

Nuestra estrategia de mitigación del cambio climático se despliega de manera específica según la naturaleza operativa de cada unidad de negocio. En 2025, con el apoyo de los Squads de Huella de Carbono, cada unidad aceleró su transición hacia operaciones bajas en carbono.

Food Retail

Como nuestro mayor consumidor de energía debido a los requerimientos de la cadena de frío, Food Retail se enfocó en mejoras tecnológicas y en la integración de energías renovables.

- Descarbonización de la cadena de frío (Alcance 1): Un componente fundamental de nuestra estrategia de reducción de emisiones de Alcance 1 en 2025 ha sido la transición acelerada de nuestros sistemas de refrigeración. Dejando atrás los refrigerantes tradicionales de alto PCG

(Potencial de Calentamiento Global) como el freón (R22 y R404), estamos adaptando activamente las tiendas existentes y diseñando nuevas tiendas con sistemas a base de CO2 y glicol. Estos refrigerantes naturales reducen significativamente nuestro impacto ambiental directo y alinean nuestras operaciones de cadena de frío con las mejores prácticas globales de mitigación climática. En 2025, las nuevas tiendas y las remodelaciones priorizaron sistemas de refrigeración a base de CO2 y glicol, lo que redujo significativamente las emisiones directas de GEI.

- Gestión inteligente de la energía (Alcance 2): Ampliamos el monitoreo en tiempo real mediante el software Power Monitoring Expert (PME) a 52 locales clave (plazaVea, Vivanda y Makro). Ello permitió un control detallado de la iluminación y la refrigeración, lo que dio como resultado una reducción de S/ 3.6 millones en los costos de energía.
- Energía renovable: Optimizamos los sistemas de energía solar de plazaVea Moquegua y de cuatro tiendas Makro (Trujillo, Surco, Villa El Salvador e Ica), asegurando un desempeño óptimo de generación y reduciendo la dependencia de la red.
- Reducción de emisiones derivadas de residuos: Mediante la implementación de una planificación de la demanda basada en IA, redujimos el desperdicio de alimentos orgánicos —una fuente importante de emisiones de metano en los rellenos sanitarios—, alineando nuestra eficiencia operativa con las metas climáticas.

Squad de Logística (Food Retail y soporte transversal a las UN)

- **Optimización y madurez del ruteo (implementación de OTM**): Un pilar clave de nuestra estrategia 2025 ha sido la mejora y optimización del ruteo mediante Oracle Transportation Management (OTM), lo que elevó significativamente el nivel de madurez operativa y la sinergia entre nuestras unidades de negocio, y redujo los tiempos de seis días a 24–48 horas
- **Medición del impacto ambiental:** Nos hemos enfocado en cuantificar el impacto ambiental de la implementación del OTM en SPSA, con un seguimiento específico de las reducciones en el consumo de combustible y en las emisiones de GEI derivadas de una planificación logística más eficiente.
- **Transferencia de conocimiento y escalabilidad:** Tras el éxito en Food Retail, las principales herramientas logísticas y buenas prácticas de SPSA se compartieron con otras Unidades de Negocio para evaluar y estandarizar su implementación a nivel de grupo.
- **Impacto ambiental y descarbonización de la cadena de valor:** El eje "Paita-Piura" se ha consolidado

como la piedra angular de la estrategia de reducción de emisiones de Alcance 3 de InRetail. Al recibir las importaciones directamente en los puertos del norte e implementar la "consolidación en origen", Oslo ha eliminado más de 1,000 kilómetros de transporte terrestre redundante por envío, lo que reduce significativamente la huella de carbono corporativa.

- **Eficiencia logística:** La integración de tecnología LED y sistemas de climatización en los nuevos almacenes permitió ahorros de energía de hasta 35%.
- **Hito 2025:** Sobre la base de esta experiencia transversal, lanzamos con éxito el programa piloto de OTM en Promart en 2025, lo que marca un paso crítico en la descarbonización tecnológica de nuestra cadena logística de mejoramiento del hogar.

Pharma

Con una extensa red de tiendas de formato pequeño, nuestra estrategia se enfoca en la escalabilidad y la eficiencia logística.

- Eficiencia en iluminación: En 2025, alcanzamos un hito al actualizar el 95% de nuestra red de farmacias a iluminación LED.
- Automatización de HVAC: Reconociendo el aire acondicionado como el principal impulsor del consumo de energía en las farmacias, lanzamos un proyecto piloto en 20 tiendas, con la implementación de sistemas de automatización remota que optimizaron el tiempo de funcionamiento y las temperaturas de consigna, logrando un ahorro del 5% en el grupo piloto
- Logística sostenible (Alcance 1): Continuamos descarbonizando nuestra entrega de última milla en "Lima Moderna" mediante el incremento de la participación de motocicletas eléctricas y bicicletas, lo que reduce el ruido y las emisiones del tubo de escape en zonas urbanas densas.

Shopping Malls

Real Plaza actúa como catalizador de la sostenibilidad, al gestionar grandes infraestructuras que impactan tanto en nuestras operaciones como en las de nuestros locatarios.

- Liderazgo en ISO 50001: Real Plaza se mantiene como líder en gestión de la energía, con sus principales centros comerciales operando en alineación con la metodología ISO 50001 para asegurar la mejora continua del desempeño energético. Este sistema de gestión aplica estrictos "protocolos de apagado" de la iluminación y del HVAC en las áreas comunes cuando no están en uso, integrando la eficiencia en la cultura diaria.
- Optimización de equipos: Priorizamos maximizar la eficiencia de nuestros activos existentes. En 2025, optimizamos los sistemas de aire acondicionado (chillers y bombas de agua) y la iluminación de las áreas comunes (estacionamientos y pasillos) en Real Plaza Salaverry, generando ahorros equivalentes a S/ 160,000. Sobre la base de estos resultados positivos, implementaremos mejoras similares en cinco centros comerciales adicionales en 2026.
- Relacionamiento con los locatarios (Alcance 3): Mediante la instalación de medidores inteligentes independientes, empoderamos a los locatarios para visualizar su propio consumo, facilitando una reducción colaborativa de la huella de Alcance 3 total del centro comercial.

Logística (OSLO y transporte sostenible)

- **Transición hacia una flota de bajas emisiones (Alcance 1 y 3):** Como parte de nuestro compromiso con la descarbonización de nuestra cadena de suministro, aceleramos la transición hacia una flota de movilidad más limpia al priorizar vehículos a GNV (gas natural) y GLP para las entregas desde los Centros de Distribución (CD) a las tiendas. Esta iniciativa prioriza específicamente la flota de OSLO, que brinda servicios logísticos estratégicos a todas nuestras Unidades de Negocio.
- **Impacto ambiental y desempeño de la flota:** Durante 2025, nos enfocamos en medir el impacto ambiental de 11 unidades sostenibles dentro de las operaciones de OSLO. Esta flota se distribuye actualmente para maximizar la cobertura, con 2 camiones dedicados a la carga de SPSA y 9 unidades que atienden a otras Unidades de Negocio, lo que permite una evaluación detallada de las reducciones de emisiones en nuestros formatos retail.
- **Estándares de compras sostenibles:** Para asegurar la escalabilidad a largo plazo, hemos alineado nuestros estándares de contratación de transportistas con criterios de movilidad sostenible. Ello asegura que nuestros socios logísticos externos cumplan estrictos requisitos de desempeño ambiental, reforzando nuestra estrategia de mitigación de las emisiones indirectas de Alcance 3 en toda nuestra red de transporte.

- **Consolidación de carga marítima multiempresa:** Como medida estratégica para optimizar nuestra cadena de suministro internacional y reducir la intensidad de carbono por unidad importada, implementamos un modelo de consolidación de carga marítima para las importaciones. Este proyecto aprovecha la capacidad de OSLO como operador y gestor especializado para agrupar envíos de múltiples empresas, maximizando la utilización y la eficiencia de los contenedores.
- **Caso de estudio: alianza OSLO y Oechsle:** Se ejecutó con éxito un piloto mediante tres envíos gestionados para Oechsle, con un ahorro conjunto inicial de costos del 14% y un volumen consolidado de 57 m^3.

Este éxito demuestra la viabilidad de un modelo logístico compartido para reducir el número total de contenedores y de viajes marítimos requeridos.

- **Evaluación del impacto y escalabilidad:** Actualmente estamos midiendo el impacto ambiental (tCO2e evitadas) de estos envíos iniciales para cuantificar la reducción de nuestra huella de carbono de Alcance 3. Con base en estos resultados, proponemos un sistema de consolidación estandarizado que se implementará en otras Unidades de Negocio del segmento No Alimentario, institucionalizando aún más las sinergias logísticas y la sostenibilidad operativa a nivel de grupo

Riesgos financieros del cambio climático (TCFD)

Analizamos y mitigamos activamente los riesgos financieros asociados al cambio climático siguiendo las recomendaciones del Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD). Evaluamos múltiples escenarios climáticos (RCP 2.6, 4.5 y 8.5) para comprender los posibles desafíos. Este análisis orienta las decisiones estratégicas, como la ubicación de nuevos proyectos fuera de las zonas de alto riesgo identificadas por el Instituto Nacional de Defensa Civil (INDECI) y la adaptación de los diseños de infraestructura para mejorar la resiliencia cuando los riesgos son inevitables.

Para respaldar estos esfuerzos, el **Comité Cibeles** promueve prácticas de construcción sostenible alineadas con certificaciones como LEED, EDGE y el Código Técnico de Construcción Sostenible del Perú.

Mitigación	Adaptación
Evitar y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero.	Adaptar nuestras operaciones, procesos y logística al cambio climático
Medir y realizar esfuerzos para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en nuestras operaciones y cadenas de suministro.	Promover tecnologías de adaptación al cambio climático en la agricultura.
Implementar y promover la adopción de energías renovables.	Promover la participación en proyectos de inversión.
Incrementar la eficiencia energética e hídrica.	Adoptar medidas preventivas y reactivas ante emergencias y desastres naturales.
Optar por insumos de bajas emisiones (refrigerantes, extintores, etc.)	Promover medidas para la protección de la biodiversidad y los recursos naturales.
Adoptar tecnologías y transporte bajos en carbono en la distribución de productos y en las operaciones.	Evaluar a los proveedores en cuanto a riesgos y oportunidades relacionados con el cambio climático.
Tomar acciones con base en el análisis del ciclo de vida de los productos.	Implementar criterios de eficiencia energética e hídrica en el diseño y la construcción de los locales.
Reducir la generación de residuos, incrementar las tasas de reciclaje y desviar alimentos de los rellenos sanitarios mediante la donación.	Implementar un plan de contingencia para la distribución de productos en caso de emergencia.
Trabajar de la mano con los proveedores agrícolas para desincentivar el cambio de uso del suelo y promover el uso responsable de fertilizantes.	Implementar programas de economía circular.

Oportunidades derivadas del cambio climático

El marco TCFD también destaca oportunidades de crecimiento mediante el financiamiento verde. Tras nuestro liderazgo en la obtención de préstamos verdes en 2022 y 2023 para respaldar iniciativas de sostenibilidad, continuamos aprovechando instrumentos financieros para avanzar en nuestras metas. Estas inversiones respaldan objetivos ambientales, como alcanzar más del 75% de reciclaje de residuos en nuestras tiendas, y objetivos sociales, como nuestros programas de donación de alimentos.

Adicionalmente, el equipo Corporativo de Sostenibilidad desarrolló un Lineamiento de Adaptación al Cambio Climático que brindará a las unidades de negocio un marco y una metodología estandarizados para la elaboración de sus planes de adaptación. El lineamiento tiene como finalidad facilitar la identificación de los riesgos climáticos físicos, la evaluación de las vulnerabilidades y la definición de medidas preventivas y de mitigación adaptadas a cada operación.

Mediante esta iniciativa, InRetail busca fortalecer la continuidad operativa, la resiliencia de la infraestructura, la seguridad de los colaboradores y la capacidad de adaptación a largo plazo frente a la creciente variabilidad climática y a los eventos relacionados con el clima en el 100% de sus operaciones hacia 2030.

Eficiencia energética

InRetail Perú Corp. se dedica a la gobernanza estratégica de la gestión de la energía para mitigar los impactos del cambio climático. Nuestro enfoque ha evolucionado desde proyectos fundacionales hacia una estrategia sofisticada, basada en datos y regida por estándares internacionales.

Impacto y ahorros 2025:

La implementación de acciones integrales de eficiencia energética generó ahorros económicos de hasta **S/ 3.9 millones** en comparación con 2024. Nuestro Indicador de Desempeño Energético, expresado en

kWh/m² de área de ventas, disminuyó **5% por segundo año consecutivo** en nuestras tiendas grandes que consumen más de 200 kWh, lo que demuestra ganancias de eficiencia sostenidas.

Gobierno corporativo en la gestión de la energía

- **Auditorías energéticas e implementación de la ISO 50001:** Nuestras empresas —SPSA, Real Plaza y Farmacias Peruanas— gestionan su desempeño energético bajo el estándar internacional **ISO 50001**. Esta implementación contó con la asistencia técnica de la Cooperación Alemana (GIZ). Mediante esta alianza, realizamos auditorías energéticas y brindamos capacitación especializada a nuestros equipos de mantenimiento, identificando oportunidades de mejora capaces de reducir el consumo de energía hasta en **10%**.

Real Plaza lidera la adopción de tecnologías de ahorro de energía. En 2025, las mejoras se basaron en logros anteriores, como la auditoría energética especializada en Real Plaza Salaverry.

- **Gestión de contratos:** Gestionamos 9 adendas y 3 nuevos contratos de electricidad para suministros de clientes libres en todas las unidades de negocio. Adicionalmente, obtuvimos mejoras para 9 suministros que se beneficiarán de ahorros tarifarios de hasta **25% a partir de 2026**.

Gestión de la energía por unidad de negocio

Food Retail

Hemos dado pasos significativos para reducir el impacto ambiental. En 2025, ejecutamos acciones de monitoreo energético en tiempo real mediante el software **Power Monitoring Expert (PME)** en 52 tiendas de plazaVea, Vivanda y Makro. Para asegurar la consistencia y la precisión de nuestros resultados, el Squad de Energía estandarizó nuestra metodología de cálculo de la línea base en estricta conformidad con la norma ISO 50001. En Food Retail, que abarca 139 locales, nuestras intervenciones tácticas incluyeron auditorías energéticas integrales, la implementación de estrictos protocolos de encendido/apagado del HVAC y el diagnóstico proactivo de fallas mediante el software Power Monitoring Expert (PME). Adicionalmente, actualizamos el software de monitoreo del sistema de paneles solares de plazaVea Moquegua y de cuatro sistemas de menor escala en Makro (Trujillo, Surco, Villa El Salvador e Ica), registrando ahorros de **S/ 100,000 en 2025**.

Pharma

La división de Pharma continúa avanzando en eficiencia. Realizamos un proyecto piloto de **automatización del aire acondicionado** en Farmacias Peruanas, con la implementación de sistemas de control remoto en 20 boticas. Esta iniciativa dio como resultado ahorros en el consumo de energía de hasta **5%**.

Shopping Malls

Real Plaza lidera la adopción de tecnologías de ahorro de energía. En 2025, las mejoras en la gestión del aire acondicionado de las áreas comunes de nuestros centros comerciales generaron ahorros equivalentes a **S/ 160,000**. Ello se basa en logros anteriores, como la auditoría energética especializada en Real Plaza Salaverry y la instalación de sensores de proximidad en escaleras de emergencia y pasillos posteriores para una operación correcta y eficiente del aire acondicionado

Evaluación del avance en la reducción del consumo de energía

La implementación de acciones integrales de eficiencia energética generó ahorros económicos de hasta S/ 3.9 millones en comparación con 2024. Gracias al cambio estratégico de proyectos de eficiencia aislados hacia un modelo de gestión continua de la energía —reforzado por nuestra participación en la

Red de Aprendizaje de la GIZ—, esta eficiencia se tradujo en ahorros económicos de S/ 3.9 millones, superando las cifras del año anterior.

Consumo de energía

Metas cuantificadas para abordar el ahorro de energía

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

En 2025, el consumo neto total de energía de InRetail Perú Corp. (excluidos los locatarios) alcanzó 390,577 MWh. Si bien ello representa un incremento absoluto respecto del año anterior —impulsado por la rápida expansión de nuestra red de tiendas Mass y la incorporación de nuevos equipos en nuestros formatos de farmacia—, nuestra eficiencia operativa continúa mejorando. Gracias al cambio estratégico de proyectos de eficiencia aislados hacia un modelo de gestión continua de la energía, logramos sostener una reducción del 5% en nuestro indicador de intensidad energética (kWh/m²) por segundo año consecutivo. Esta eficiencia se tradujo en ahorros económicos de S/ 3.9 millones, superando las cifras del año anterior.

De cara al futuro, nos mantenemos alineados con nuestra meta corporativa de reducir nuestra huella de carbono relativa en 15% hacia 2025 (frente a la línea base de 2022).

Total de energía consumida*	Unidad	2022	2023	2024	2025
Combustibles no renovables comprados y consumidos	MWh	37,327	87,878	10,839.0	**10,065.5**
Energía eléctrica no renovable comprada	MWh	143,349	183,853	142,393.2	**169,782.8**
Total de energía renovable comprada	MWh	174,123	204,269	213,145.4	**210,590.3**
Total de energía renovable generada	MWh	164	228	128.6	**138.3**
Total de energía renovable consumida	MWh	174,287	204,497	213,274.1	**210,728.6**
Total de energía no renovable consumida	MWh	180,676	271,731	153,232.2	**179,848.2**
Total de energía consumida	**MWh**	354,963	476,228	366,506.3	**390,576.9**

***** En 2025, se actualizó la metodología de cálculo, que ahora utiliza los siguientes criterios: para los clientes libres, la participación de energía renovable corresponde a la proporción de fuentes de energía renovable dentro del portafolio total de generación del proveedor actual. Para los clientes regulados, corresponde a la proporción de fuentes de energía renovable dentro del portafolio total de generación del Sistema Eléctrico Interconectado Nacional (SEIN). Los valores históricos se actualizaron para alinear la metodología.

En 2025, renovamos con éxito nuestros contratos de suministro de energía para asegurar un abastecimiento confiable para nuestras operaciones. Como parte de nuestro compromiso ambiental de largo plazo, continuamos evaluando alternativas estratégicas para optimizar nuestra matriz energética y mejorar nuestra huella ambiental en los próximos años.

Inversión en innovación energética

- **Monitoreo inteligente:** Para nuestras Tiendas de Alto Consumo, desplegamos una plataforma unificada de lectura de recibos basada en Inteligencia Artificial (IA). Esta herramienta nos permite

recopilar y monitorear indicadores de gasto, consumo, demanda y energía, lo cual es esencial para una gestión energética precisa.

- **Construcción sostenible:** Se alcanzó un hito importante en 2025: actualizamos los Criterios de Construcción Sostenible para plazaVea, Vivanda, Makro y Plaza Center. Estos criterios incluyen ahora estándares mejorados de eficiencia energética, consumo de agua, accesibilidad universal, uso de recursos y disposición de residuos.

Capacitación en eficiencia energética

Fortalecimiento de nuestra cultura energética: resultados de la Red de Aprendizaje de la GIZ

En agosto de 2025, InRetail concluyó con éxito la fase de diagnóstico y planificación del proyecto del Sistema de Gestión de la Energía (SGEn) en el marco de la Red de Aprendizaje de Euroclima, cofinanciada por la GIZ.

Este esfuerzo colaborativo facilitó un cambio estratégico de la ejecución de proyectos de eficiencia aislados hacia la adopción de un modelo de gestión continua. Mediante rigurosos diagnósticos energéticos y capacitación especializada para nuestros equipos de mantenimiento, identificamos oportunidades críticas de ahorro —en particular en la optimización del HVAC y de la iluminación— en nuestros formatos. La culminación exitosa de esta etapa estuvo marcada por un reconocimiento formal de la Red de Aprendizaje, que validó nuestra hoja de ruta para la fase de implementación, actualmente en curso, orientada a ejecutar estas mejoras y reducir de manera permanente nuestra huella de carbono operativa.

Eficiencia hídrica

(GRI 303-2) (GRI 303-5)

En InRetail Perú Corp., reconocemos el rol vital que cumple el agua en el sostenimiento de la vida y de los ecosistemas. Los Shopping Malls representan nuestro mayor consumo de agua, lo que los convierte en una prioridad para nuestros esfuerzos de eficiencia.

Estrategia de gestión:

Evaluaciones del uso del agua para identificar oportunidades de mejora de la eficiencia hídrica

InRetail Perú Corp. está comprometida con la gestión responsable del agua, pasando de la evaluación a la estandarización. En 2025, integramos estrictos estándares de eficiencia hídrica en nuestros **Criterios de Construcción Sostenible** actualizados para plazaVea y los proyectos principales. Estas evaluaciones aseguran que el uso del agua se minimice en áreas críticas como los sistemas de enfriamiento, los servicios higiénicos y los procesos de limpieza, sin comprometer la seguridad ni la calidad.

Consumo de agua

Establecimiento de metas para reducir el uso del agua

(GRI 303-3, GRI 303-4, GRI 303-5)

Monitoreamos nuestro desempeño mediante un riguroso seguimiento de datos en todas las unidades de negocio. En 2025, nuestra extracción total de agua alcanzó **2,601,976.90 m³**. Si bien los Shopping Malls representan nuestro mayor consumo, nuestros esfuerzos de eficiencia se escalan en toda la plataforma.

Consumo total de agua *	Unidad	2022	2023	2024	2025
Food Retail	m³	713,964.4	728,741.4	760,511.1	**841,378.90**
Pharma	m³	358,009.6	488,991.3	610,634.4	**560,082.00**
Shopping Malls	m³	945,260.4	1,018,812.9	1,042,013.1	**1,200,516.00**
Total	**m³**	**2,017,234.4**	**2,236,544.7**	**2,413,158.6**	**2,601,976.90**

** El consumo de agua es igual a la extracción. Se ajustó el valor total de 2024.*

El incremento del consumo de agua durante 2025 se atribuyó principalmente al crecimiento del negocio y a la ampliación de nuestra presencia. Entre los principales factores se incluyeron la apertura de nuevas tiendas hard discount Mass y los grandes proyectos de expansión de los centros comerciales de Piura y Tarapoto. A medida que estas instalaciones entraron en operación, el área total bajo gestión aumentó, lo que generó una mayor demanda de agua. La compañía mantiene su compromiso de promover el uso eficiente del agua en todas sus operaciones.

Programas de eficiencia hídrica

Acciones para reducir el consumo de agua

Sobre la base de esfuerzos innovadores como el sistema de reutilización de aguas grises implementado en las tiendas Vivanda —donde el condensado del aire acondicionado se utiliza en los servicios higiénicos—, hemos ampliado nuestra estrategia de agua circular a nuestras operaciones logísticas. En el Centro de Distribución de Pucusana, operamos una Planta de Tratamiento de Aguas Residuales (PTAR) dedicada, que trata las aguas residuales para su reutilización total en el riego de áreas verdes. Este sistema de circuito cerrado minimiza nuestra extracción del acuífero local y asegura cero descargas de agua sin tratar.

Además de las medidas técnicas, InRetail continúa invirtiendo en la sensibilización de los colaboradores. Las sesiones de capacitación se enfocan en el uso responsable del agua, la detección de fugas y los protocolos de mantenimiento, con la participación activa de gerentes de tienda, equipos de mantenimiento y personal de servicios de alimentación para asegurar la excelencia operativa.

Acciones para mejorar la calidad de las aguas residuales

Para reducir el uso y proteger la calidad de las aguas residuales, realizamos rigurosamente auditorías integrales de los **Valores Máximos Admisibles (VMA)** en todos los establecimientos de alimentos. Ello asegura el cumplimiento normativo y mitiga directamente los riesgos de contaminación en la red de alcantarillado. Asimismo, nuestro relacionamiento con la cadena de suministro contribuye a minimizar la escorrentía de agroquímicos que podría comprometer la calidad del agua local.

Gestión de riesgos hídricos de los proveedores críticos en zonas con estrés hídrico

Entendemos que nuestro impacto hídrico más significativo se encuentra más allá de nuestras operaciones directas, principalmente en nuestra cadena de suministro agrícola, donde la disponibilidad de agua es crítica para la producción. Por ello, nuestro enfoque se centra en identificar las zonas de alto riesgo y en relacionarnos con los proveedores críticos de nivel 1 para asegurar su resiliencia.

Evaluación y monitoreo de riesgos: En 2025, continuamos utilizando el WRI Aqueduct Water Risk Atlas para mapear y evaluar los niveles de estrés hídrico de nuestros proveedores agrícolas críticos. Esta evaluación nos permite priorizar el relacionamiento con los productores ubicados en regiones con alto estrés hídrico de base o variabilidad estacional.

Para asegurar un enfoque integral, nuestra colaboración con los proveedores aborda específicamente las siguientes categorías de riesgo:

Mitigación de los riesgos relacionados con la cantidad y la calidad del agua

Al superponer nuestros datos de riesgo con los volúmenes de abastecimiento, podemos identificar "puntos críticos" en los que la escasez de agua (cantidad) representa un riesgo material para la continuidad del negocio. En línea con nuestra Política de Agricultura Sostenible, alentamos a nuestros proveedores —en particular a los de la categoría de alimentos frescos— a adoptar tecnologías de riego eficientes y prácticas de gestión responsable del agua. Para abordar la calidad del agua, aprovechamos certificaciones reconocidas a nivel mundial como Rainforest Alliance y GLOBAL G.A.P. Estas sirven como indicadores indirectos de cumplimiento, asegurando que nuestros socios gestionen los recursos hídricos de manera responsable y minimicen la escorrentía de agroquímicos que podría comprometer la calidad del agua local.

Mitigación de los riesgos relacionados con cambios regulatorios o estructuras de precios

A través de nuestros programas de desarrollo de proveedores, brindamos orientación sobre técnicas agrícolas sostenibles que optimizan el uso del agua. Al ayudar de manera proactiva a nuestros socios agrícolas a reducir su dependencia de la extracción de grandes volúmenes de agua, este enfoque colaborativo no solo mitiga los riesgos directos de la cadena de suministro, sino que también incrementa la resiliencia de nuestros proveedores frente a posibles cambios regulatorios (por ejemplo, cuotas gubernamentales de agua más estrictas) y fluctuaciones en las estructuras de precios del agua.

Mitigación de los riesgos relacionados con conflictos con grupos de interés

Reconocemos que la escasez severa de agua puede representar una amenaza no solo para nuestras operaciones, sino también para el acceso de las comunidades. Al asegurar que nuestros proveedores adopten tecnologías de riego eficientes y al contribuir activamente a la seguridad hídrica de largo plazo de las cuencas agrícolas de las que dependemos, trabajamos para asegurar un acceso equitativo a este recurso vital, minimizando de manera proactiva el riesgo de conflictos con grupos de interés o comunidades por el agua en las regiones con estrés hídrico.

Exposición de los proveedores al estrés hídrico

% de productos agrícolas obtenidos en zonas con estrés hídrico	2025
Productos pecuarios	73%
Maíz	100%
Arroz	99.9%
Soya	32%
Azúcar	74%
Algodón	100%

Aplicación del reciclaje de agua

Estamos ampliando nuestra estrategia de agua circular del retail a la logística:

- Reutilización de aguas grises: Sobre la base de esfuerzos innovadores como el sistema implementado en las tiendas Vivanda —donde el condensado del aire acondicionado se recupera para su uso en los servicios higiénicos—, continuamos buscando oportunidades de réplica.
- Logística (circuito cerrado): En el Centro de Distribución de Pucusana, operamos una Planta de Tratamiento de Aguas Residuales (PTAR) dedicada. Esta instalación trata las aguas residuales para

su reutilización total en el riego de áreas verdes, creando un sistema de circuito cerrado que minimiza nuestra extracción del acuífero local y asegura cero descargas de agua sin tratar.

Capacitación de sensibilización

Además de las medidas técnicas, InRetail continúa invirtiendo en el capital humano. Realizamos sesiones de capacitación enfocadas en el uso responsable del agua, la detección de fugas y los protocolos de mantenimiento, con la participación activa de gerentes de tienda, equipos de mantenimiento y personal de servicios de alimentación para asegurar la excelencia operativa y una cultura de conservación.

Gestión de residuos

(GRI 306-1) (GRI 306-2) (GRI 306-3) (GRI 306-4) (GRI 306-5)

En un país donde la gestión de residuos presenta desafíos significativos —el Perú genera 23,000 toneladas de residuos al día y tiene una tasa nacional de reciclaje de solo 2.1%—, InRetail actúa como catalizador de la economía circular. Abordamos activamente estos problemas mediante estrategias innovadoras en todas las unidades de negocio, atendiendo la falta crítica de infraestructura para residuos, en particular en las provincias fuera de Lima, donde los problemas de disposición inadecuada son más frecuentes.

Avances e impacto 2025:

En 2025, ampliamos la cobertura de nuestra gestión de residuos a 239 locales (90% de cobertura), frente a 214 locales (84%) en 2024. Nuestros resultados demuestran la efectividad de nuestros planes integrales de gestión de residuos:

- **Tasa de reciclaje:** Alcanzamos una tasa de reciclaje de 70%, con la recuperación de 17,051.90 toneladas de residuos (frente a 14,776 toneladas en 2024).
- **Gestión total:** Gestionamos un total de 24,500 toneladas de residuos, asegurando su adecuada segregación y disposición.
- **Valor de la economía circular:** La venta de materiales reciclables generó S/ 4.6 millones en ingresos, lo que refuerza la viabilidad financiera de las operaciones sostenibles.

Auditorías de residuos

Para asegurar la precisión de los datos y una gestión efectiva, priorizamos la auditoría y medición rigurosas en nuestras operaciones. En 2025, ampliamos la cobertura de medición y gestión de residuos al 92% de la plataforma.

- **Food Retail:** Continuamos clasificando el 100% de nuestras pérdidas conocidas de alimentos por causa y etapa del ciclo de vida. Este desglose detallado nos permite priorizar los esfuerzos de reducción del desperdicio y escalar las iniciativas de rescate.
- **Shopping Malls:** Mantenemos un enfoque de gestión basado en datos mediante un registro interno centralizado. Este sistema permite un seguimiento detallado de la tipología y el peso de los residuos en 20 de nuestros centros comerciales, y constituye la piedra angular para el monitoreo de nuestras metas de reducción.

Planes de acción para reducir la generación de residuos

Food Retail

- Plan Integral de Gestión de Residuos: Nuestra estrategia central se enfoca en el manejo y reciclaje adecuados de los materiales en nuestras operaciones. En 2025, ampliamos nuestro alcance a 155 locales, alcanzando un 95% de cobertura.
- Programa Recicla Consciente: Como nuestra iniciativa insignia de relacionamiento con los grupos de interés, este programa impulsa la conciencia ambiental y la cultura del reciclaje a escala nacional. En 2025, el programa dio como resultado el reciclaje de 135.03 toneladas de materiales y la capacitación formal de 475 recicladores, y alcanzó un relacionamiento en redes sociales de 3.4 MM de usuarios alcanzados
- Otras iniciativas operativas: Para complementar nuestros programas centrales, desplegamos de manera continua esfuerzos circulares específicos en nuestra red de tiendas. Estos incluyen la logística inversa mediante el programa Recicla Mass, la transformación de residuos orgánicos en abono de humus en alianza con La Lombriz Feliz e Innova Schools, y nuestra campaña nacional de recolección de Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAEE).

Pharma

- Logística circular y Recicla Botica: Nuestra estrategia se apoya en gran medida en la optimización de los recursos dentro de nuestra red de distribución. A través de Recicla Botica, facilitamos un modelo circular en el que 230 farmacias devuelven cajas de cartón para su reciclaje o reutilización. Asimismo, nuestro sólido programa de Logística Inversa para productos farmacéuticos y de consumo previene residuos mediante la recuperación de artículos próximos a vencer o con daños externos; al redirigirlos a instituciones aliadas, logramos valorizar S/ 1.69 millones en productos donados.
- Otras iniciativas operativas: Continuamos fortaleciendo los esfuerzos ambientales de base mediante el mantenimiento de rigurosas operaciones de reciclaje en nuestros centros de distribución (con la recuperación de 527 toneladas de materiales) y el avance en nuestras metas de empaques sostenibles, destacando la incorporación de bolsas de papel con certificación FSC en Farmacias Peruanas a partir de octubre de 2025.

Shopping Malls

Infraestructura basada en datos: La piedra angular de nuestra estrategia de residuos es nuestro registro interno centralizado, que permite un seguimiento detallado de la tipología y el peso de los residuos en 20 de nuestros centros comerciales. Esta sólida recopilación de datos, junto con cuartos de residuos estandarizados de alta calidad y una comunicación continua con los locatarios, ha sido fundamental para monitorear y alcanzar nuestras metas de reducción 2025.

- Alianzas circulares (Pacto): En 2025, Real Plaza fortaleció su enfoque de economía circular mediante una alianza estratégica con Pacto, el proyecto de valor compartido de Oechsle. Establecimos un espacio físico de venta en Real Plaza Primavera para promover productos fabricados a partir de plástico reciclado y residuos textiles generados por el grupo. Además de dar una segunda vida a los materiales, Pacto crea oportunidades de empleo significativas para mujeres privadas de libertad, quienes transforman prendas desechadas en nuevos productos, lo que respalda su reinserción social y económica mediante un trabajo digno.
- Otras iniciativas operativas: Impulsamos de manera continua la participación de visitantes y locatarios para escalar nuestro impacto.

Nuestros centros comerciales cuentan con tecnologías inteligentes de reciclaje como los robots IRbin, que recolectaron 1.8 toneladas de plástico, junto con esfuerzos sostenidos para hacer cumplir la separación de residuos orgánicos en nuestros patios de comidas y la ampliación de alianzas regionales para asegurar una disposición conforme en las zonas de provincias.

Generación de residuos

(GRI 301-1) (GRI 306-2) (GRI 306-3) (GRI 306-4) (GRI 306-5)

Metas cuantificadas para minimizar los residuos

En 2025, nuestras estrategias integrales generaron resultados tangibles, con una tasa de reciclaje de casi 70% (17,051.9 toneladas) y S/ 4.6 millones en ingresos por materiales reciclables. Como muestra de nuestro compromiso con la mejora ambiental continua, buscamos incrementar nuestra tasa de reciclaje a 73% en 2026.

Disposición de residuos	Unidad	2022	2023	2024	2025
Total de residuos generados	**Toneladas**	**13,171.0**	**15,646.8**	**20,835.3**	**25,327.08**
Food Retail	Toneladas	10,825.5	13,473.1	15,667.0	18,090.34
Pharma	Toneladas	1,881.3	825.1	947.3	1,439.83
Shopping Malls	Toneladas	464.2	1,348.7	4,221.0	5,796.91
Total de residuos reciclados	**Toneladas**	**9,767.0**	**10,691.8**	**14,776.7**	**17,051.90**
Food Retail	Toneladas	7,817.7	9,725.4	12,122.0	13,729.11
Pharma	Toneladas	1,782.6	536.6	656.7	826.98
Shopping Malls	Toneladas	166.7	429.8	1,998.0	2,495.77
Total de residuos dispuestos en rellenos sanitarios	**Toneladas**	**3,404.0**	**4,964.9**	**6,058.6**	**8,275.22**
Food Retail	Toneladas	3,007.8	3,747.6	3,545.0	4,361.23
Pharma	Toneladas	98.7	298.4	290.6	612.85
Shopping Malls	Toneladas	297.5	918.9	2,223.0	3,301.14

En 2025, alcanzamos un 92% de cobertura en la medición y gestión de residuos a nivel de InRetail, fortaleciendo nuestro compromiso con una operación más sostenible.

Como resultado, reciclamos más de 17,000 toneladas de residuos y tratamos más de 1.62 toneladas mediante procesos de compostaje. Asimismo, gestionamos adecuadamente más de 31.7 toneladas de residuos peligrosos y reciclamos más de 14.3 toneladas de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE).

Indicador	Unidad	2022	2023	2024	2025	Meta 2025
Cálculo de la merma conocida	Toneladas	19,919.00	21,933.22	22,940.32	24,460.75	25,007.24
Cálculo total donado (alimentos)	Toneladas	11,787.29	11,743.94	12,444.97	13,228.96	13,503.91
Cálculo para compostaje	Toneladas	2.18	1.08	1.61	1.62	1.60
Total descartado	Toneladas	8,129.53	10,189.28	10,495.35	11,231.79	11,503.33
Monto total donado (alimentos)	s/	63,297,756.39	63,064,939.19	66,829,506.42	71,039,529.54	-
Intensidad (pérdida de alimentos/ventas de alimentos)	#	0.015	0.016	0.015	0.015	0.016

Gestión del desperdicio de alimentos: reducción y reaprovechamiento

Food Retail

En 2025, continuamos clasificando el 100% de nuestras pérdidas conocidas de alimentos por causa y etapa del ciclo de vida para impulsar una toma de decisiones basada en datos. La mayor parte de la pérdida de alimentos se produjo a nivel retail (tiendas) y se atribuyó a las siguientes categorías:

- Donaciones de alimentos: 33.2% - Productos excedentes redirigidos al Banco de Alimentos del Perú y a organizaciones aliadas antes de su vencimiento.
- Vencimiento de productos: 39.4% - Productos no vendidos que alcanzan su fecha de vencimiento.
- Roturas: 8.5% - Daños ocurridos durante el almacenamiento o el transporte.
- Robos, problemas de calidad y otras causas: 18.9% - Incluye errores administrativos, infestaciones o disposición legal.
- Este desglose detallado nos permite priorizar nuestros esfuerzos de reducción del desperdicio de alimentos y escalar las iniciativas de rescate de alimentos. Una porción significativa de nuestra merma registrada se reaprovechó para donación, lo que refuerza nuestro compromiso con la circularidad y el bienestar de la comunidad.

Inversión en innovación e I+D para minimizar los residuos

Implementación de tecnología y mejora de procesos: Aprovechamos la analítica avanzada de datos para prevenir los residuos en la fuente:

- Sistema Avanzado de Reposición en Tiendas: Este sistema optimiza el inventario mediante el análisis de los datos de ventas, SKU y niveles de stock específicos de cada local, asegurando una reposición precisa para minimizar la merma a nivel de tienda.
- Sistema Avanzado de Reposición en Almacenes: Gestiona el stock de los Centros de Distribución (CD) mediante la predicción de la demanda y asegurando transferencias precisas del CD a las tiendas, lo que reduce los excedentes y previene los residuos aguas arriba.
- Blue Yonder - Luminate: Continuamos utilizando este sistema avanzado de reposición para la categoría de Frescos. Utiliza Inteligencia Artificial (IA) y Aprendizaje Automático (ML) para pronosticar la demanda con mayor precisión, incorporando factores como la temperatura, las

fluctuaciones de precios y los eventos locales. Ello minimiza la merma en categorías sensibles como frutas, verduras, embutidos y comidas preparadas.

Integración de programas de reciclaje para reducir los residuos

Rescate de alimentos para prevenir el desperdicio:

- Programa Bueno por Dentro (BxD): Esta iniciativa insignia se enfoca en la donación de alimentos en buen estado a organizaciones sociales que brindan alimentación continua a niños, adultos mayores y mujeres en situación de vulnerabilidad. En 2025, el programa amplió su alcance a 19 regiones y 103 distritos, en trabajo conjunto con 228 organizaciones sociales.

Resultados de las iniciativas contra el desperdicio de alimentos

El programa Bueno por Dentro logró un impacto significativo en 2025, con el rescate y la donación de alimentos valorizados en S/ 72.5 millones.

- Volumen: Estos esfuerzos permitieron rescatar y donar 18.8 millones de raciones.
- Impacto: El programa brindó un apoyo crucial a 95,984 beneficiarios en 19 regiones del país, reduciendo a la vez de manera significativa el volumen de residuos enviados a rellenos sanitarios.

Capacitación en reducción de residuos

La educación es clave para sostener nuestra cultura de gestión de residuos:

- Capacitación en rescate de alimentos: Para asegurar la inocuidad en nuestro programa Bueno por Dentro, implementamos un Curso virtual de Buenas Prácticas de Manipulación de Alimentos (BPMA), con más de 1,700 horas de capacitación impartidas a organizaciones sociales. Ello mejoró las prácticas de gestión de alimentos en el 59.7% de las entidades participantes.
- Recicla Consciente: Este programa continúa impulsando la cultura del reciclaje y dio como resultado la capacitación de 475 recicladores en 2025.
- Educación a los locatarios: En nuestros Shopping Malls, educamos a los locatarios sobre las prácticas adecuadas de separación (incluidos los residuos orgánicos) y desarrollamos campañas de comunicación para asegurar la alineación con nuestros protocolos.

Desvío de residuos de los rellenos sanitarios

Nuestro compromiso con la disposición adecuada se refleja en nuestras métricas de desvío. En 2025, logramos desviar más de 17,000 toneladas de residuos de los rellenos sanitarios mediante el reciclaje.

- **Pharma:** Reciclamos con éxito 527 toneladas de materiales en nuestros centros de distribución.
- **Shopping Malls:** Mediante nuestra infraestructura estandarizada y el relacionamiento con los locatarios, reciclamos 2,495.77 toneladas de residuos.
- **Food Retail:** Logramos un desvío de 13,729.11 toneladas mediante programas de reciclaje.
- **Desglose de la pérdida de alimentos:** Nuestro enfoque basado en datos atribuye la pérdida de alimentos a causas específicas, con un 33.2% redirigido a donaciones (Banco de Alimentos del Perú e Inspira) antes de su vencimiento, lo que asegura que no se convierta en residuo.

Empaques

(GRI 301-3)

InRetail está comprometida con la reducción del impacto ambiental de los empaques mediante innovaciones sostenibles y prácticas ecoamigables. En 2025, avanzamos significativamente en nuestro enfoque basado en datos para la sostenibilidad de los empaques.

Como parte de la estrategia de la plataforma hacia 2030, InRetail desarrolló un Manual de Empaques para las áreas comerciales y de desarrollo de productos, que incluye una guía de tipos de materiales recomendados, lineamientos de ecodiseño y una ruta general para alcanzar las metas 2030.

Empaques plásticos	Unidad	2022	2023	2024	2025	Meta para el ejercicio 2025
Peso total (toneladas) de todos los empaques plásticos	toneladas	1,558.90	1,917.45	1,470.70	1,453.57	1,600.00
Porcentaje de empaques plásticos reciclables	%	71%	71%	62%	41%	40%
Porcentaje de empaques plásticos compostables	%	29%	27%	37%	59%	47%
Porcentaje de contenido reciclado en los empaques plásticos de la compañía	%	15%	12%	0.03%	0.03%	0.02%

* Desde 2024, se ajustó la metodología utilizada para calcular el peso total del plástico y del plástico reciclable. Sin embargo, la cobertura de los datos se mantiene igual que el año anterior. Anteriormente, el cálculo se basaba en datos de un Análisis de Ciclo de Vida (ACV); no obstante, esta variable fue reemplazada por un cálculo más preciso basado en el contenido de plástico de los 29 principales SKU de SPSA y los 20 principales SKU de FAPE, seleccionados con base en las unidades vendidas y su correlación con el valor de las ventas. Adicionalmente, en 2025 disminuyeron las ventas de productos que contienen materiales reciclables, lo que dio como resultado un porcentaje reportado menor que el del año anterior.

Materiales de empaque	2025 (toneladas)	Porcentaje de los materiales utilizados que proviene de fuentes recicladas
Empaques de madera y fibra de papel	1,126.74	14.00%
Empaques metálicos	249.73	0.01%
Empaques de vidrio	0.00	0.00%

Food Retail

En 2025, nuestra unidad de Food Retail (plazaVea, Vivanda, Makro y Mass) dio un paso decisivo al pasar de la transición de materiales a su evaluación científica. Si bien continuamos migrando hacia opciones biodegradables y compostables para determinados productos, nuestro enfoque ha evolucionado hacia una optimización basada en datos de nuestro portafolio de marcas propias.

Proyecto de Semaforización de Empaques

Implementamos una metodología de "Semaforización de Empaques" para evaluar rigurosamente la composición de los empaques de nuestros productos. Ello nos permite clasificar los SKU según su reciclabilidad e impacto ambiental.

- **Cobertura de datos:** Iniciamos con éxito la recopilación de datos para Supermercados Peruanos S.A. (SPSA), alcanzando una cobertura del 30% de todos los SKU de marca propia. Nuestra división de Pharma alcanzó una destacada cobertura de datos del 80% de su portafolio total de marcas propias.

- **Desempeño:** El diagnóstico inicial arrojó resultados prometedores, con el 47% de los SKU evaluados con una calificación de sostenibilidad "Buena" y el 14% con una calificación "Regular". El 39% restante, calificado como "Malo", ha sido identificado para planes de mejora específicos.

Compromiso con los estándares globales

Mantenemos nuestra adhesión a las **Golden Design Rules** establecidas por The Consumer Goods Forum, un compromiso que SPSA mantiene desde 2022. Al seguir estos estándares de la industria, aseguramos que nuestros programas de reducción de empaques optimicen el diseño, mejoren la reciclabilidad y reduzcan el impacto ambiental sin comprometer la calidad de los productos.

Recicla Consciente:

A través del programa Recicla Consciente, implementado en plazaVea, Vivanda y Makro, continuamos operando la mayor red de reciclaje del Perú. Esta iniciativa va más allá de la simple recolección; cumple un rol crucial en la formalización del ecosistema del reciclaje y en la realización de auditorías de marca para identificar a los líderes del mercado en reciclabilidad.

Hitos del programa "Recicla Consciente" en 2025:

- 25 empresas asociadas comprometidas con la iniciativa.
- Más de 135 toneladas de material reciclado.
- 59 estaciones de reciclaje operativas en Arequipa, Ica, Junín, Lima y Piura.
- 475 recicladores capacitados, lo que fortalece significativamente la cadena de valor formal.
- Más de 3.4 millones de usuarios alcanzados a través de redes sociales.
- 192 recicladores certificados y 130 voluntarios digitales involucrados.

Recicla Mass

Como complemento de nuestros esfuerzos en el formato hard discount, el programa Recicla Mass continúa impulsando nuestra estrategia de logística inversa. Incentiva a los clientes a devolver los empaques para su reciclaje, fomentando una alianza activa entre la tienda y la comunidad para cerrar eficazmente el ciclo de los residuos.

Pharma

Empaques reutilizables y logística

Nuestras operaciones de Pharma priorizan la circularidad de los empaques de transporte para minimizar los materiales de un solo uso en nuestra red logística. Al maximizar el uso de cajas y bandejas reutilizables, continuamos impulsando la eficiencia. En 2025, nuestra tasa de reciclaje en estas operaciones alcanzó el 71.7**%**, manteniendo nuestra trayectoria hacia las metas 2030. Adicionalmente, logramos reciclar **827 toneladas** de materiales, lo que reafirma nuestro compromiso operativo con la sostenibilidad.

Productos y materiales sostenibles

Estamos acelerando la migración hacia empaques ecoamigables a través de nuestras marcas propias y operaciones:

- **Crecimiento ecoamigable:** Las ventas de nuestros productos sostenibles de marca propia —en particular bajo las marcas Cluny y Agrado Nature— crecieron más de 14% en 2025, alcanzando más de S/ 16 millones. Los productos Agrado Nature cuentan con empaques 100% reciclables, mientras que Cluny ofrece formulaciones veganas y libres de crueldad animal.

- **Abastecimiento certificado:** En octubre de 2025 se alcanzó un hito importante con la incorporación de bolsas de papel con certificación FSC en Farmacias Peruanas, lo que asegura que nuestros empaques de cara al cliente respalden la gestión forestal responsable.

Fortalecimiento del cumplimiento: relacionamiento con los proveedores

Para seguir mejorando la sostenibilidad de los empaques y alinearnos con los estándares regulatorios, continuamos aplicando altos estándares a las declaraciones ambientales.

- **Verificación:** Mantenemos nuestro riguroso proceso de diagnóstico para los productos de marca propia, revisando las fichas técnicas de los proveedores frente a nuestras matrices de sostenibilidad para validar su cumplimiento.
- **Etiquetado:** Nuestros lineamientos establecidos aseguran que cada declaración ecoamigable incluida en nuestros empaques —como las de nuestras líneas Agrado Nature y Cluny— esté sustentada y sea validada a la llegada del producto.

Shopping Malls

Sensibilización y alianzas sobre empaques verdes

Real Plaza continúa impulsando la sostenibilidad dentro de su ecosistema comercial. En 2025, fomentamos alianzas circulares al brindar un espacio comercial físico en Real Plaza Primavera a **Metamorfosis**, una empresa social dedicada a transformar residuos plásticos y textiles en nuevos productos remanufacturados. Asimismo, colaboramos activamente con nuestros locatarios de los patios de comidas y espacios comerciales para promover la transición hacia alternativas de empaques sostenibles.

Trabajamos activamente con los locatarios de los patios de comidas y espacios comerciales para promover la transición hacia alternativas sostenibles.

Estaciones de reciclaje

Nuestros centros comerciales facilitan una disposición responsable mediante puntos de acopio dedicados. Estas estaciones permiten a los visitantes segregar materiales como plásticos PET y papel, asegurando que se desvíen de los rellenos sanitarios. En 2025, estos esfuerzos contribuyeron a la recolección de 2.4 toneladas de material reciclable en nuestra red.

Metas para 2026 y años posteriores

Habiendo cumplido hitos clave en 2025, como la implementación de la metodología de evaluación, nuestro foco se orienta a escalar estos logros:

- **Escalar la semaforización:** Ampliar la cobertura de nuestra metodología de evaluación de empaques hasta alcanzar el **100%** de los SKU de marca propia.
- **Transición de materiales:** Acelerar la sustitución de los empaques de categoría "Roja" identificados en nuestro diagnóstico 2025 por alternativas biodegradables, compostables o reciclables.
- **Liderazgo de Pharma:** Continuar reduciendo los residuos de empaques en las operaciones de Pharma, con el objetivo de lograr una **reducción del 15%** mediante una mayor reutilización.
- **Cultura:** Profundizar los programas de educación de locatarios y clientes para impulsar un impacto colectivo en nuestros centros comerciales.
- **Visión de largo plazo:** Más allá de nuestros compromisos 2030, estamos implementando una hoja de ruta táctica para impulsar un cambio sistémico. En 2025/2026, priorizamos la alineación de los proveedores mediante el desarrollo de un Manual de Empaques Sostenibles, complementado con

talleres de buenas prácticas y capacitación especializada para nuestros equipos comerciales. Este trabajo de base, impulsado por nuestra recopilación continua de datos, nos permitirá establecer metas de reducción específicas y basadas en evidencia para los materiales de empaque priorizados a largo plazo.

- **Metas:** Hemos establecido metas específicas de largo plazo en relación con esta visión:
  - 0% de los empaques de nuestras marcas propias se clasificará como rojo hacia 2030.
  - 100% de los empaques de nuestras marcas propias estará fabricado con materiales reciclables, reutilizables o compostables hacia 2035.
  - 100% de los empaques plásticos de nuestras marcas propias contendrá al menos un 25% de material reciclado posconsumo (PCR).

Movilidad sostenible

Estamos comprometidos con el avance de soluciones de movilidad ecoamigables que reduzcan el impacto ambiental e impulsen a la vez la innovación y la eficiencia operativa. Al integrar prácticas sostenibles en nuestros sistemas de transporte y logística, contribuimos a un futuro más limpio.

Optimización logística: Nuestros equipos de logística se enfocan en reducir el consumo de combustible y las emisiones mediante la optimización de las rutas de entrega y un mantenimiento eficiente de los vehículos. Colaboramos activamente con los proveedores logísticos para mejorar la eficiencia de carga, reduciendo los viajes en vacío y las emisiones totales de la red de distribución. En 2025, los Squads de Huella de Carbono se enfocaron específicamente en el frente logístico para identificar nuevos proyectos de reducción. En 2025, nuestro Squad de Logística lideró tres proyectos piloto de alto impacto para descarbonizar activamente nuestra cadena de valor.

Sistemas y tecnología: Mejoramos la optimización del ruteo mediante el software Oracle Transportation Management (OTM). Esta plataforma alcanzó una tasa de uso funcional del 99% en plazaVea y Mass, del 90% en Promart y del 30% en Farmacias Peruanas.

Transporte sostenible: Estamos migrando activamente nuestra flota de distribución desde los Centros de Distribución hacia las tiendas a vehículos a GNV y GLP. Actualmente medimos el impacto ambiental de 11 unidades de flota sostenible operadas por OSLO.

Consolidación de carga: Aprovechando a OSLO como operador, implementamos un proyecto de consolidación de carga marítima multiempresa. Al gestionar con éxito 3 envíos consolidados, logramos un ahorro de costos del 14% en el primer envío y consolidamos un volumen de 57 m^3.

Electromovilidad y micromovilidad:

- **Carga de vehículos eléctricos:** Continuamos respaldando la transición hacia un transporte más limpio mediante el mantenimiento y la ampliación de estaciones de carga para vehículos eléctricos en nuestros centros comerciales.
- **Japi Bici:** Esta campaña respalda los desplazamientos ecoamigables al ofrecer estacionamientos para bicicletas y estaciones de carga para scooters en nuestros centros comerciales, incentivando a visitantes y colaboradores a elegir modos de transporte sostenibles.
- **Última milla:** En las operaciones de Pharma, promovemos métodos de entrega sostenibles en Lima Moderna, utilizando bicicletas, scooters y motocicletas eléctricas para minimizar la huella de carbono urbana. En 2025, se entregaron 55,568 pedidos mediante este método.

Agricultura sostenible

En InRetail Perú Corp., promovemos prácticas agrícolas sostenibles que protegen el medio ambiente, mejoran la biodiversidad y respaldan los medios de vida de los agricultores. Nuestra Política de Agricultura Sostenible, disponible públicamente, constituye la base de nuestros esfuerzos y establece compromisos clave como Cero Deforestación, Gestión Responsable del Agua y Gestión de Plaguicidas.

Alcance de nuestro compromiso

Nuestro compromiso a nivel de grupo con la agricultura sostenible abarca el abastecimiento y la producción de commodities agrícolas (soft commodities), los ingredientes derivados de ellos y los productos que los contienen. Para asegurar una responsabilidad de extremo a extremo, los requisitos establecidos en nuestra política son obligatorios para:

- **Producción propia:** Integración de estándares agrícolas sostenibles directamente en nuestros procesos operativos y de desarrollo de marcas propias.
- **Proveedores de Nivel 1:** Exigencia a nuestros proveedores agrícolas directos y socios estratégicos del cumplimiento de nuestros estándares de sostenibilidad, libres de deforestación y de agricultura ética.
- **Proveedores que no son de Nivel 1:** Extensión de nuestros esfuerzos de trazabilidad y de nuestras expectativas agrícolas a niveles más profundos de nuestra cadena de valor, asegurando que los proveedores indirectos y los productores de materias primas críticas también se alineen con nuestra política.

Temas clave y programas de acción

Nuestra política se traduce en acciones concretas mediante iniciativas específicas en la cadena de suministro, que incluyen en particular:

- **Programas para reducir el consumo de agua:** En el marco de nuestro compromiso de Gestión Responsable del Agua, colaboramos activamente con nuestros proveedores agrícolas —en particular de la categoría de alimentos frescos— y les exigimos adoptar tecnologías de riego eficientes y prácticas de gestión del agua para minimizar la extracción de agua en cuencas con alto estrés hídrico.

Cultivos agrícolas	Cantidad (toneladas métricas)	Certificaciones	Tipo de certificación	% de productos certificados
Soya	24,196.97	Roundtable on Responsible Soy (RTRS)	Certificación principal	6%
Azúcar	23,418.29	BonSucro, FSSC 22000 v6 e ISO 9001, International Sustainability & Carbon Certification (ISCC EU / ISCC+)	Certificación principal y otras certificaciones	41%
Cacao	1,659.96	Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO), Rainforest Alliance incl. UTZ, Iniciativa Global de Seguridad Alimentaria (GFSI)	Otras certificaciones	44%
Café	915.6	Rainforest Alliance, Common Code for the Coffee Community (4C), USDA Organic	Certificación principal y otras certificaciones	39%
Cereales	5,770.83	FSA Gold (Sustainable Agriculture Initiative - SAI Platform), GlobalG.A.P.	Certificación principal y otras certificaciones	24%

Iniciativas clave:

- **Certificaciones:** Priorizamos el abastecimiento de productos agrícolas de proveedores que aplican prácticas sostenibles. Trabajamos estrechamente con los proveedores para obtener certificaciones como Rainforest Alliance y Fairtrade para commodities críticos como la soya, el azúcar, el cacao y el café.
- **Bienestar animal:** Nuestra Política Corporativa de Bienestar Animal asegura un trato humanitario a lo largo de la cadena de suministro. Aplicamos tolerancia cero frente a la crueldad animal y exigimos a nuestros proveedores el estricto cumplimiento de certificaciones de bienestar animal.
- **Veganos y libres de crueldad animal:** Nuestras marcas propias encarnan nuestros valores; por ejemplo, las marcas de Pharma aseguran altos porcentajes de ingredientes veganos y se abstienen por completo de realizar pruebas en animales.

Bienestar animal

InRetail Perú Corp. está comprometida con mantener altos estándares de bienestar animal en sus operaciones y en su cadena de suministro. Mediante prácticas éticas y alianzas sólidas, aseguramos un trato humanitario y nos alineamos con los referentes globales en cuidado animal y responsabilidad ambiental.

Nuestra Política Corporativa de Bienestar Animal define los principios y acciones que orientan este compromiso, reforzando la transparencia y la rendición de cuentas ante todos los grupos de interés.

Principios clave de la política

- Tolerancia cero frente a la crueldad animal: Aplicamos lineamientos estrictos para garantizar el bienestar y el manejo humanitario de los animales durante la crianza, el transporte y el procesamiento.

- Certificaciones obligatorias y cumplimiento: Todos los proveedores, incluidos los internacionales, deben cumplir estrictas certificaciones de bienestar animal y autorizaciones sanitarias, asegurando que sus prácticas se alineen con estándares éticos.
- Mejora continua: Nuestra política promueve la capacitación y el desarrollo continuos de los proveedores, empoderándolos para implementar buenas prácticas en bienestar animal y en la gestión ganadera sostenible.
- Responsabilidad compartida: Mediante una estrecha colaboración con los proveedores, aseguramos la rendición de cuentas y mantenemos nuestro compromiso de crear una cadena de suministro basada en prácticas éticas y sostenibles.

Iniciativas clave 2025:

Prácticas ganaderas sostenibles: Los proveedores, incluidos los internacionales, son capacitados para adoptar prácticas sostenibles y éticas. Estas no solo priorizan el bienestar animal, sino que también minimizan las emisiones de gases de efecto invernadero y mejoran los estándares de inocuidad alimentaria.

Inspección y certificación: Los proveedores deben cumplir estrictas regulaciones, incluidas autorizaciones sanitarias y certificaciones internacionales. Para la producción de carne, proveedores como Esmeralda cumplen requisitos clave de bienestar, como contar con corrales de descanso y respetar los periodos de descanso obligatorios para los animales.

Estándares de los agroexportadores: Colaboramos con agroexportadores nacionales que cuentan con amplias certificaciones, asegurando que tanto los productos locales como los importados se alineen con los estándares de sostenibilidad y bienestar.

Auditorías no anunciadas: Los proveedores están sujetos a auditorías periódicas no anunciadas para asegurar el cumplimiento de nuestra Política de Bienestar Animal. Cuando se detecta un incumplimiento, se implementan planes de acción correctiva para elevar los estándares sin terminar de inmediato la relación comercial, salvo que exista evidencia de corrupción, lo que da lugar a la suspensión inmediata.

Las auditorías son realizadas por dos empresas certificadoras independientes, que verifican el cumplimiento de los siguientes estándares:

- Inspecciones higiénico-sanitarias.
- Revisión de los parámetros técnicos establecidos en las certificaciones (certificación orgánica).
- Criterios de aceptación de productos.
- Lista de productos genéticamente modificados (OGM).
- Los productos orgánicos deben contar con un certificado vigente.
- En el caso de los proveedores nacionales, se exige la autorización sanitaria del SENASA, y para los productos importados se solicitan los certificados fitosanitarios emitidos por la entidad correspondiente.
- Análisis de respaldo para los productos alimenticios saludables.

Alineamiento con las prácticas internacionales

- Cumplimiento de leyes y certificaciones: Los proveedores se ciñen a estándares internacionales de bienestar, como la legislación de bienestar animal de Brasil, y se someten a inspecciones sanitarias periódicas para prevenir brotes de enfermedades.

- Estrategia de regionalización: Un enfoque de compras regional para categorías como carnes, pescados y productos frescos reduce los riesgos logísticos, asegura la frescura y respalda a los centros de distribución más pequeños en las provincias.

Productos pecuarios certificados a 2025 - Bienestar animal

Producto animal	Cantidad (toneladas métricas)	Certificaciones	Tipo de certificación	% de productos certificados
Productos lácteos	2,917.70	GlobalG.A.P. (Global Good Agricultural Practice), Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO), BonSucro	Certificación principal y otras certificaciones	41%
Productos porcinos	4,701.47	Roundtable on Responsible Soy (RTRS) / Insumos Importados, Sistema HACCP y Habilitación Sanitaria", Validación Técnica Oficial del Plan HACCP (DIGESA), Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)	Otras certificaciones	32%
Productos avícolas	14,058.78	GlobalG.A.P. (Global Good Agricultural Practice), Roundtable on Responsible Soy (RTRS) / Proterra	Certificación principal y otras certificaciones	56%
Productos de pesca silvestre	3,313.23	Marine Stewardship Council (MSC), Aquaculture Stewardship Council (ASC), Best Aquaculture Practices (BAP), Friend of the Sea (FOS)	Certificación principal y otras certificaciones	37%

Biodiversidad

(GRI 101-1) (GRI 101-2)

La preservación de la biodiversidad es central en nuestra estrategia de sostenibilidad. En InRetail Perú Corp., reconocemos que nuestras operaciones y nuestra cadena de suministro interactúan con los ecosistemas naturales, y adoptamos medidas proactivas para minimizar los riesgos para los ecosistemas.

Compromiso corporativo con la biodiversidad

Nos guiamos por una Política Corporativa de Biodiversidad, disponible públicamente, que establece nuestros compromisos a nivel de grupo. Para asegurar un enfoque integral, el alcance de este compromiso abarca expresamente nuestras operaciones propias, proveedores y socios estratégicos.

Nuestra política abarca los siguientes aspectos críticos:

- **Impacto neto positivo y pérdida neta cero:** Definimos metas relacionadas con la biodiversidad para las áreas prioritarias con el fin de avanzar hacia una *pérdida neta cero*, y estamos formalmente comprometidos con lograr un Impacto Neto Positivo (NPI) sobre la biodiversidad en nuestras operaciones a largo plazo.
- **Protección de la cadena de valor:** Exigimos a toda nuestra cadena de valor evitar actividades operativas cerca de sitios que contengan biodiversidad de importancia global o nacional.
- **Acción y relacionamiento:** Nuestro compromiso exige la aplicación de una estricta jerarquía de mitigación, la ejecución de sólidas evaluaciones de riesgos para la biodiversidad y un relacionamiento continuo con los grupos de interés (incluidas las comunidades y los proveedores) en materia de preservación de la biodiversidad.

Proceso y alcance de la evaluación de riesgos para la biodiversidad

Hemos completado una evaluación integral de riesgos para la biodiversidad que abarca todas las actividades pertinentes. Cabe destacar que esta evaluación de riesgos para la biodiversidad está plenamente integrada en nuestros procesos multidisciplinarios de Gestión Corporativa de Riesgos a nivel de toda la compañía.

Alcance de la evaluación: El alcance de nuestra evaluación de riesgos para la biodiversidad se reporta públicamente y abarca:

Nuestras operaciones propias.

- **Áreas adyacentes a nuestras operaciones propias** (como el humedal Pantanos de Villa), cuyas operaciones concluyeron en 2025.
- **Actividades aguas arriba** (nuestra cadena de suministro agrícola y de productos).
- **Actividades aguas abajo** (logística y generación de residuos).

Metodología y enfoque específico por ubicación: La compañía reporta públicamente las etapas del proceso de su evaluación de riesgos para la biodiversidad. Utilizamos un enfoque específico por ubicación mediante el empleo de la Integrated Biodiversity Assessment Tool (iBAT) para asegurar que nuestras operaciones no invadan áreas naturales protegidas. El proceso general se guía por la Metodología LEAP del TNFD (Taskforce on Nature-related Financial Disclosures) para evaluar, gestionar y mitigar los riesgos.

Dependencias e impactos:

Nuestra evaluación analiza rigurosamente ambos lados de nuestra relación con la naturaleza:

- **Riesgos para la biodiversidad relacionados con dependencias:** Evaluamos la dependencia de nuestro negocio respecto de servicios ecosistémicos críticos, como la disponibilidad de agua y la calidad del suelo para nuestra cadena de suministro agrícola.
- **Riesgos para la biodiversidad relacionados con impactos:** Identificamos sistemáticamente cómo nuestras operaciones afectan a los ecosistemas.

Entre los principales riesgos identificados se incluyen la fragmentación de hábitats, la introducción de especies invasoras, la generación de residuos sólidos, las emisiones vehiculares, la alteración de hábitats y los impactos en la calidad del agua.

Unidades de negocio incluidas en el análisis de riesgos para la biodiversidad

En 2025, concluyeron las operaciones de nuestro centro de distribución de Pantanos de Villa, ubicado en un humedal local de Lima.

Este sitio era el único que representaba un riesgo para la biodiversidad en las operaciones de InRetail. Con ello, se mitigó el impacto general sobre la biodiversidad.

Exposición y evaluación de la biodiversidad (2025)	N° de sitios	Superficie (hectáreas)
Total	4,311	221.45
Evaluados	4,311	221.45
Expuestos	0	0
Con plan de gestión	0	0

*En 2025, concluyeron las operaciones del único sitio que representaba un riesgo para la biodiversidad.

Plan de prevención de impactos (jerarquía de mitigación)

Con base en la metodología LEAP, abordamos nuestros riesgos directos e indirectos mediante la aplicación de una estricta jerarquía de mitigación:

- **Evitar:** Aplicamos una Política Corporativa de No Deforestación para promover la compra de commodities con certificaciones ambientales. Realizamos monitoreo ambiental cerca de áreas sensibles como el Humedal Pantanos de Villa, y construimos deliberadamente los nuevos almacenes lejos de áreas ambientalmente sensibles.
- **Reducir:** Optimizamos las rutas de distribución para reducir el consumo de combustible y aplicamos una Política Corporativa de Bienestar Animal a lo largo de la cadena de suministro. En 2025, capacitamos activamente a los proveedores en Prácticas Regenerativas para minimizar las huellas agrícolas.
- **Restaurar y regenerar:** Participamos en la restauración activa mediante campañas comunitarias de limpieza, como iniciativas de limpieza de playas, con la remoción de toneladas de residuos para proteger los ecosistemas marinos. Asimismo, implementamos biohuertos urbanos para fomentar el relacionamiento comunitario y la restauración de los ecosistemas locales

Iniciativas de las unidades de negocio

- **Food Retail:** Se enfoca en capacitar a los proveedores en prácticas sostenibles y en mantener una cadena de suministro libre de deforestación.
- **Pharma:** Asegura la conservación de la biodiversidad cerca de los Pantanos de Villa mediante el monitoreo y la gestión de residuos.
- **Shopping Malls:** Implementa iniciativas de biodiversidad urbana, incluidos programas de reciclaje y la promoción de prácticas sostenibles entre los visitantes.

Anexo I: Recursos Humanos

Composición del equipo de RR.HH.

Unidad de negocio	N° de colaboradores censados en 2025	% de colaboradores censados en 2025
Food Retail	3,013	11.4%
Pharma Retail	3,630	18,2%
Shopping Malls	229	44.3%

*Los datos se calcularon con base en los resultados de la encuesta ELSA 2025.

Percepción de los encuestados

Preguntas	Food Retail	Pharma Retail	Shopping Malls
"Se están tomando acciones efectivas contra el acoso u hostigamiento sexual en mi trabajo"	81%	70%	90%
"El HSL no se tolera en mi entorno de trabajo"	80%	71%	87%

*Los datos se calcularon con base en los resultados de la encuesta ELSA 2025.

Temas de capacitación por unidad de negocio

Temas	Food Retail			Pharma Retail			Shopping Malls			Total
	2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024	2025	2025
Diversidad	1,120	0	0	0	0	31	527	361	524	555
Sesgos inconscientes	450	0	0	0	0	173	527	0	477	650
Hostigamiento sexual	18,933	29,116	27,182	9,423	17,589	22,416	527	445	535	32,512

Colaboradores por unidad de negocio a 2025

Colaboradores por unidad de negocio a 2025			
Unidad de negocio	Hombres	Mujeres	Total
Food Retail	12,817	13,657	26,474
Pharma Retail	3,607	16,313	19,920
Shopping Malls	307	210	517
Digital	218	227	445
Total	**16,949**	**30,407**	**47,356**

FTE por unidad de negocio

FTE por unidad de negocio	Al cierre de 2022	Al cierre de 2023	Al cierre de 2024	Al cierre de 2025
Food Retail	18,276	18,503	21,059	19,869
Pharma Retail	20,887	20,504	19,248	20,044
Shopping Malls	459	492	476	517
Digital	397	425	481	438
Total FTE	**40,018**	**39,924**	**41,264**	**40,868**

Representación de género por roles y posiciones dentro de la compañía

Indicador	2022		2023		2024		2025	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Total de colaboradores	38.79%	61.21%	38.35%	61.65%	37.60%	62.40%	35.79%	64.21%
Todas las posiciones gerenciales (junior, media y senior)	46.43%	53.57%	53.55%	46.45%	54.66%	45.43%	55.34%	44.66%
Posiciones de gerencia junior	44.96%	55.04%	48.33%	51.67%	49.74%	50.26%	46.99%	53.01%
Posiciones de gerencia media	62.96%	37.04%	61.22%	38.78%	58.85%	41.15%	62.42%	37.58%
Posiciones de gerencia senior	61.02%	38.98%	63.64%	36.36%	68.89%	31.11%	43.47%	56.53%
Gerencia en áreas generadoras de ingresos	66.67%	33.33%	46.15%	53.85%	54.55%	45.45%	57.25%	42.75%

Ratio de compensación por nivel de empleo

Ratio de compensación por nivel de empleo	
Nivel	**Ratio de compensación**
Ejecutivo (salario base)	0.82%
Ejecutivo (salario base + incentivos)	0.80%
Gerencia (salario base)	0.95%
Gerencia (salario base + incentivos)	0.95%
No gerencial (salario base)	0.84%
Promedio	**0.87%**
Alcance	**100 %**

Mujeres en posiciones STEM

Indicador	2022		2023		2024		2025	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Gerencia en áreas STEM	71.22%	28.78%	67.44%	32.56%	66.85%	33.15%	63.01%	36.99%
Total de posiciones en áreas STEM	35.27%	64.73%	34.62%	65.38%	32.80%	67.20%	30.14%	69.86%

*Las cifras de 2022–2025 se actualizaron debido a un ajuste metodológico en la definición de las áreas consideradas STEM, con el objetivo de mejorar su precisión y trazabilidad en adelante.

Colaboradores de la comunidad LGBTIQ+

Colaboradores de la comunidad LGBTIQ+				
Unidad de negocio	2022	2023	2024	2025
Food Retail	710	710	1,314	629
Pharma Retail	136	307	55	213
Centros comerciales	16	8	7	9
Digital	-	12	12	13
Total	**862**	**1,037**	**1,388**	**864**

*Los datos se calcularon con base en los resultados del Censo 2025.

Colaboradores con discapacidad

Colaboradores con discapacidad					
Unidad de negocio	Género	2022	2023	2024	2025
Food Retail	Masculino	69	82	101	114
	Femenino	37	47	49	52
Pharma Retail	Masculino	16	22	20	18
	Femenino	11	14	12	18
Shopping Malls	Masculino	0	0	1	2
	Femenino	0	0	0	0
Total	**Masculino**	**85**	**104**	**122**	**134**
	Femenino	**48**	**61**	**61**	**70**

Porcentaje de colaboradores por grupo etario

Porcentaje de colaboradores por grupo etario				
Grupo etario	2022	2023	2024	2025
< 30 años	51.70%	50.53%	51.29%	52.72%
Entre 30 y 50 años	44.27%	44.93%	43.83%	42.07%
> 50 años	4.03%	4.54%	4.87%	5.21%

Colaboradores por nacionalidad

Colaboradores por nacionalidad								
Nacionalidad	2022		2023		2024		2025	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Perú	43,817	99.78%	43,446	99.80%	45,266	99.83%	47,290	99.86%
Argentina	12	0.03%	12	0.03%	11	0.02%	12	0.03%
Chile	9	0.02%	7	0.02%	11	0.02%	10	0.02%
Colombia	8	0.02%	9	0.02%	9	0.02%	6	0.01%
Venezuela	58	0.13%	49	0.11%	40	0.09%	32	0.07%
Brasil	3	0.01%	4	0.01%	1	0.00%	1	0.00%
Ecuador	1	0.00%	1	0.00%	1	0.00%	1	0.00%
España	2	0.00%	2	0.00%	2	0.00%	2	0.00%
Francia	1	0.00%	1	0.00%	1	0.00%	1	0.00%
Bolivia	1	0.00%	1	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Ucrania	1	0.00%	1	0.00%	1	0.00%	0	0.00%
Otros	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	1	0.00%
TOTAL	**43,913**	**100%**	**43,553**	**100%**	**45,343**	**100%**	**47,356**	**100%**

Colaboradores por nacionalidad: participación en todas las posiciones gerenciales

Nacionalidades	Total	Participación en todas las posiciones gerenciales, incluidas la gerencia junior, media y senior
Peruana	2,415	98.57%
Argentina	14	0.57%
Chilena	6	0.24%
Venezolana	7	0.29%
Colombiana	5	0.20%
Brasileña	2	0.08%
Española	1	0.04%

Colaboradores contratados por grupo minoritario

Colaboradores contratados por grupo minoritario		
Grupo minoritario	Género	2025
Afrodescendientes	Hombre	240
	Mujer	274
Asiáticos	Hombre	67
	Mujer	55
Pueblos indígenas de la Amazonía	Hombre	67
	Mujer	113
Quechuas, aymaras u otros pueblos originarios andinos	Hombre	481
	Mujer	1,542

*Los datos de estos grupos minoritarios se calcularon con base en un censo interno y no en los colaboradores contratados.

Colaboradores por región

Colaboradores por región									
Unidad de negocio	Género	2022		2023		2024		2025	
		Lima	Provincias	Lima	Provincias	Lima	Provincias	Lima	Provincias
Food Retail	Hombre	7,663	3,825	7,646	3,809	8.402	4,497	7,455	5,362
	Mujer	7,448	3,302	7,492	3,236	8,438	3,786	8,755	4,902
Pharma Retail	Hombre	3,014	2,090	3,276	1,495	2,213	1401	2,109	1,498
	Mujer	7,170	8,615	8,103	7,639	7,658	7,974	7,964	8,349
Shopping Malls	Hombre	203	78	198	103	183	104	201	106
	Mujer	151	27	161	30	162	27	180	30
Digital	Hombre	148	14	167	-	243	-	218	-
	Mujer	148	17	179	-	250	-	227	-
Total	**Hombre**	**11,028**	**6,007**	**11,287**	**5,407**	**11,041**	**6,007**	**9,983**	**6,966**
	Mujer	**14,917**	**11,961**	**15,935**	**10,905**	**16,508**	**11,787**	**17,126**	**13,281**

Contratistas por unidad de negocio

Contratistas por unidad de negocio				
Unidad de negocio	2022	2023	2024	2025
Food Retail	2,600	2,435	2,281	6,402
Pharma Retail	3,925	3,852	1,187	1,093
Shopping Malls	845	732	1,252	1,388
Total	**7,694**	**7,019**	**4,720**	**8,883**

Colaboradores a tiempo completo y a tiempo parcial

Colaboradores a tiempo completo y a tiempo parcial		
Unidad de negocio	Tiempo completo	Tiempo parcial
Food Retail	13,264	13,210
Pharma Retail	19,904	16
Shopping Malls	517	-
Digital	430	15
Total	**34,115**	**13,241**

Contrataciones por grupo etario

Colaboradores por grupo etario en cada unidad de negocio													
Unidad de negocio	Género	2022			2023			2024			2025		
		<30	30 – 50 años	>50	<30	30 – 50 años	>50	<30	30 – 50 años	>50	<30	30 – 50 años	>50
Food Retail	Hombre	6,872	3,353	263	7,761	3,409	285	9,011	3,952	296	9,269	3,213	335
	Mujer	6,782	3,683	285	6,574	3,829	325	7,467	4,362	395	8,626	4,545	486
Pharma Retail	Hombre	1,773	2,973	358	1,672	2,731	368	1,124	5,426	360	1,250	1,992	365
	Mujer	6,087	8,921	837	5,745	9,033	964	2,135	9,099	1,107	5,589	9,504	1,220
Shopping Malls	Hombre	57	1,203	21	56	219	26	48	217	22	51	230	26
	Mujer	47	126	5	51	135	5	49	137	3	68	137	5
Digital	Hombre	54	108	0	53	113	1	62	162	19	50	149	19

Colaboradores por grupo etario en cada unidad de negocio													
Unidad de negocio	Género	2022			2023			2024			2025		
		<30	30 – 50 años	>50	<30	30 – 50 años	>50	<30	30 – 50 años	>50	<30	30 – 50 años	>50
	Mujer	93	72	0	86	92	1	70	172	8	61	155	11
Total	**Hombre**	**9,796**	**6,637**	**642**	**9,542**	**6,472**	**680**	**10,245**	**9,757**	**697**	**10,620**	**5,584**	**745**
	Mujer	**12,909**	**12,802**	**1,127**	**12,456**	**13,089**	**1,295**	**9,721**	**13,770**	**1,532**	**14,344**	**14,341**	**1,722**

Contrataciones por unidad de negocio

Contrataciones por unidad de negocio								
Unidad de negocio	2022		2023		2024		2025	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Food Retail	8,843	7,488	9,461	8,179	11,717	10,229	12,492	12,478
Pharma Retail	3,099	6,092	2,364	5,814	1,870	5,608	1,667	6,766
Shopping Malls	79	53	83	63	63	41	109	61
Digital	97	91	78	91	81	112	57	81
Total	**12,118**	**13,724**	**11,986**	**14,147**	**13,731**	**15,990**	**14,325**	**19,386**
	25,842		**26,133**		**29,721**		**33,711**	

Contrataciones por género y rango de edad

Unidad de negocio	2023						2024						2025					
	<30		30 – 50 años		>50		<30		30 – 50 años		>50		<30		30 – 50 años		>50	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Food Retail	8,280	6,699	1,162	1,455	19	25	10,263	8,284	1,416	1,958	38	57	11,222	10,138	1,213	2,243	57	97
Pharma Retail	1,449	3,582	848	2,165	1	67	1,064	3,322	736	2,163	70	123	1,052	3,988	582	2,661	33	117
Shopping Malls	30	29	52	34	1	0	16	23	46	18	1	0	38	40	68	21	3	0
Digital	38	51	40	40	0	0	41	47	40	63	0	2	35	40	22	40	0	1
Total InRetail	**9,797**	**10,361**	**2,102**	**3,694**	**87**	**92**	**11,431**	**11,676**	**2,238**	**4,202**	**109**	**182**	**12,347**	**14,206**	**1,885**	**4,965**	**93**	**215**
	20,158		**5,796**		**179**		**23,107**		**6,440**		**291**		**26,553**		**6,850**		**308**	

Rotación anual promedio y rotación voluntaria

Colaboradores a tiempo completo y a tiempo parcial		
2022	Rotación total	43.07%
	Rotación voluntaria	28.04%
2023	Rotación total	57.70%
	Rotación voluntaria	39.27%
2024	Rotación total	45.77%
	Rotación voluntaria	28.54%
2025	Rotación total	48.09%
	Rotación voluntaria	35.15%

Rotaciones anuales promedio por género y rango de edad

Unidad de negocio	2025					
	Número de colaboradores < 30 años		Número de colaboradores entre 30 y 50		Número de colaboradores > 50	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
SPSA	103.78%	97.68%	52.32%	47.53%	24.03%	17.51%
IR Pharma	58.17%	52.11%	31.70%	28.49%	16.36%	15.30%
Real Plaza	36.43%	14.42%	26.63%	20.12%	9.09%	25.00%
IXP	47.35%	48.79%	29.55%	41.78%	0.00%	0.00%
IR	29.38%	47.54%	12.19%	11.49%	11.44%	0.00%
Total InRetail	**97.66%**	**77.86%**	**43.41%**	**34.38%**	**19.39%**	**15.82%**
	86.46%		**37.04%**		**16.93%**	

* La unidad de negocio Digital está conformada por IXP e IR.

Rotación anual promedio por género y nivel

Unidad de negocio	2025					
	Gerencia senior		Gerencia media		Gerencia junior	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
SPSA	13.33%	13.18%	17.97%	14.78%	49.69%	38.86%
IR Pharma	8.38%	6.43%	15.03%	12.43%	22.73%	25.29%
Real Plaza	5.88%	0.00%	15.51%	14.30%	13.40%	22.72%
IXP	16.67%	33.33%	28.03%	36.67%	20.00%	72.62%
IR	9.09%	0.00%	14.96%	0.00%	0.00%	0.00%
Total InRetail	**11.58%**	**9.51%**	**16.44%**	**12.85%**	**45.99%**	**38.02%**
	21.09%		**29.28%**		**84.01%**	

* La unidad de negocio Digital está conformada por IXP e IR.

InRetail Perú Corp. está comprometida con relacionarse de manera responsable y transparente con asociaciones gremiales y organizaciones sin fines de lucro para respaldar el desarrollo de la industria, la formalización, el desarrollo sostenible y las buenas prácticas en el sector retail.

Mantenemos nuestras operaciones comerciales separadas de las actividades políticas. No realizamos contribuciones políticas o benéficas, directas o indirectas, con el propósito de facilitar el soborno o la corrupción. No utilizamos nuestra participación en asociaciones u otras organizaciones para encubrir pagos indebidos. Estos compromisos se aplican a InRetail Perú Corp. y a los colaboradores que actúan en su nombre.

Cada año, divulgamos públicamente nuestras contribuciones monetarias y gastos relacionados con la incidencia en políticas públicas. Ello incluye las donaciones pertinentes, los gastos de lobby y las cuotas de membresía pagadas a asociaciones comerciales, industriales y empresariales. Asimismo, divulgamos nuestras mayores contribuciones y gastos individuales, identificando al destinatario y el monto.

Contribuciones y gastos

Concepto	Moneda	2022	2023	2024	2025
Grupos de lobby, representación de intereses o similares	S/	0	0	0	0
Campañas, organizaciones o candidatos políticos locales, regionales o nacionales	S/	0	0	0	0
Asociaciones comerciales, gremios, asociaciones exentas de impuestos o think tanks	S/	711,521	901,826	1,257,350	1,662,942
Otros (gastos relacionados con medidas electorales o referendos)	S/	0	0	0	0
Total de contribuciones y otros gastos	S/	711,521	901,826	1,257,350	1,662,942

Principales contribuciones y gastos

Organización	Monto total
Asociación Nacional de Cadenas de Boticas (ANACAB)	288,000
Sociedad de Comercio Exterior del Perú (COMEX)	84,000
Cámara de Comercio de Lima	3,324

Gestión de los siete riesgos de alta prioridad

1. Salarios justos y condiciones de trabajo (salario digno)

Existe el riesgo de que los colaboradores y trabajadores de las operaciones y de la cadena de suministro no perciban salarios suficientes para alcanzar estándares de vida básicos, lo que puede afectar su bienestar, su seguridad financiera y su calidad de vida en general.

Prevención y gestión

Operaciones propias

- Implementación de una estrategia integral de compensación basada en diagnósticos de brechas salariales.
- Piloto de un enfoque de "Compensación Total" (Total Rewards), que combina mejoras salariales con beneficios ampliados, incluidos salud, educación y apoyo económico.
- Compromiso con la igualdad de remuneración por igual trabajo, respaldado por marcos estandarizados de clasificación de puestos y un monitoreo periódico.
- Jornadas laborales estructuradas para prevenir cargas de trabajo excesivas y respaldar el equilibrio entre la vida laboral y personal.

Grupos	Cobertura del salario digno
Operaciones propias (colaboradores)	100% de los FTE

2. Asociación colectiva

(GRI 407-1)

Existe el riesgo de que los colaboradores enfrenten barreras a la libertad de asociación y la negociación colectiva, lo que limitaría su capacidad para representar sus intereses y negociar sus condiciones de trabajo.

Prevención y gestión

- Compromiso con el respeto de la libertad de asociación y la negociación colectiva, en línea con los estándares internacionales.
- Reconocimiento de las organizaciones de colaboradores constituidas para la representación colectiva
- Implementación de procedimientos formales que permiten un diálogo y una negociación periódicos con los representantes autorizados de los trabajadores.
- Provisión de información pertinente a los representantes de los colaboradores para respaldar una participación efectiva en los procesos de representación.
- Relacionamiento permanente con los representantes de los trabajadores para respaldar la mejora continua de las condiciones laborales.

A 2025, el 5.46% de nuestra fuerza laboral está afiliado a sindicatos.

3. Prácticas de no discriminación y contra el acoso (GRI 405-2)

Existe el riesgo de que los colaboradores estén expuestos a discriminación, acoso o violencia en el lugar de trabajo, lo que afectaría su bienestar, su dignidad y la igualdad de acceso a oportunidades prevención y gestión

Políticas y gobernanza

- Enfoque de tolerancia cero frente a todas las formas de discriminación, acoso y violencia en el lugar de trabajo.
- Política corporativa y protocolos alineados con la normativa local, que definen procedimientos de prevención, denuncia, investigación y acción disciplinaria.
- Sistemas y procesos
- Comité dedicado de Hostigamiento Laboral en cada unidad de negocio para gestionar los casos, asegurando el debido proceso y la confidencialidad.
- Implementación de la evaluación de CV ciegos para reducir los sesgos en los procesos de reclutamiento.
- Encuestas frecuentes de clima y liderazgo para identificar riesgos y orientar los planes de mejora.
- Participación en la plataforma de diagnóstico ELSA, que permite una identificación basada en datos de los riesgos de hostigamiento sexual y orienta acciones específicas de prevención y mejora en las unidades de negocio.

Capacitación y cultura

- Capacitación obligatoria para todos los colaboradores sobre la identificación, prevención y respuesta ante el acoso y la discriminación (100% de cobertura).
- Capacitación especializada para los equipos de Atracción del Talento sobre prácticas de reclutamiento inclusivo.
- Iniciativas a nivel de grupo como “Espacios Seguros”, que promueven una cultura de respeto y tolerancia cero.

Cultura de seguridad más amplia

- Implementación del programa “Cultura que Cuida”, que refuerza la seguridad física y psicológica de colaboradores, locatarios y visitantes.

Remediación

- Procedimientos formales para denunciar, investigar y atender los casos de discriminación y acoso.
- Comités de Hostigamiento Laboral responsables de la gestión de los casos, asegurando la confidencialidad y el debido proceso.
- Acceso a apoyo legal y psicológico para los colaboradores afectados, incluidos los casos de hostigamiento laboral, violencia de género y violencia familiar.
- Extensión de los mecanismos de apoyo a los clientes en casos de discriminación o acoso dentro de los entornos de la compañía.

4. No discriminación e inclusión de consumidores y clientes

Existe el riesgo de que los consumidores o clientes experimenten discriminación o un trato desigual dentro de las operaciones de la compañía, lo que afectaría la dignidad, la seguridad y el acceso a los servicios de las personas. Por favor, consultar el capítulo “Nuestros Clientes” (página 97) para mayor información sobre denuncias, investigación y resolución.

Prevención y gestión

Políticas y gobernanza

- Implementación de políticas de no discriminación en las tiendas y en las operaciones de atención al cliente.
- Integración de la no discriminación de los clientes en el marco de Derechos Humanos de la compañía.

Capacitación y sensibilización

- Capacitación periódica de los colaboradores sobre diversidad, inclusión y no discriminación en las interacciones con los clientes.
- Reforzamiento mediante reuniones informativas diarias y materiales audiovisuales en tienda.

Controles operativos

- Coordinación transversal entre Auditoría, Calidad, RR. HH. y Operaciones para monitorear y gestionar los riesgos relacionados con el trato a los clientes.
- Uso de evaluaciones cualitativas internas para identificar posibles brechas y fortalecer los protocolos de servicio.

Cultura y mejora continua

- Integración del marco “Cultura que Cuida” para promover entornos respetuosos, seguros e inclusivos para todos los clientes. Mediante evaluaciones cualitativas internas, identificamos de manera proactiva posibles brechas, mitigamos el riesgo de discriminación y mejoramos los protocolos de servicio para prevenir problemas antes de que surjan.

5. Riesgos de derechos humanos en la cadena de suministro (prácticas de abastecimiento) (GRI 409-1, 414-1)

Existe el riesgo de que las prácticas de abastecimiento contribuyan a impactos adversos en los derechos humanos dentro de la cadena de suministro, o estén vinculadas a ellos, lo que afectaría las condiciones de trabajo, los derechos laborales y el bienestar de los trabajadores. Para mayor información, consultar el capítulo “Derechos Humanos” (página 63).

Prevención y gestión

Debida diligencia de proveedores

- El 100% de los nuevos proveedores es evaluado según criterios de derechos humanos, incluidos la no discriminación, la prevención del trabajo forzoso y los estándares de seguridad y salud en el trabajo.
- Implementación del Modelo Unificado de Homologación (2025), que integra criterios de Derechos Humanos, Ambientales y de Seguridad en una única evaluación rigurosa para los proveedores críticos.

Controles contractuales y operativos

- Exigencia a los proveedores de servicios (incluido el personal tercerizado y los proveedores de transporte) de demostrar, mediante evidencia documentada, el cumplimiento de la normativa laboral y de SST aplicable.

Monitoreo y fortalecimiento de capacidades

- Evaluaciones ESG de proveedores, incluidas la identificación de riesgos y la elaboración de planes de acción.
- Capacitación dirigida a proveedores sobre estándares de trabajo decente, eficiencia energética y prácticas ESG.
- Apoyo a las pymes regionales a través del programa “Cadena Responsable” para fortalecer la formalización laboral y las prácticas empresariales responsables.
- Como parte de nuestro compromiso con una Transición Justa, apoyamos a los proveedores en su adaptación a las transformaciones industriales y climáticas, con foco en la protección del empleo y la promoción del trabajo decente.
- En 2025, a través de iniciativas como los Squads de Huella de Carbono y Cadena Responsable, impartimos capacitación técnica en eficiencia energética y automatización tanto a equipos internos como a proveedores.
- Estas iniciativas involucraron a los equipos internos de mantenimiento y a más de 40 proveedores, fortaleciendo sus capacidades para operar en entornos bajos en carbono y respaldando a la vez la empleabilidad a largo plazo a lo largo de la cadena de valor.

6. Inocuidad alimentaria, seguridad alimentaria y calidad de los productos

Existe el riesgo de que fallas en la inocuidad alimentaria, la calidad de los productos o la integridad de la cadena de suministro impacten negativamente en la salud, la seguridad y el acceso a la nutrición de los clientes.

Prevención y gestión

Controles de la cadena de suministro

- Auditorías periódicas a proveedores para verificar el cumplimiento de los estándares de inocuidad alimentaria y calidad.
- Monitoreo de los riesgos a lo largo de la cadena de suministro para identificar y atender tempranamente posibles problemas.

Controles operativos

- Implementación de sistemas de control de calidad para monitorear, evaluar y verificar la seguridad e integridad de los productos en las etapas de producción y distribución.
- Mantenimiento de procedimientos de saneamiento y manipulación alineados con los estándares de la industria.

Capacitación y sensibilización

- Programas integrales de capacitación para los colaboradores sobre prácticas de inocuidad alimentaria, estándares de higiene y medidas de control de calidad.
- Programas de inducción para asegurar el adecuado mantenimiento de tiendas e instalaciones.

Abastecimiento sostenible

- Promoción de prácticas agrícolas sostenibles para respaldar la disponibilidad a largo plazo de materias primas inocuas y de alta calidad.

Remediación

- Procedimientos de retiro de productos establecidos para identificar y retirar rápidamente del mercado los productos inseguros o no conformes.
- Mecanismos de retroalimentación de los clientes para detectar y responder a inquietudes sobre la seguridad o la calidad de los productos.
- Provisión de remedios para los clientes afectados, incluidos reembolsos, reemplazos u otras formas de apoyo.
- Revisión y mejora continuas de las políticas y procedimientos con base en los resultados de auditorías, la retroalimentación de los clientes y la evolución de la industria.

7. Impactos en la comunidad sobre la expresión cultural y los medios de vida

Existe el riesgo de que las operaciones del negocio impacten negativamente en la expresión cultural, la identidad y el bienestar de las comunidades locales.

Prevención y gestión

Evaluación y monitoreo de impactos

- Evaluación permanente de los impactos sociales y ambientales de las operaciones en las comunidades locales.
- Monitoreo de los posibles impactos en el bienestar y la inclusión de las comunidades.

Relacionamiento e inclusión comunitarios

- Promoción de prácticas inclusivas que reconocen y respetan la diversidad cultural y étnica dentro de las comunidades.
- Iniciativas de comunicación diseñadas para celebrar las identidades culturales y fomentar la inclusión entre diversos grupos.

Identificación de riesgos, evaluaciones de riesgos y controles de SST

(GRI 403-2)

Identificación de Peligros, Evaluación de Riesgos y Controles (IPERC)

Acciones	Detalle	Riesgo	Gestión existente	Evaluación del riesgo	Valor	Acción
Ingreso al almacén	Uso de escaleras fijas	Caídas de altura	1.- Charla de inducción en SST. 2.- Recomendaciones de SST por puesto de trabajo. 3.- Reglamento Interno de SST. 4.- Capacitación en SST. Concentración en todo momento. 6.- Uso de pasamanos.	**Admisible**	**Tolerable**	
Trabajo dentro del almacén	Uso de equipos logísticos (apiladores, montacargas apilador eléctrico)	Aplastamiento, atrapamiento, choques, golpes.	1.- Charla de inducción en SST. 2.- Recomendaciones de SST por puesto de trabajo. 3.- Reglamento Interno de SST. 4.- Capacitación en SST. 5.- Mantenimiento preventivo. 6.- Controles del PEC. 7.- Charlas de SST (briefings). 8.- Uso de EPP. Concentración en todo momento.	**Sustancial**	**No tolerable**	1. Supervisión constante. 2. Programa de Jefes Seguros.
Trabajos en la recepción de mercadería (inventario, pesaje y ordenamiento de productos)	Mercadería ubicada en altura	Rotura, caída de un agente material desde altura (que cae sobre la víctima)	1. Inducción general en SST 2. Entrega del RISST. 3. Recomendaciones de SST 4. Lineamientos de SST: - Apilamiento adecuado de los materiales/mercadería. - No dejar objetos desprotegidos sobre el mobiliario. - Responsables: todos los colaboradores	**Moderado**	**Tolerable**	1. Inspección continua del apilamiento de materiales.
Despacho de mercadería a la sala de ventas	Traslado de mercadería mediante el uso de stock.	Contusiones; lesiones; traumatismos; fracturas	1. Charla de inducción en SST. 2. Recomendaciones de SST por puesto de trabajo. 3. Reglamento Interno de SST. 4. EPP: casco, zapatos de seguridad con puntera de acero, guantes de seguridad.	**Sustancial No**	**No tolerable**	1. Instructivo de uso de la estoca 2. Capacitación en el uso de stock
Apertura de tienda	Apertura de puerta enrollable.	Contusiones; lesiones.	1.- Charla de inducción en SST. 2.- Reglamento Interno de SST. 3.- Protocolo de apertura y cierre	**Trivial**	**Tolerable**	

Índice de Frecuencia de Lesiones con Tiempo Perdido (LTIFR) - Colaboradores				
Unidades de negocio	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**
Food Retail	2.83	1.97	1.48	1.35
Distribución Farmacéutica – Química Suiza	3.40	5.96	3.76	-
Pharma – Farmacias Peruanas	0.80	1.36*	0.89	1.32
Shopping Malls	4.25	2.21	3.56	1.89
Promedio InRetail	**2.82**	**2.88**	**1.28**	**1.34**
Cobertura con base en los ingresos	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**

Índice de Frecuencia de Lesiones con Tiempo Perdido (LTIFR) - Contratistas				
Unidades de negocio	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**
Food Retail	14.53	3.40	5.54	12.47
Distribución Farmacéutica – Química Suiza	0	0,20	0	-
Pharma - Farmacias Peruanas	0	0	0.88	1.77
Shopping Malls	3.95	11.01	8.20	13.59
Promedio InRetail	**4.62**	**3.65**	**2.69**	**7.42**
Cobertura	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**

* El incremento de las tasas de accidentabilidad de terceros registrado en 2025 se atribuye a la tercerización de procesos clave: la transferencia de aproximadamente 1,500 colaboradores en OSLO (almacenes y planta de manufactura) y la tercerización de los almacenes en FAPE, iniciada en septiembre de 2024.

Fatalidades - Colaboradores				
Unidad de negocio	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**
Food Retail	0	0	0	0
Retail y Distribución Farmacéutica	0	0	0	0
Shopping Malls	0	0	0	0
Total InRetail	**0**	**0**	**0**	**0**

Fatalidades - Contratistas				
Unidad de negocio	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**
Food Retail	0	0	0	0
Retail y Distribución Farmacéutica	0	0	0	0
Shopping Malls	0	0	0	0
Total InRetail	**0**	**0**	**0**	**0**

Proveedores

Proveedores por tipo								
Unidad de negocio	2022		2023		2024		2025	
	Comer-ciales	No comer-ciales	Comer-ciales	No comer-ciales	Comer-ciales	No comer-ciales	Comer-ciales	No comer-ciales
Food Retail	2,59	1,485	2,654	1,496	2,652	1,666	2,637	1,649
Retail y Distribu-ción Farmacéutica	544	2,458	598	1,67	540	1,553	534	1,604
Shopping Malls	0	1,014	0	1,173	0	1,306	0	1,168
Total	3,134	4,957	3,252	4,339	3192	4,525	3,171	4,421
Participación	39%	61%	43%	57%	41%	59%	42%	58%

Clientes

Planeta: participación de productos orgánicos

Ingresos de	Ejercicio 2022 (USD)	Ejercicio 2023 (USD)	Ejercicio 2024 (USD)	Ejercicio 2025 (USD)
Productos orgánicos	9,891,060	10,431,360	10,841,681	18,255,743
Otros productos o servicios sostenibles	-	-	-	-
Total de ingresos de productos o servicios sostenibles	9,891,060	10,431,360	10,841,681	18,255,743
Porcentaje de ingresos sostenibles	**0.05%**	**0.05%**	**0.05%**	**0.08%**

Logros en huella de carbono

Alcance	Unidad de negocio	2022 tCO2e	2023 tCO2e	2024 tCO2e	2025 tCO2e
Alcance 1	**Food Retail**	33,845.6	71,791.0	59,623.9	67,630.9
	Pharma - QS	189.7	143.9	268.2	-
	Pharma - FP	28.7	2,611.0	2,686.3	2,680.2
	Shopping Malls	74.9	113.26	162.0	204.9
	Subtotal	**34,138.9**	**74,659.19**	**62,740.44**	**70,516.0**
Alcance 2	**Food Retail**	46,937.7	58,974.00	44,481.3	55,485.7
	Pharma - QS	832.5	924.40	677.4	-
	Pharma - FP	7,935.1	11,512.80	8,688.7	12,385.1
	Shopping Malls	10,018.2	13,781.20	9,223.8	9,239.6
	Subtotal	**65,723.50**	**85,192.40**	**63,071.16**	**77,110.4**
Alcance 3	**Food Retail**	3,724,857.23	3,666,951.63	3,692,082.5	4,369,661.6
	Pharma – QS	78,704.22	51,888.90	35,036.4	-
	Pharma - FP	384,493.00	302,173.20	268,873.7	337,026.3
	Shopping Malls	25,059.14	33,830.20	32,036.8	35,082.4
	Subtotal	**4,188,054.45**	**4,054,843.93**	**4,028,029.52**	**4,741,770.3**

Consumo de energía

Total de energía consumida	Unidad	2022	2023	2024	2025
Combustibles no renovables comprados y consumidos	**MWh**	**37,327**	**87,878**	**10,839.0**	**10,065.5**
Food Retail	MWh	36,947	87,525	10,476.7	9,538.5
Retail y Distribución Farmacéutica	MWh	96	116	36.6	201.3
Shopping Malls	MWh	284	237	325.6	325.6
Energía eléctrica no renovable comprada	**MWh**	**143,349**	**183,853**	**142,393.2**	**169,782.8**
Food Retail	MWh	103,685	128,635	104,284.5	127,512.9
Retail y Distribución Farmacéutica	MWh	19,323	27,057	21,856.3	22,934.2
Shopping Malls	MWh	20,341	28,161	16,252.45	19,335.7
Total de energía renovable comprada	**MWh**	**174,123**	**204,269**	**213,145.4**	**210,590.3**
Food Retail	MWh	130,532	147,347	156,101.2	154,571.9
Retail y Distribución Farmacéutica	MWh	24,396	31,146	32,716.2	38,021.9
Shopping Malls	MWh	19,195	25,776	24,328.0	17,996.5
Total de energía renovable generada	**MWh**	**164**	**228**	**128.6**	**138.3**
Food Retail	MWh	164	228	128.6	138.3
Retail y Distribución Farmacéutica	MWh	0	0	0	0
Shopping Malls	MWh	0	0	0	0
Total de energía renovable consumida	**MWh**	**174,287**	**204,497**	**213,274.1**	**210,728.6**
Total de energía no renovable consumida	**MWh**	**180,676**	**271,731**	**153,232.2**	**179,848.2**
Total de energía consumida	**MWh**	**354,963**	**476,228**	**366,506.3**	**390,576.9**

***** En 2025, se actualizó la metodología de cálculo, que ahora utiliza los siguientes criterios: para los clientes libres, la participación de energía renovable corresponde a la proporción de fuentes de energía renovable dentro del portafolio total de generación del proveedor actual. Para los clientes regulados, corresponde a la proporción de fuentes de energía renovable dentro del portafolio total de generación del Sistema Eléctrico Interconectado Nacional (SEIN). Los valores históricos se actualizaron para alinear la metodología.

Consumo de agua

Consumo total de agua	Unidad	2022	2023	2024	2025
Food Retail	m3	713,964.4	728,741.4	760,511.10	841,378.90
Retail y Distribución Farmacéutica	m3	358,009.6	488,991.3	610,634.35	560,082.00
Shopping Malls	m3	945,260.4	1,018,812.9	1,042,013.10	1,200,516.00
Total	**m3**	**2,017,234.4**	**2,236,544.7**	**2,413,158.55**	**2,601,976.90**

* El consumo de agua es igual a la extracción. Se ajustó el valor total de 2024.

Generación de residuos

Disposición de residuos	Unidad	2022	2023	2024	2025
Total de residuos generados	**Toneladas**	**13,171.0**	**15,646.8**	20,835.3	**25,327.08**

Disposición de residuos	Unidad	2022	2023	2024	2025
Food Retail	Toneladas	10.825.5	13,473.1	15,667.0	18,090.34
Retail y Distribución Farmacéutica	Toneladas	1,881.3	825.1	947.3	1,439.83
Shopping Malls	Toneladas	464.2	1,348.7	4,221.0	5,796.91
Total de residuos reciclados	**Toneladas**	**9,767.0**	**10,691.8**	**14,776.7**	**17,051.90**
Food Retail	Toneladas	7,817.7	9,725.4	12,122.0	13,729.11
Retail y Distribución Farmacéutica	Toneladas	1,782.6	536.6	656.7	826.98
Shopping Malls	Toneladas	166.7	429.8	1,998.0	2,495.77
Total de residuos dispuestos en rellenos sanitarios	**Toneladas**	**3,404.0**	**4,964.9**	**6,058.6**	**8,275.22**
Food Retail	Toneladas	3,007.8	3,747.6	3,545.0	4,361.23
Retail y Distribución Farmacéutica	Toneladas	98.7	298.4	290.6	612.85
Shopping Malls	Toneladas	297.5	918.9	2,223.0	3,301.14

Anexo II: Análisis de Materialidad

Métricas de materialidad financiera

Gestión de residuos

Comprender el origen de los residuos e identificar oportunidades para prevenirlos y promover la circularidad.

Caso de negocio:

Reconocemos 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, la distribución y las operaciones locales hasta la disposición al final de la vida del producto. Vemos una oportunidad para innovar con base en estrategias de economía circular y en el buen uso de los productos dentro de la compañía.

Gestionar los residuos de manera eficaz no solo constituye una responsabilidad, sino también un imperativo estratégico para el negocio. Al reducir los residuos, disminuimos nuestros costos operativos, mejoramos la eficiencia en el uso de los recursos y reducimos la huella ambiental de nuestros productos y servicios. Ello nos posiciona como líderes en sostenibilidad dentro de nuestra industria, fortaleciendo la reputación de nuestra marca y atendiendo las crecientes expectativas de nuestros clientes y grupos de interés respecto de prácticas ambientalmente responsables.

Estrategia de negocio:

Contamos con un Plan de Gestión de Residuos y un Manual de Gestión de Residuos para nuestras instalaciones, en los que establecemos procedimientos para la adecuada gestión de los residuos generados, asegurando su máximo reaprovechamiento. En 2025, InRetail fortaleció su eficiencia operativa y sus estrategias de economía circular al ampliar sus planes de gestión de residuos hasta cubrir el 90% de sus locales (239 sitios).

Los planes de gestión de residuos en Food Retail incluyeron cero residuos en los centros de manufactura, logística inversa (Recicla Mass y Recicla Botica) e iniciativas de economía circular como Recicla Consciente. Asimismo, escalamos con éxito iniciativas circulares de alto impacto, como "La Lombriz Feliz", que transformó residuos orgánicos en humus comercial vendido en Promart e introdujo módulos de compostaje en Innova Schools, junto con el despliegue de empaques sostenibles con certificación FSC en Farmacias Peruanas.

Es importante destacar que la gestión de residuos orgánicos no se limita a esta iniciativa, sino que también se realiza en colaboración con diversas municipalidades en 17 tiendas plazaVea. *Para mayor información sobre otras iniciativas, por favor consultar el capítulo PLANETA.

Meta 2026: Reducir y reciclar el 73% de los residuos generados en las operaciones de todas las unidades de negocio.

Avance de la meta 2025: Tasa de reciclaje de 70%, con la recuperación de 17,100 toneladas de residuos de las 24,500 toneladas gestionadas en nuestras operaciones. Ello representa un incremento significativo de volumen en comparación con las 16,000 toneladas recuperadas en 2024.

Proveedores ESG

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

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

Estrategia de negocio:
Gestionamos nuestros potenciales riesgos ESG en la cadena de suministro mediante la incorporación de la gestión de la cadena de suministro en nuestra estrategia de sostenibilidad, reduciendo así nuestra exposición a los riesgos y gestionando adecuadamente los impactos relacionados con las operaciones en nuestra área de influencia.

Desde 2021, utilizamos una herramienta de evaluación ESG de proveedores, que se ha desplegado gradualmente a lo largo de los años para los proveedores existentes y es obligatoria para los nuevos proveedores. En 2025, nuestro marco de **Cadena de Suministro Responsable 2.0** —enfocado en mitigar los riesgos ESG mediante la identificación, evaluación, capacitación y reconocimiento de los proveedores críticos— nos permitió evaluar con éxito al 35% de nuestros proveedores críticos. *Para mayor información sobre otras iniciativas, por favor consultar el capítulo “Nuestra Cadena de Valor” (página 111).

Meta 2026: El 100% de los proveedores críticos cumple los estándares ESG.

Avance 2025: 100**%** de los proveedores críticos ha sido evaluado con base en nuestros criterios ESG actualizados. Ello representa un incremento sustancial respecto del 11% reportado en 2024 (que estableció la línea base para nuestra nueva metodología).

Adicionalmente, como parte de nuestros frentes de capacitación y reconocimiento, capacitamos con éxito a más de 150 socios estratégicos en derechos laborales, eficiencia ambiental y gobernanza ética durante 2025.

Salud, nutrición y vida saludable

Caso de negocio:
Desarrollar y escalar líneas de productos que promuevan estilos de vida saludables no es solo una responsabilidad corporativa, sino un impulsor estratégico de crecimiento. Permite la rentabilidad y la diferenciación mediante ofertas premium enfocadas en la salud que atienden la creciente demanda de los consumidores.

Asimismo, actúa como una estrategia de mitigación de riesgos, alineándose con tendencias como los alimentos funcionales y las dietas de origen vegetal, y preparándonos para nuevos requisitos regulatorios como las leyes de etiquetado. Sobre todo, genera valor de largo plazo para los accionistas al fortalecer la reputación de la marca y la lealtad de los consumidores en un mercado cada vez más consciente de la salud.

Estrategia de negocio:
Hemos implementado una Política Corporativa de Salud y Nutrición integral en nuestras operaciones de alimentos, farmacéuticas y de marcas propias para impulsar la innovación responsable y promover estilos de vida más saludables.

Nuestra estrategia se centra en diversificar la oferta para atender una variedad de necesidades nutricionales, colaborar con los proveedores para un desarrollo basado en la calidad y en la ciencia, y promover la transparencia mediante una comunicación clara, iniciativas educativas y declaraciones nutricionales estandarizadas.

Adoptamos un enfoque proactivo respecto del marketing responsable, el control de porciones y la ubicación de los productos, asegurando la accesibilidad y desincentivando a la vez el consumo excesivo. Como parte de nuestro compromiso con la mejora continua, monitoreamos y mejoramos activamente la composición nutricional de nuestro portafolio, dando seguimiento a indicadores como el porcentaje de productos libres de gluten, alérgenos comunes, lactosa o azúcares añadidos.

- **Cumplimiento de la meta:** Hemos superado con éxito nuestra meta 2026 de alcanzar el 80% de los ingresos anuales provenientes de productos saludables de marca propia. Al cierre de 2024, se alcanzó el 80.7% de los ingresos de esta categoría.
- **Desempeño financiero sostenible:** Desarrollar líneas de productos que promuevan estilos de vida saludables es un impulsor estratégico de crecimiento para InRetail. En 2025, la participación en los ingresos de los productos con mayor valor nutricional —aquellos que contienen vitaminas esenciales, minerales, fibra o fitoquímicos— alcanzó el 40.82%, lo que refleja un incremento de 4.67% en comparación con 2024.

Meta 2026: Alcanzar el 80% de los ingresos anuales provenientes de productos saludables de marca propia.

Avance: En 2025, nuestros productos saludables de marca propia mostraron un desempeño excepcional, con el 88.07% de sus ingresos totales provenientes de categorías nutricionales, un avance significativo respecto del 80.7% alcanzado en 2024.

Métricas de materialidad de impacto

Impactos económicos indirectos - Dinamizar la economía local implica participar en mercados desatendidos e influir en un conjunto de actividades económicas dentro de la comunidad. Las oportunidades que promovemos para las pymes de nuestra cadena de valor son un ejemplo de las iniciativas que desarrollamos en mercados desatendidos, por ejemplo, Perú Pasión.

Nuestro programa brinda a las pymes la oportunidad de acceder a un mercado más amplio, contribuye a su desarrollo, incrementa su productividad y respalda su competitividad a largo plazo. Adicionalmente, el programa puede conducir a la creación de más empleos locales, reduciendo las tasas de desempleo y brindando oportunidades de sustento a las personas de la comunidad, además de ofrecer productos para poblaciones vulnerables y oportunidades para emprendedores.

Métrica de resultado: Número de pymes que participan en Perú Pasión.

Valoración del impacto: Cambio en la calidad de vida de los pequeños productores al acceder a un mercado más amplio.

Métrica de impacto: % de incremento de los productos de las pymes de Perú Pasión en las plataformas comerciales.

*Para mayor información, consultar el capítulo de Proveedores y el Reporte de Impacto INSPIRA 2025 (aquí).

Gestión de residuos

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

La gestión de residuos es una tarea crucial, en especial en los supermercados, donde la cantidad de alimentos desperdiciados puede ser significativa. Eliminar el desperdicio de alimentos no solo es beneficioso para el medio ambiente y para el ahorro de los supermercados, sino que también puede tener un impacto positivo en la economía y la sociedad.

Donar alimentos en lugar de descartarlos puede contribuir a combatir el hambre y la inseguridad alimentaria en la comunidad. Uno de nuestros proyectos más valiosos se enfoca en el rescate de alimentos que han perdido su valor comercial pero que aún son aptos para el consumo humano. Entre los impactos de nuestro programa en la sociedad se incluyen la reducción de la inseguridad alimentaria, el acceso a alimentos nutritivos, en especial para las poblaciones vulnerables, y la mejora de la salud pública al asegurar que más personas tengan acceso a alimentos, entre otros.

Impacto ambiental

Métrica de resultado del impacto: Número de raciones de alimentos (14.16 raciones)

Evaluación del impacto: Reducción de las emisiones de GEI

Métrica de impacto: toneladas de CO2 evitadas mediante la donación de raciones de alimentos. (Hemos evitado la emisión de 90.12, lo que equivale a la siembra de más de 1,900 árboles) – Inspira 2024

Impacto social

Métrica de resultado: Número de beneficiarios de los alimentos donados (más de 95,984 personas beneficiadas a través del programa de donación de alimentos "Bueno por Dentro".)

Evaluación del impacto: cambio en la calidad de vida de los beneficiarios mediante la reducción de su inseguridad alimentaria

Un Reporte de Impacto realizado en 2024 reveló que:

- El 87% de los beneficiarios carecía de acceso a alimentos de calidad antes de participar.
- El 73% no habría encontrado una fuente alternativa de alimentos sin este apoyo.

*Para mayor información, consultar el capítulo de comunidad y el Reporte de Impacto INSPIRA 2024 (aquí).

Anexo III: Índice GRI

Declaración de uso	InRetail Perú Corp. ha presentado la información citada en este índice de contenidos GRI para el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2023, utilizando los Estándares GRI como referencia.
GRI 1 utilizado	Fundamentos 2021.

Estándar GRI	Contenido	Ubicación - página
Contenidos generales: GRI 2: Contenidos Generales GRI 2021		
GRI 2: La organización	2-1 Detalles organizacionales	9
	2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	7,9
	2-3 Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	7,8
	2-4 Actualización de la información	N/A
	2-5 Verificación externa	7
GRI 2: Actividades y trabajadores	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	9,112
	2-7 Empleados	688
	2-8 Trabajadores que no son empleados	68
GRI 2: Gobernanza	2-9 Estructura de gobernanza y composición	18,21,2,23,367
	2-10 Designación y selección del máximo órgano de gobierno	21
	2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno	18
	2-12 Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	20
	2-14 Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	7,245
	2-15 Conflictos de interés	40
	2-16 Comunicación de inquietudes críticas	38
	2-17 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	22
	2-18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	21
	2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	59
	2-23 Compromisos y políticas	35,36,59,64
	2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	35,36,59,64
	2-25 Procesos para remediar los impactos negativos	35,36,59,64
	2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	35
	2-27 Cumplimiento de la legislación y las normativas	36
	2-28 Afiliación a asociaciones	14
GRI 2: Participación de los grupos de interés	2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés	60
	2-30 Convenios de negociación colectiva	64
GRI 3: Temas Materiales 2021		
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	61
	3-2 Lista de temas materiales	62,68
	3-3 Gestión de los temas materiales	61
ESTÁNDARES TEMÁTICOS ECONÓMICOS		

Estándar GRI	Contenido	Ubicación - página
Contenidos generales: GRI 2: Contenidos Generales GRI 2021		
GRI 201 Desempeño económico		
GRI 202: Presencia en el mercado 2016	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	41,42
GRI 202 Presencia en el mercado		
GRI 202: Presencia en el mercado 2016	202-2 Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local	N/A
GRI 204: Prácticas de adquisición		
GRI 204: Prácticas de adquisición 2016	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales críticos	108
GRI 205 Anticorrupción		
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-1 Operaciones evaluadas en relación con los riesgos de corrupción	25,35,36
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	35
	205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	39
GRI 206 Competencia desleal		
GRI 206: Competencia desleal 2016	206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	35
ESTÁNDARES TEMÁTICOS AMBIENTALES		
GRI 302 Energía		
GRI 302: Energía 2016	302-1 Consumo de energía dentro de la organización	134
	302-4 Reducción del consumo energético	133
GRI 303 Agua y efluentes		
GRI 3: Temas Materiales 2021	303-3 Extracción de agua	135
	303-4 Vertido de agua	135
	303-5 Consumo de agua	135
GRI 305: Emisiones 2016	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	127
	305-2 Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)	127
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	127
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI	127
GRI 306 Residuos		
GRI 306: Residuos 2020	306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	137
	306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	137
	306-3 Residuos generados	137
	306-4 Residuos no destinados a eliminación	137
	306-5 Residuos destinados a eliminación	137
GRI 308 Evaluación ambiental de proveedores		
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	109,110
ESTÁNDARES TEMÁTICOS SOCIALES		
GRI 401 Empleo		

Estándar GRI	Contenido	Ubicación - página
Contenidos generales: GRI 2: Contenidos Generales GRI 2021		
GRI 401: Empleo 2016	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	85
	401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	81,89
	401-3 Permiso parental	81
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 la seguridad en el trabajo	**¡Error! Marcador no definido.**
	403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	92,165
	403-3 Servicios de salud en el trabajo	**¡Error! Marcador no definido.**
	403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	91,93
	403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	93
	403-6 Fomento de la salud de los trabajadores	85
	403-7 Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados mediante relaciones comerciales	92
	403-9 Lesiones por accidente laboral	91
GRI 404 Formación y educación		
GRI 404: Formación y educación 2016	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	85
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	84,85
GRI 405 Diversidad e igualdad de oportunidades		
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	68-73,77-79
	405-2 Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y hombres	80,89,161
GRI 406 No discriminación		
GRI 406: No discriminación 2016	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	67,70,76-77
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 negociación colectiva podría estar en riesgo	64,161
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	120
GRI 414 Evaluación social de los proveedores 2016		
GRI 414: Evaluación social de los proveedores 2016	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	109,163
GRI 415 Política pública		
GRI 415: Política pública 2016	415-1 Contribuciones a partidos y/o representantes políticos	35
GRI 416 Salud y seguridad de los clientes		

Estándar GRI	Contenido	Ubicación - página
Contenidos generales: GRI 2: Contenidos Generales GRI 2021		
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	101
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	101
	417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	101
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	40

Anexo IV: Verificación de indicadores ESG



Índice

Verificación de los Indicadores de Sostenibilidad 2025 de InRetail _____ 181
Declaración de verificación de gases de efecto invernadero (GEI) para Food Retail _____ 183
Declaración de verificación de gases de efecto invernadero (GEI) para Pharma _____ 188
Declaración de verificación de gases de efecto invernadero (GEI) para Shopping Malls _____ 193

Informe de Aseguramiento Limitado Independiente para InRetail

A la Administración de InRetail,

Alcance

Conforme a su solicitud, hemos sido requeridos para proporcionar un nivel de aseguramiento limitado sobre los indicadores de desempeño seleccionados por InRetail; incluidos en el "Reporte de sostenibilidad 2025" (en adelante el "Reporte de sostenibilidad") y mencionados dentro del **"Anexo A"** para el ejercicio comprendido del 1° de enero al 31 de diciembre de 2025.

Responsabilidades de InRetail

InRetail ha sido responsable de la preparación, del contenido y presentación del "Informe de sustentabilidad" tomando como referencia el cumplimiento con los contenidos propuestos (criterios) en los *Estándares de Global Reporting Initiative (GRI)*.

Esta responsabilidad considera el diseño, la implementación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que la información contenida en el "Reporte de sostenibilidad" esté libre de incorrección material, debido a fraude o error.

Responsabilidades de Valora Consultores

Nuestra responsabilidad consistió en expresar una conclusión sobre la presentación de indicadores e información enlistada en el **Anexo A**, conforme a los Estándares GRI.

Control e independencia

Con el fin de asegurar que el proceso de revisión independiente cumple con los requerimientos éticos necesarios para asegurar la independencia de nuestro trabajo como auditores de información no financiera, nuestro trabajo se desarrolló de acuerdo con la Norma ISAE3000, *Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*, emitida por la *International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB)* de la International *Federation of Accountants (IFAC)*.

Procedimientos realizados

El alcance de nuestra revisión independiente, así como de los procedimientos de recopilación de evidencias realizados fue de seguridad limitada, el cual es menor al de un trabajo de seguridad razonable y por ello también el nivel de seguridad que se proporciona. El presente Informe de Revisión Independiente en ningún caso debe entenderse como un informe de auditoría.

Los procedimientos que realizamos se describen a continuación:

- Selección de información a verificar con base en la materialidad y conocimiento previo de la compañía.
- Entrevistas con el personal responsable de generar y proporcionar la información contenida en el Informe para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados.
- Revisión de los procesos de recopilación, control interno y consolidación de los datos.
- Revisión de la cobertura, relevancia e integridad de la información incluida en el Informe en función de las operaciones y los aspectos materiales previamente identificados.
- Revisión de evidencias con base en un muestreo de la información de acuerdo con un análisis de riesgo.
- Revisión de la aplicación de lo requerido de conformidad con los Estándares GRI.

Conclusión

Basados en nuestra revisión y la evidencia presentada por InRetail no tuvimos conocimiento de situación alguna que nos haga creer que los indicadores contenidos dentro del "Reporte de sostenibilidad 2025" de InRetail, no haya sido obtenida de manera fiable, no esté presentada de manera adecuada, tenga desviaciones u omisiones significativas, o que no haya sido preparada tomando en consideración los requerimientos establecidos en los Estándares GRI.

Pablo del Arco Fernández
Socio Director Expansión América
Valora Sostenibilidad e Innovación S.A. de C.V.
Ciudad de México, a 27 de agosto de 2026

Anexo A.

Detalle de los criterios revisados para la organización:

Indicadores de desempeño

Nombre del contenido o indicador	Cobertura de la información[1]	Información reportada	Unidad
Combustibles no renovables comprados y consumidos	Todas las operaciones	10,065.50	MWh
Energía eléctrica no renovable comprada y consumida	Todas las operaciones	169,782.8	MWh
Total de energía renovable consumida (generada o comprada)	Todas las operaciones	210,728.6	MWh
Total de energía consumida	Todas las operaciones	390,576.9	MWh
Captación de agua municipal total	Todas las operaciones	2,601,976.90	m^3
Total de residuos reciclados	Todas las operaciones	17,051.9	Tn
	Operaciones de Food Retail	13,729.11	Tn
	Operaciones Pharma	826.98	Tn
	Operaciones Shopping Malls	2,495.77	Tn
Total de residuos dispuestos en rellenos sanitarios	Todas las operaciones	8,275.22	Tn
	Operaciones de Food Retail	4,361.23	Tn
	Operaciones Pharma	612.85	Tn
	Operaciones Shopping Malls	3,301.14	Tn
Total de residuos generados	Todas las operaciones	25,327.08	Tn
Cálculo de merma conocida	Todas las operaciones	24,460.75	Tn
Cálculo total donado	Todas las operaciones	13,228.96	Tn
Importe del total donado	Todas las operaciones	71,039,529.00	S/
Intensidad de la merma	Todas las operaciones	0.015	Intensidad de la merma
Tasa de accidentes con tiempo perdido (Lost-Time Injury Frequency Rate, LTIFR) – empleados	Todas las operaciones	1.34	Total de tasa de accidentes de empleados
Tasa de accidentes con tiempo perdido (Lost-Time Injury Frequency Rate, LTIFR) – contratistas	Todas las operaciones	7.42	Total de tasa de accidentes de contratistas
Fatalidades empleados	Todas las operaciones	0	Total de fatalidades empleados
Fatalidades contratistas	Todas las operaciones	0	Total de fatalidades contratistas
Ratio salarial	Todas las operaciones	0.89	Total del ratio salarial

[1] La cobertura de la información corresponde a las operaciones de Food Retail de Supermercados Peruanos, Makro, Oslo y Mass; Pharma de Farmacias Peruanas y Química Suiza; y Shopping Malls de Real Plaza.

Nombre del contenido o indicador	Cobertura de la información[1]	Información reportada	Unidad
Proveedores únicos	Todas las operaciones	7,592	Total de proveedores
Proveedores significativos	Todas las operaciones	185	Total de proveedores significativos
Proveedores significativos con un plan de desarrollo	Todas las operaciones	31	Número de proveedores significativos únicos que reciben apoyo mediante medidas de desarrollo
	Todas las operaciones	17	Porcentaje de proveedores apoyados en medidas de desarrollo
Proveedores significativos evaluados	Todas las operaciones	125	Número de proveedores significativos únicos evaluados mediante evaluaciones documentales/ evaluaciones in situ
	Todas las operaciones	68	Porcentaje de proveedores significativos únicos evaluados
Proveedores significativos evaluados con impactos negativos	Todas las operaciones	9	Número de proveedores significativos únicos evaluados con impactos negativos reales/potenciales sustanciales
Proveedores significativos apoyados con un plan de acción	Todas las operaciones	9	Número de proveedores significativos únicos con impactos negativos reales/potenciales sustanciales con un plan de acción correctiva/mejora acordado
Proveedores significativos evaluados en la implementación del plan de acción	Todas las operaciones	100	Porcentaje de proveedores con impactos negativos reales o potenciales sustanciales con un plan de acción correctiva o de mejora acordado
Proveedores significativos finalizados	Todas las operaciones	0	Número de proveedores significativos únicos con impactos negativos reales/potenciales sustanciales que fueron dados de baja

[1] La cobertura de la información corresponde a las operaciones de Food Retail de Supermercados Peruanos, Makro, Oslo y Mass; Pharma de Farmacias Peruanas y Química Suiza; y Shopping Malls de Real Plaza.

Declaración PE26/00000263

Opinión de Declaración de la Verificación de Gases de Efecto Invernadero

El inventario de las emisiones de Gases de Efecto Invernadero
del **01/01/2025 – 31/12/2025** de la organización.

SUPERMERCADOS PERUANOS S.A.

Calle Morelli 181, San Borja

.

fue verificado con la ISO 14064-3:2019 en cumplimiento con los requisitos de la

ISO 14064-1:2018

Para las siguientes actividades

"Retail"

Revelando un total de Emisiones en:
Categoría 1 un total de: 67,631.9 toneladas métricas de CO2 equivalente
Categoría 2 un total de: 55,485.7 toneladas métricas de CO2 equivalente (Enfoque Location Based)
Categoría 3 un total de: 3,306,248.5 toneladas métricas de CO2 equivalente
Categoría 4 un total de: 1,063,413.1 toneladas métricas de CO2 equivalente y

Auditor Líder: Catalina Quiroz J.
Co-auditor: Nathaly Polanco
Revisión técnica: Pamela Castillo

Fecha de la Declaración de Verificación
Issue 1: 05 de Agosto del 2026

Autorizado por
Julio Ubarnes Pinto
Certification Manager

SGS del Perú S.A.C.
Av. Elmer Faucett N° 3348 - Urb. Bocanegra, Callao, Lima, Perú
t (511) 517-1900 – www.sgs.pe

Este documento es un certificado electrónico auténtico para el uso comercial del Cliente únicamente. Está permitida la versión impresa del certificado electrónico y se considerará como una copia. Este documento es emitido por la Compañía sujeto a las Condiciones Generales de SGS de los servicios de certificación disponibles en los términos y condiciones | SGS. Se prestará especial atención sobre las cláusulas de limitación de responsabilidad, indemnización y jurisdicción que contiene. Este documento está protegido por derechos de autor y cualquier alteración, falsificación o modificación no autorizada de su contenido o apariencia es ilegal.

Declaración PE26/00000263, continúa

SUPERMERCADOS PERUANOS S.A.

Breve descripción del proceso de verificación
SGS ha sido contratado por **SUPERMERCADOS PERUANOS S.A** para la verificación de las emisiones de dióxido de carbono equivalente (CO_2e) directas e indirectas (consumo de energía) y otras emisiones indirectas de la SUPERMERCADOS PERUANOS S.A en su declaración de GEI en el "INFORME GEI – Año 2025".

Roles y Responsabilidades
El Dpto de Comunicaciones, Relaciones Institucionales y Marketing de SUPERMERCADOS PERUANOS S.A es responsable del sistema de información de GEI de la organización, del desarrollo y mantenimiento de registros y del procedimiento de reporte de acuerdo con este sistema, incluyendo el cálculo, la información y las emisiones de GEI reportadas.
Es responsabilidad de SGS expresar una opinión de verificación de GEI independiente de las emisiones de GEI dadas por SUPERMERCADOS PERUANOS S.A en su declaración de GEI para el 2025.

SGS ejecutó una verificación de tercera parte según los requisitos de la ISO 14064-3:2019 de la declaración de GEI dada para el 2025. Esta Norma Internacional requiere que cumplamos requisitos éticos y planifiquemos y realicemos la verificación para obtener aseguramiento limitado de que las emisiones, las remociones y el almacenamiento de GEI en el lugar están exentas de declaraciones erróneas materiales. La evaluación incluyó la revisión de documentos y registros, y entrevista al personal en forma insitu. La verificación se basó en el alcance, objetivo y criterio de verificación del acuerdo entre la SUPERMERCADOS PERUANOS S.A y SGS con propuesta PE.ESG. 20260000087 del 2026

Nivel de Aseguramiento
El nivel de aseguramiento acordado es limitado.

Alcance
SUPERMERCADOS PERUANOS S.A contrató una verificación independiente por SGS de sus emisiones de CO2e reportadas de su gestión, para establecer conformidad con los requisitos de ISO 14064-1: 2018 dentro del alcance de verificación detallado a continuación. Datos e información de soporte para la opinión de la declaración de GEI fueron de naturaleza histórica, proyectada e hipotética, y demostrados con evidencia.

Este acuerdo cubre la verificación de emisiones de fuentes antropogénicas de GEI incluidas dentro de los límites de la organización y cumple con los requisitos de la ISO 14064-1:2018.

- **Límites Organizacionales:** Enfoque de control operacional
- **Descripción de actividades:**
- **Ubicación/Límites de las actividades:** Al cierre del año - 31 de diciembre del 2025:
  Oficina: Calle Morelli No 181, San Borja, Lima, Perú
  1 Centro de Acopio, 1 centro de fabricacion, 1 Almacen en Punta Negra, 22 centros de distribución, 111 Tiendas Plaza Vea, 7 tiendas Vivanda, 27 tiendas Makro y 1250 tiendas Mass
- **Fuentes de GEI incluidas:**
  Categoría 1 – Emisiones directas
  Combustión móvil: Vehículos propios
  Combustión estacionaria: grupos electrógenos
  Emisiones fugitivas: Por fuga de refrigerantes
  Categoría 2 – Emisiones indirectas de energía
  Electricidad comprada
  Categoría 4- Emisiones indirectas de GEI por productos utilizados por la organización
  Productos comprados, insumos consumidos en las operaciones
  Categoría 5- Emisiones indirectas por Uso de Productos vendidos
  Recursos consumidos en los productos vendidos
- **GEI incluidos:** CO_2, N_2O, CH_4 y HFC. Se reporta por separado las emisiones CO_2 biogénicas antropogénicas, HCFCs. No se tiene PFC, SF_6 ó NF_3.
- **Información GEI fue verificada para el siguiente periodo:** Año calendario 2025 (01/01/2025 – 31/12/2025)
- **Potenciales de Calentamiento Global (PCG):** IPCC AR5, 2013
- **Usuario previsto de la declaración de verificación:** Interno y público en general.

Este documento es un certificado electrónico auténtico para el uso comercial del Cliente únicamente. Está permitida la versión impresa del certificado electrónico y se considerará como una copia. Este documento es emitido por la Compañía sujeto a las Condiciones Generales de SGS de los servicios de certificación disponibles en los términos y condiciones | SGS. Se prestará especial atención sobre las cláusulas de limitación de responsabilidad, indemnización y jurisdicción que contiene. Este documento está protegido por derechos de autor y cualquier alteración, falsificación o modificación no autorizada de su contenido o apariencia es ilegal.

SUPERMERCADOS PERUANOS S.A.

- **Año base:** 2022
- **Exclusiones:** SUPERMERCADOS PERUANOS S.A. Para este inventario de GEI, no se considerará el uso de extintores, ya que no resulta significativo en la evaluación. Asimismo, se excluyen las bonificaciones otorgadas a los trabajadores, dado que no forman parte del alcance operativo de la organización y porque los empleados pueden destinar dichos bonos de combustible a actividades de su elección, sin que estas estén necesariamente vinculadas a sus labores profesionales. Cabe añadir que estas emisiones se estimaron para el año 2021, arrojando una cifra de 0,288 tCO2eq, lo cual no representa un valor significativo en la medición.
- **Acciones de Mitigación:** Ninguna
- **Metas de Reducción de emisiones:** No se tienen metas establecidas.
- **Matriz de Significancia:**
  El análisis de significancia se ha elaborado siguiendo los criterios de Magnitud , nivel de influencia y precision de la data. Fuentes de emisiones significativas: Electricidad Comprada, Productos comprados, insumos consumidos de las operaciones, Recursos consumidos en los productos vendidos.

Objetivo
El propósito de esta verificación fue revisar de forma independiente, con evidencia objetiva:
- Si todas las emisiones de CO_2 equivalente son las declaradas por la organización en su declaración de GEI.
- Si los datos reportados son precisos, completos, coherentes, transparentes y libres de error u omisión material.
- Si la declaración se haya elaborado de acuerdo con la norma ISO 14064-1:2018
- Si la data de la actividad ingresada en la herramienta HC Perú es consistente con los principios antes descritos.

Criterios
Los criterios contra los cuales se realizó la verificación son los requisitos de la **ISO 14064-1:2018** y del programa **"HC Perú" del MINAM**

Materialidad
SGS consideró como requisito para la verificación una materialidad por debajo del 10%, basado en las necesidades de los usuarios previstos de la opinión de la declaración de GEI.

Conclusión
SUPERMERCADOS PERUANOS S.A. proporcionó su declaración de GEI en base a los requisitos de la ISO 14064-1:2018.
La información de GEI para el 2025, utilizando la herramienta de la propia

Revelando un total de Emisiones en:
Categoría 1 un total de: 67,631.9 toneladas métricas de CO2 equivalente
Categoría 2 un total de: 55,485.7 toneladas métricas de CO2 equivalente (Enfoque Location Based)
Categoría 3 un total de: 3,306,248.5 toneladas métricas de CO2 equivalente
Categoría 4 un total de: 1,063,413.1 toneladas métricas de CO2 equivalente y

Adicionalmente, las emisiones de CO2 por quema de Biocombustible Directa de 19.6 tCO2eq. y 28,179 tCO2eq. de Hidroclorofluorocarbonos HCFC (R22)

El detalle de las emisiones de GEI, se expresan en el Anexo 1.

Opinión modificada
La organización ha llevado a cabo las correcciones por lo que actualmente no hay declaraciones erróneas materiales y/o si hay alguna limitación; mencionadas al final, no perjudica la utilidad de la declaración de GEI ni la materialidad.
Dicha declaración, fue verificado por SGS con un nivel de aseguramiento limitado, y es coherente con los objetivos, criterios y alcance del acuerdo de verificación.

En opinión de SGS, en base a los datos y la información dada y los procesos y procedimientos llevados a cabo, concluimos con aseguramiento limitado, que no se tiene evidencia de que:
- No todas las emisiones de CO_2eq fueran las declaradas, que la declaración no sea materialmente correcta y no sea una representación justa de los datos e información de GEI.
- La metodología de GEI aplicada no sea conforme con ISO 14064-1:2018
- La Declaración no sea precisa, completa, coherente, transparente y libre de errores materiales u omisiones.

Este documento es un certificado electrónico auténtico para el uso comercial del Cliente únicamente. Está permitida la versión impresa del certificado electrónico y se considerará como una copia. Este documento es emitido por la Compañía sujeto a las Condiciones Generales de SGS de los servicios de certificación disponibles en los términos y condiciones | SGS. Se prestará especial atención sobre las cláusulas de limitación de responsabilidad, indemnización y jurisdicción que contiene. Este documento está protegido por derechos de autor y cualquier alteración, falsificación o modificación no autorizada de su contenido o apariencia es ilegal.

SUPERMERCADOS PERUANOS S.A.

Y se ha evaluado la eficacia de los controles cuando el verificador tiene la intención de confiar en esos controles

SGS ha realizado la verificación de la data de la actividad, acorde a lo anterior, para ser utilizada en la Calculadora "HC Perú" del MINAM, y lo cual revela un resultado total en la Declaración de GEI para el 2025, que está dentro de la materialidad del 10%.

SGS concluye, que la data de la actividad ingresada en la herramienta HC Perú son precisos, completos, coherentes, transparentes y libres de error u omisión material.

El enfoque de SGS está basado en el riesgo, sobre la base de la comprensión de los riesgos asociados al modelar la información de emisiones de GEI y los controles existentes para mitigar estos riesgos.
Nuestro examen incluyó la evaluación, en base a muestreo, de evidencias relevantes del reporte de información de emisiones. Los métodos de auditoría utilizados fueron entrevistas y recorrido presencial; así como la revisión de documentación y registros.

Hemos planificado y realizado nuestro trabajo para obtener la información, explicaciones y evidencias que hemos considerado necesarias para concluir con un nivel de aseguramiento limitado que las emisiones de GEI para el año 2025 son declaradas justamente.

Consideraciones

- Para el caso; de la herramienta de "HC Perú" del MINAM; el factor de emisión (FE) de electricidad del 2025. Cabe señalar, que dicho FE de electricidad incluye las perdidas por transmisión de la red.
- Se ha considerado el potencial de calentamiento global (PCG) el al AR5 para estar alineados a la metodología nacional de HCP; que aún utiliza dicho PCG.
- Para Productos comprados por la organización se ha utilizado factores de emisión de fuentes como Ecoinvent,y Agrybalse, EPD, entre otros disponibles, en algunos casos consideran los empaques o embalajes en otros no. Todo se detalla en el Informe Final de Huella de Carbono de Supermercados Peruanos 2025.

Oportunidades de Mejora
La organización deberá tener en cuenta las FAR identificadas en el proceso de auditoría.

Esta Declaración debe ser interpretada junto con el inventario de GEI de SUPERMERCADOS PERUANOS S.A

Note: This Declaration is issued, on behalf of the client, by SGS del Perú S.A.C., Av. Elmer Faucett 3348. Callao. Peru ("SGS") under the general conditions for GHG Validation and Verification Services. The findings here SUPERMERCADOS PERUANOS S.A. This declaration does not exempt the client from the legal compliance that applies in this regard. Statements to the contrary are not binding on SGS and, therefore, SGS declines all liability to parties other than its customer.

Este documento es un certificado electrónico auténtico para el uso comercial del Cliente únicamente. Está permitida la versión impresa del certificado electrónico y se considerará como una copia. Este documento es emitido por la Compañía sujeto a las Condiciones Generales de SGS de los servicios de certificación disponibles en los términos y condiciones | SGS. Se prestará especial atención sobre las cláusulas de limitación de responsabilidad, indemnización y jurisdicción que contiene. Este documento está protegido por derechos de autor y cualquier alteración, falsificación o modificación no autorizada de su contenido o apariencia es ilegal.

SUPERMERCADOS PERUANOS S.A.

ANEXO 1: EMISIONES ABSOLUTAS - 2025

Fuente de emisión	Emisiones (tCO2eq)	Emisiones CH4 (tCO2eq)	Emisiones N2O (tCO2eq)	Emisiones HFC (tCO2eq)	Emisiones SF6 (tCO2eq)	Total CO2eq
Categoría 1	2,296.1	22.2	2.4	65,310.2	0.0	67,630.9
Combustión estacionaria - Energía	1,715.3	5.1	1.8	0.0	0.0	1,722.3
Combustión móvil	580.7	17.1	0.5	0.0	0.0	598.4
Refrigerantes	0.0	0.0	0.0	65,310.2	0.0	65,310.2
Categoría 2	55,485.7	0.0	0.0	0.0	0.0	55,485.7
Energía eléctrica *	55,485.7	0.0	0.0	0.0	0.0	55,485.7
Categoría 4	3,306,248.51	0.00	0.00	0.00	0.00	3,306,248.51
Productos comprados *	3,279,919.3	0.0	0.0	0.0	0.0	3,279,919.3
Insumos operaciones *	26,329.3	0.0	0.0	0.0	0.0	26,329.3
Categoría 5	1,063,413.1	0.0	0.0	0.0	0.0	1,063,413.1
Productos vendidos *	1,063,413.1	0.0	0.0	0.0	0.0	1,063,413.1
Emisiones totales	4,427,443.4	22.2	2.4	65,310.2	0.0	4,492,778.2

Emisiones Biogénicas	Emisiones en tCO_2
Emisiones Biogénicas directas de Carbon (Categoría 1)	19.6

Emissions of Other GHGs Not Regulated by the Kyoto Protocol	Emissions in tCO_2e
Hydrochlorofluorocarbons HCFC-22 (R22)	28,179

*Note: Some emission sources have been considered as CO_2 only, due to the type of emission factor used, despite originally including CO_2, CH_4, and N_2O.

Este documento es un certificado electrónico auténtico para el uso comercial del Cliente únicamente. Está permitida la versión impresa del certificado electrónico y se considerará como una copia. Este documento es emitido por la Compañía sujeto a las Condiciones Generales de SGS de los servicios de certificación disponibles en los términos y condiciones | SGS. Se prestará especial atención sobre las cláusulas de limitación de responsabilidad, indemnización y jurisdicción que contiene. Este documento está protegido por derechos de autor y cualquier alteración, falsificación o modificación no autorizada de su contenido o apariencia es ilegal.

Declaración PE26/00000262

Opinión de Declaración de la Verificación de Gases de Efecto Invernadero

El inventario de las emisiones de Gases de Efecto Invernadero
del **01/01/2025 – 31/12/2025** de la empresa

FARMACIAS PERUANAS S.A.C

Av. Víctor Alzamora 147, La Victoria, Lima-Perú

fue verificado con la ISO 14064-3:2019 en cumplimiento con los requisitos de la
ISO 14064-1:2018

Para las siguientes actividades
"RETAIL FARMACEUTICO"

Revelando un total de Emisiones en:
Categoría 1 un total de: 2,681.54 toneladas métricas de CO_2 equivalente
Categoría 2 un total de: 12,385.08 toneladas métricas de CO_2 equivalente (Enfoque Location Based)
Categoría 3 un total de: 28,134.00 toneladas métricas de CO_2 equivalente
Categoría 4 un total de: 308,892.23 toneladas métricas de CO_2 equivalente y

Auditor Líder: Catalina Quiroz J.
Co-auditor: Nathaly Polanco
Revisión técnica: Pamela Castillo

Fecha de la Declaración de Verificación
Issue 1: 05 de Agosto del 2026

Autorizado por
Julio Ubarnes Pinto
Certification Manager

SGS del Perú SAC
Av. Elmer Faucett N° 3348 - Urb. Bocanegra, Callao, Lima - Perú
t (511) 517-1900 - www.sgs.pe

Este documento es un certificado electrónico auténtico para el uso comercial del Cliente únicamente. Está permitida la versión impresa del certificado electrónico y se considerará como una copia. Este documento es emitido por la Compañía sujeto a las Condiciones Generales de SGS de los servicios de certificación disponibles en los términos y condiciones | SGS. Se prestará especial atención sobre las cláusulas de limitación de responsabilidad, indemnización y jurisdicción que contiene. Este documento está protegido por derechos de autor y cualquier alteración, falsificación o modificación no autorizada de su contenido o apariencia es ilegal.

Declaración PE26/00000262, continúa

FARMACIAS PERUANAS S.A.C

Breve descripción del proceso de verificación
SGS ha sido contratado por FARMACIAS PERUANAS S.A.C. para la verificación de las emisiones de dióxido de carbono equivalente (CO_2e) directas e indirectas (consumo de energía) y otras emisiones indirectas de FARMACIAS PERUANAS S.A.C. en su declaración de GEI en el "INFORME FINAL HUELLA DE CARBONO FARMACIAS PERUANAS 2025"

Roles y Responsabilidades
La Gerencia de Sostenibilidad de FARMACIAS PERUANAS S.A.C.es responsable del sistema de información de GEI de la organización, del desarrollo y mantenimiento de registros y del procedimiento de reporte de acuerdo con este sistema, incluyendo el cálculo, la información y las emisiones de GEI reportadas. Es responsabilidad de SGS expresar una opinión de la declaración de GEI independiente de las emisiones de GEI dadas por FARMACIAS PERUANAS S.A.C. en su declaración de GEI para el 2025.

SGS ejecutó una verificación de tercera parte según los requisitos de la ISO 14064-3:2019 de la declaración de GEI dada para el 2025. Esta Norma Internacional requiere que cumplamos requisitos éticos, planifiquemos y realicemos la verificación para obtener aseguramiento limitado de las emisiones, las remociones y el almacenamiento de GEI en el lugar estén exentas de declaraciones erróneas materiales. La evaluación incluyó recorrido por las instalaciones de la la sede Ccapa en el Callao y dos farmacias (M-iFarma e Inkafarma) en la Av Faucett revisión de documentos, registros y entrevistas al personal. La verificación se basó en el alcance, objetivo y criterio de verificación del acuerdo entre FARMACIAS PERUANAS S.A.C y SGS con propuesta PE.ESG.20260000140

Nivel de Aseguramiento
El nivel de aseguramiento acordado es Limitado.

Alcance
FARMACIAS PERUANAS S.A.C contrató una verificación independiente por SGS de sus emisiones de CO2e reportadas de su gestión, para establecer conformidad con los requisitos de ISO 14064-1: 2018 dentro del alcance de verificación detallado a continuación. Datos e información de soporte para la opinión de la declaración de GEI fueron de naturaleza histórica, proyectada e hipotética, y demostrados con evidencia.

Este acuerdo cubre la verificación de emisiones de fuentes antropogénicas de GEI incluidas dentro de los límites de la organización y cumple con los requisitos de ISO 14064-1:2018.

- Límites Organizacionales: Enfoque de control operacional
- Descripción de actividades: Retail Farmaceutico (compercializacion, distrinucion de productos de salud y bienestar)
- Ubicación/Límites de las actividades: Al cierre del año - 31 de diciembre del 2025
    - 1 oficina administrativa en Víctor Alzamora 147, La Victoria, Lima
    - CD Chorrillos en, Av. Defensores del Morro 1277, Chorrillos
    - Cappa Callao en Calle Capa 139, Callao
    - Vantivve Chiclayo en Calle Coricancha No 270 Chiclayo - Lambayeque
    - Vantivve Arequipa en Av. Alfonso Ugarte No 521, Cercado - Arequipa
    - 1,176 locales de Mifarma (direcciones indicado en informe)
    - 1,193 locales de Inkafarma (direcciones indicado en informe)
- Infraestructura física, actividades, tecnologías y procesos de la organización: Sedes administrativas.
- Fuentes de GEI incluidas:
  Categoría 1 - Alcance 1 – Emisiones directas
  Combustión Estacionaria: Generadores eléctricos
  Emisiones fugitivas: gases refrigerantes
  Categoría 2 - Alcance 2 - Emisiones indirectas por energía: Electricidad comprada del SEIN
  Categoría 3 – Alcance 3 - Emisiones Indirectas de GEI causadas por el transporte
  Emisiones generadas por: Transporte aguas arriba (importacion maritima, aereo, Transporte terrestre,, transporte a boticas, tmsporte de CD a centros de transferencia), Viajes de trabajo aereos, y transporte casa trabajo

Este documento es un certificado electrónico auténtico para el uso comercial del Cliente únicamente. Está permitida la versión impresa del certificado electrónico y se considerará como una copia. Este documento es emitido por la Compañía sujeto a las Condiciones Generales de SGS de los servicios de certificación disponibles en los términos y condiciones | SGS. Se prestará especial atención sobre las cláusulas de limitación de responsabilidad, indemnización y jurisdicción que contiene. Este documento está protegido por derechos de autor y cualquier alteración, falsificación o modificación no autorizada de su contenido o apariencia es ilegal.

FARMACIAS PERUANAS S.A.C

- **Categoría 4- Emisiones indirectas de GEI por productos utilizados por la organización**
  Emisiones asociadas a los productos comprados
- **GEI incluidos:** CO_2, N_2O, CH_4 y HFC. No se tiene PFC, SF_6 ó NF_3. Se reporta por separado las emisiones de CO_2 biogénicas antropogénicas y de HCFC (R-22).
- **Información GEI fue verificada para el siguiente periodo:** Año calendario 2025 (01/01/2025 – 31/12/2025)
- **Potenciales de Calentamiento Global (PCG):** IPCC AR5 – 2013.
- **Usuario previsto de la opinión de la declaración de verificación:** Interno y público en general.
- **Año Base:** 2025. Se cambio de año base.
- **Cambios:** Se ha presentado el cambio por la absorción del negocio de Química Suiza. Adicionalmente se incluyeron en el inventario la fuente: Viajes de Negocios
- **Matriz de Significancia:**
  Se realizó la evaluación de significancia aplicando los siguientes criterios: magnitud, influencia y exactitud de los datos. Fuentes de emisiones significativas: Electricidad comprada.Transporte aguas arriba, Viajes de trabajo aereos, transporte casa trabajo y emisiones por productos comprados
- **Meta:** No se tienen metas establecidas
- **Acciones de Mitigación:** No se han presentado
- **Exclusiones:** Uso de extintores.

Objetivo
El propósito de esta verificación fue revisar de forma independiente, con evidencia objetiva:
- Si todas las emisiones de CO_2 equivalente son las declaradas por la organización en su declaración de GEI y materialmente conforme.
- Si los datos reportados son precisos, completos, coherentes, transparentes y libres de error u omisión material.
- Si la declaración se haya elaborado de acuerdo con la norma ISO 14064-1:2018
- Si la data de la actividad ingresada en la herramienta HC Perú es consistente con los principios antes descritos.

Criterios
Los criterios contra los cuales se realizó la verificación son los requisitos de la **ISO 14064-1:2018 y "HC Perú" del MINAM.**

Materialidad
SGS consideró como requisito para la verificación una materialidad por debajo del 10%, basado en las necesidades de los usuarios previstos de la opinión de la declaración de GEI.

Conclusión
La organización proporcionó su declaración de GEI en base a los requisitos de la ISO 14064-1:2018.
La información de GEI para el 2025, utilizando la herramienta de la propia organización revelando un total de:
Categoría 1 un total de: 2,681.54 toneladas métricas de CO_2 equivalente
Categoría 2 un total de: 12,385.08 toneladas métricas de CO_2 equivalente (Enfoque Location Based)
Categoría 3 un total de: 28,134.00 toneladas métricas de CO_2 equivalente y
Categoría 4 un total de: 308,892.23 toneladas métricas de CO_2 equivalente.

Adicionalmente, las emisiones directas de CO_2 por quema de Biomasa ha sido 0.1856 tCO_2e y 177.06 tCO_2e por HCFC. El detalle de las emisiones de GEI, se expresan en el Anexo 1.

Opinión Modificada:
La organización ha realizado modificaciones solicitadas por lo que actualmente no hay declaraciones erróneas materiales y/o si hay alguna limitación; mencionadas al final, no perjudica la utilidad de la declaración de GEI ni la materialidad.
Dicha declaración, fue verificada por SGS con un nivel de aseguramiento Limitado, y es coherente con los objetivos, criterios y alcance del acuerdo de verificación.

Este documento es un certificado electrónico auténtico para el uso comercial del Cliente únicamente. Está permitida la versión impresa del certificado electrónico y se considerará como una copia. Este documento es emitido por la Compañía sujeto a las Condiciones Generales de SGS de los servicios de certificación disponibles en los términos y condiciones | SGS. Se prestará especial atención sobre las cláusulas de limitación de responsabilidad, indemnización y jurisdicción que contiene. Este documento está protegido por derechos de autor y cualquier alteración, falsificación o modificación no autorizada de su contenido o apariencia es ilegal.

Declaración PE26/00000262, continúa

FARMACIAS PERUANAS S.A.C

En opinión de SGS, en base a los datos y la información dada y los procesos y procedimientos llevados a cabo, concluimos con aseguramiento limitado, que no se tiene evidencia de que:

- No todas las emisiones de CO_2e fueran las declaradas, que la declaración no sea materialmente correcta y no sea una representación justa de los datos e información de GEI.
- La metodología de GEI aplicada no sea conforme con ISO 14064-1:2018
- La Declaración no sea precisa, completa, coherente, transparente y libre de errores materiales u omisiones.

Y se ha evaluado la eficacia de los controles cuando el auditor tiene la intencion de confiar en dichos controles

SGS concluye, que la data de la actividad ingresada en la herramienta HC Perú son precisos, completos, coherentes, transparentes y libres de error u omisión material. Así mismo, SGS ha realizado la verificación de la data de la actividad, acorde a lo anterior, para ser utilizada en la Calculadora "HC Perú" del **MINAM**, y lo cual revela un resultado total dentro de la materialidad del 10% con respecto al calculo con la calculadora de Farmacias Peruanas SAC.

El enfoque de SGS está basado en el riesgo, sobre la base de la comprensión de los riesgos asociados al modelar la información de emisiones de GEI y los controles existentes para mitigar estos riesgos. Nuestro examen incluyó la evaluación, en base a muestreo, de evidencias relevantes del reporte de información de emisiones.

Hemos planificado y realizado nuestro trabajo para obtener la información, explicaciones y evidencias que hemos considerado necesarias para concluir con un nivel de aseguramiento limitada que las emisiones de GEI para el año 2025 son declaradas justamente.

Consideraciones:

- Se ha considerado para los cálculos el potencial de calentamiento global (PCG) el al AR5, puedan utilizar el PCG.
- El Factor de Energía eléctrica se obtuvo del HC Perú MINAM-2025, dicho FE de electricidad incluye las perdidas por transmisión de la red.. El factor utilizado para las sedes en Iquitos se obtuvieron del Sistema Aislado de Iquitos (SAI): 0.7240 kg CO2 /MWh
- Para la herramienta de cálculo se ha considerado los factores "DEFRA" 2025 - UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting, DEFRA 2025 y Open LCA, Ecoinvent, Agribalyse, Healthcare LCA

Oportunidades de mejora

La organización también debe considerar las FAR (solicitudes de acciones de seguimiento) identificadas durante el proceso de auditoria

La organización está en proceso de la determinación de objetivos de reducción e implementación de nuevas actividades de mitigación para la reducción de su huella de carbono.

Esta Opinión debe ser interpretada junto con la declaración de GEI de FARMACIAS PERUANAS S.A.C.

Este documento es un certificado electrónico auténtico para el uso comercial del Cliente únicamente. Está permitida la versión impresa del certificado electrónico y se considerará como una copia. Este documento es emitido por la Compañía sujeto a las Condiciones Generales de SGS de los servicios de certificación disponibles en los términos y condiciones | SGS. Se prestará especial atención sobre las cláusulas de limitación de responsabilidad, indemnización y jurisdicción que contiene. Este documento está protegido por derechos de autor y cualquier alteración, falsificación o modificación no autorizada de su contenido o apariencia es ilegal.

ANEXO 1: EMISIONES ABSOLUTAS – 2025

Fuente de emisión	Emisiones (tCO2eq)	Emisiones CH4 (tCO2eq)	Emisiones N2O (tCO2eq)	Emisiones HFC (tCO2eq)	Total CO2eq	Contribución general
Categoría 1	5.9	0.0	0.0	2,675.6	2,681.54	0.76%
Combustión estacionaria	5.9	0.0	0.0	0.0	5.95	0.00%
Combustión móvil	0.0	0.0	0.0	0.0	0.00	0.00%
Refrigerantes	0.0	0.0	0.0	2,675.6	2,675.60	0.76%
Categoría 2	12,385.1	0.0	0.0	0.0	12,385.08	3.52%
Energía eléctrica	12,385.1	0.0	0.0	0.0	12,385.08	3.52%
Categoría 3	28,134.0	0.0	0.0	0.0	28,134.0	7.99%
Transporte aguas arriba	20,499.9	0.0	0.0	0.0	20,499.94	5.82%
Viajes aéreos	677.2	0.0	0.0	0.0	677.18	0.19%
Transporte casa - trabajo	6,956.9	0.0	0.0	0.0	6,956.92	1.98%
Categoría 4	308,892.23	0.00	0.00	0.00	308,892.23	87.73%
Productos comprados	308,892.2	0.0	0.0	0.0	308,892.23	87.73%
Emisiones totales	349,417.3	0.0	0.0	2,675.6	352,092.90	100.00%

Emisiones Biogénicas	Emisiones en tCO_2
Emisiones Biogénicas de Carbon (Categorias directas e indirectas)	0.1856

Emisiones de otros GEI no regulados por el Protocolo de Kioto	Emisiones en tCO_2e
Hidroclorofluorocarbonos HCFC-22 (R22)	177.06

Note: This statement is issued on behalf of the customer by SGS del Perú SAC ("SGS") in accordance with its General Greenhouse Gas Verification Conditions available at http://www.sgs.com/terms_and_conditions.htm . Recorded results are based on audit performed by SGS. A complete copy of this statement, the results and the supporting GHG statement can be obtained from the Client FARMACIAS PERUANAS S.A.C. This statement does not release the customer from compliance with any federal, national or regional statutes and regulations or any directive issued pursuant to said regulations. Definitions to the contrary are not binding on SGS and SGS shall have no liability vis-à-vis its Customer.

Este documento es un certificado electrónico auténtico para el uso comercial del Cliente únicamente. Está permitida la versión impresa del certificado electrónico y se considerará como una copia. Este documento es emitido por la Compañía sujeto a las Condiciones Generales de SGS de los servicios de certificación disponibles en los términos y condiciones | SGS. Se prestará especial atención sobre las cláusulas de limitación de responsabilidad, indemnización y jurisdicción que contiene. Este documento está protegido por derechos de autor y cualquier alteración, falsificación o modificación no autorizada de su contenido o apariencia es ilegal.

Declaración PE26/00000205

Opinión de Declaración de la Verificación de Gases de Efecto Invernadero

El inventario de las emisiones de Gases de Efecto Invernadero
del **01/01/2025 – 31/12/2025** de la empresa

REAL PLAZA S.R.L.

Av. Punta del Este N°2403, Jesús María, Lima, Peru.

fue verificado con la ISO 14064-3:2019 en cumplimiento con los requisitos de la
ISO 14064-1:2018

Para las siguientes actividades
"ACTIVIDADES DE ALQUILER DE LOCALES Y ADMINISTRACIÓN DE CENTROS COMERCIALES"

Categoría 1: 204.9 toneladas métricas de CO_2 equivalente.
Categoría 2: 9,239.6 toneladas métricas de CO_2 equivalente
Categoría 3: 635.2 toneladas métricas de CO_2 equivalente
Categoría 4: 6,430.76 toneladas métricas de CO_2 equivalente
Categoría 5: 28,016.4 toneladas métricas de CO_2 equivalente

Auditor Líder: Pamela Castillo
Auditor: Nathaly Polanco
Revisión técnica: Soledad Pereira

Fecha de la Declaración de Verificación
Issue 1: 24 de Junio del 2026

Autorizado por
Julio Ubarnes Pinto
Certification Manager

SGS del Perú SAC
Av. Elmer Faucett N° 3348 - Urb. Bocanegra, Callao, Lima - Perú
t (511) 517-1900 - www.sgs.pe

Este documento es un certificado electrónico auténtico para el uso comercial del Cliente únicamente. Está permitida la versión impresa del certificado electrónico y se considerará como una copia. Este documento es emitido por la Compañía sujeto a las Condiciones Generales de SGS de los servicios de certificación disponibles en los términos y condiciones | SGS. Se prestará especial atención sobre las cláusulas de limitación de responsabilidad, indemnización y jurisdicción que contiene. Este documento está protegido por derechos de autor y cualquier alteración, falsificación o modificación no autorizada de su contenido o apariencia es ilegal.

REAL PLAZA S.R.L.

Breve descripción del proceso de verificación
SGS ha sido contratado por REAL PLAZA S.A.C para la verificación de las emisiones de dióxido de carbono equivalente (CO_2e) directas e indirectas (consumo de energía) y otras emisiones indirectas de REAL PLAZA en su declaración de GEI en el "INFORME FINAL HUELLA DE CARBONO REAL PLAZA 2025"

Roles y Responsabilidades
La Jefatura de Gestión Ambiental de REAL PLAZA es responsable del sistema de información de GEI de la organización, del desarrollo y mantenimiento de registros y del procedimiento de reporte de acuerdo con este sistema, incluyendo el cálculo, la información y las emisiones de GEI reportadas.
Es responsabilidad de SGS expresar una opinión de la declaración de GEI independiente de las emisiones de GEI dadas por REAL PLAZA en su declaración de GEI para el 2025.

SGS ejecutó una verificación de tercera parte según los requisitos de la ISO 14064-3:2019 de la declaración de GEI dada para el 2025. Esta Norma Internacional requiere que cumplamos requisitos éticos, planifiquemos y realicemos la verificación para obtener aseguramiento limitado de las emisiones, las remociones y el almacenamiento de GEI en el lugar estén exentas de declaraciones erróneas materiales. La evaluación incluyó recorrido por las instalaciones (Mall Salaverry y Primavera), la revisión de documentos y registros y entrevistas al personal. La verificación se basó en el alcance, objetivo y criterio de verificación del acuerdo entre REAL PLAZA y SGS con propuesta PE.ESG.2026000088.

Nivel de Aseguramiento
El nivel de aseguramiento acordado es Limitado.

Alcance
REAL PLAZA contrató una verificación independiente por SGS de sus emisiones de CO_2e reportadas de su gestión, para establecer conformidad con los requisitos de ISO 14064-1: 2018 dentro del alcance de verificación detallado a continuación. Datos e información de soporte para la opinión de la declaración de GEI fueron de naturaleza histórica, proyectada e hipotética, y demostrados con evidencia.

Este acuerdo cubre la verificación de emisiones de fuentes antropogénicas de GEI incluidas dentro de los límites de la organización y cumple con los requisitos de ISO 14064-1:2018.

- Límites Organizacionales: Enfoque de control operacional
- Descripción de actividades: Actividades de alquiler de locales y administración de centros comerciales
- Ubicación/Límites de las actividades: Al cierre del año - 31 de diciembre del 2025
  - 1 oficina administrativa en Jesús María (dentro del Mall Salaverry)
  - 20 centros comerciales (Arequipa; Cajamarca; Centro Cívico; Chiclayo; Cusco; Guardia Civil; Huancayo; Huánuco; Juliaca; Nuevo Chimbote; Piura; Primavera; Pro; Pucallpa; Puruchuco; Salaverry; Santa Clara; Sullana; Trujillo; Villa María).
- Infraestructura física, actividades, tecnologías y procesos de la organización: Sedes administrativas, centros comerciales.
- Fuentes de GEI incluidas:
  Categoría 1 - Emisiones directas
  Emisiones fugitivas: gases refrigerantes
  Emisiones estacionarias y móviles: generadores eléctricos, maquinarias móviles (barredora).
  Categoría 2 - Emisiones indirectas por energía: Electricidad comprada del SEIN
  Categoría 3 - Emisiones Indirectas de GEI causadas por el transporte
  Emisiones generadas por: taxis pagados por la empresa, viajes en avión.
  Categoría 4- Emisiones indirectas de GEI por productos utilizados por la organización
  Emisiones energéticas no incluidas, consumibles generales, consumo de agua, generación de residuos, activos fijos.
  Categoría 5 - Alcance 3 – Emisiones indirectas de GEI asociadas al uso de productos de la organización:
  Activos arrendados aguas abajo (electricidad, GLP para los locatarios).

Este documento es un certificado electrónico auténtico para el uso comercial del Cliente únicamente. Está permitida la versión impresa del certificado electrónico y se considerará como una copia. Este documento es emitido por la Compañía sujeto a las Condiciones Generales de SGS de los servicios de certificación disponibles en los términos y condiciones | SGS. Se prestará especial atención sobre las cláusulas de limitación de responsabilidad, indemnización y jurisdicción que contiene. Este documento está protegido por derechos de autor y cualquier alteración, falsificación o modificación no autorizada de su contenido o apariencia es ilegal.

- **GEI incluidos:** CO_2, N_2O, CH_4 y HFC. No se tiene PFC, SF_6 ó NF_3. Separadamente se incluyen las emisiones por quema de biomasa y HCFC (si aplican)
- Información GEI fue verificada para el siguiente periodo: Año calendario 2025 (01/01/2025 – 31/12/2025)
- Potenciales de Calentamiento Global (PCG): IPCC AR5 – 2013.
- Usuario previsto de la opinión de la declaración de verificación: Interno y público en general.
- **Cambios:** No se tienen cambios significativos para el INV2025.
- **Año Base:** 2023
- **Matriz de Significancia:** Se ha elaborado la matriz de significancia, con criterios de magnitud, influencia y exactitud.
- **Meta:** No se tienen metas establecidas.
- **Acciones de Mitigación:** No se registran.
- **Exclusiones:**
  Categoría 1: Emisiones fugitivas (gas de extintores) porque no son materiales.
  Categorías 3, 4 y 5: transporte casa trabajo, transporte terrestre, transporte de clientes y visitantes.

Objetivo
El propósito de esta verificación fue revisar de forma independiente, con evidencia objetiva:
- Si todas las emisiones de CO_2 equivalente son las declaradas por la organización en su declaración de GEI y materialmente conforme.
- Si los datos reportados son precisos, completos, coherentes, transparentes y libres de error u omisión material.
- Si la declaración se haya elaborado de acuerdo con la norma ISO 14064-1:2018

Criterios
Los criterios contra los cuales se realizó la verificación son los requisitos de la **ISO 14064-1:2018 HC Perú de Minam.**

Materialidad
SGS consideró como requisito para la verificación una materialidad por debajo del 10%, basado en las necesidades de los usuarios previstos de la opinión de la declaración de GEI.

Conclusión
La organización proporcionó su declaración de GEI en base a los requisitos de la ISO 14064-1:2018.
Categoría 1: 204.9 toneladas métricas de CO_2 equivalente.
Categoría 2: 9,239.6 toneladas métricas de CO_2 equivalente
Categoría 3: 635.2 toneladas métricas de CO_2 equivalente
Categoría 4: 6,430.76 toneladas métricas de CO_2 equivalente
Categoría 5: 28,016.4 toneladas métricas de CO_2 equivalente

Adicionalmente, las emisiones directas de CO_2 por quema de Biomasa directa de 2.58 tCO_2. El detalle de las emisiones de GEI, se expresan en el Anexo 1.

Este documento es un certificado electrónico auténtico para el uso comercial del Cliente únicamente. Está permitida la versión impresa del certificado electrónico y se considerará como una copia. Este documento es emitido por la Compañía sujeto a las Condiciones Generales de SGS de los servicios de certificación disponibles en los términos y condiciones | SGS. Se prestará especial atención sobre las cláusulas de limitación de responsabilidad, indemnización y jurisdicción que contiene. Este documento está protegido por derechos de autor y cualquier alteración, falsificación o modificación no autorizada de su contenido o apariencia es ilegal.

REAL PLAZA S.R.L

Opinión Modificada:
La organización ha realizado modificaciones solicitadas por lo que actualmente no hay declaraciones erróneas materiales y/o si hay alguna limitación; mencionadas al final, no perjudica la utilidad de la declaración de GEI ni la materialidad.
Dicha declaración, fue verificada por SGS con un nivel de aseguramiento Limitado, y es coherente con los objetivos, criterios y alcance del acuerdo de verificación.

En opinión de SGS, en base a los datos y la información dada y los procesos y procedimientos llevados a cabo, concluimos con aseguramiento limitado, que no se tiene evidencia de que:

- No todas las emisiones de CO_2eq fueran las declaradas, que la declaración no sea materialmente correcta y no sea una representación justa de los datos e información de GEI.
- La metodología de GEI aplicada no sea conforme con ISO 14064-1:2018
- La Declaración no sea precisa, completa, coherente, transparente y libre de errores materiales u omisiones.

Así mismo, SGS ha realizado la verificación de la data de la actividad, para ser utilizada en la Calculadora "HC Perú" del MINAM, que revela un resultado que está dentro de la materialidad del 10%.
SGS concluye, que la data de la actividad ingresada en la herramienta HC Perú son precisos, completos, coherentes, transparentes y libres de error u omisión material.

El enfoque de SGS está basado en el riesgo, sobre la base de la comprensión de los riesgos asociados al modelar la información de emisiones de GEI y los controles existentes para mitigar estos riesgos. Nuestro examen incluyó la evaluación, en base a muestreo, de evidencias relevantes del reporte de información de emisiones.

Consideraciones:

- Para el cálculo de la Electricidad se utiliza el Factor de emisión de la herramienta de "HC Perú" del MINAM 2025, dicho FE de electricidad incluye las pérdidas por transporte y distribución.
- Se está utilizando como Potencial de Calentamiento Global AR5 ya que en la Plataforma de Huella de Carbono Perú se utiliza AR5.
- En la calculadora Propia de la organización se han considerado los siguientes factores de emisión: IPCC 2006; Ecoinvent 3.11; DEFRA 2018.

Esta Opinión debe ser interpretada junto con la declaración de GEI de REAL PLAZA S.R.L

Este documento es un certificado electrónico auténtico para el uso comercial del Cliente únicamente. Está permitida la versión impresa del certificado electrónico y se considerará como una copia. Este documento es emitido por la Compañía sujeto a las Condiciones Generales de SGS de los servicios de certificación disponibles en los términos y condiciones | SGS. Se prestará especial atención sobre las cláusulas de limitación de responsabilidad, indemnización y jurisdicción que contiene. Este documento está protegido por derechos de autor y cualquier alteración, falsificación o modificación no autorizada de su contenido o apariencia es ilegal.

REAL PLAZA PERU S.A.C

ANEXO 1: EMISIONES ABSOLUTAS – 2025

Fuente de emisión	Emisiones (tCO2eq)	Emisiones CH4 (tCO2eq)	Emisiones N2O (tCO2eq)	Emisiones HFC (tCO2eq)	Total CO2eq	Contribución general
Categoría 1	81.4	0.3	0.2	123.1	204.9	0.46%
Combustión estacionaria - Energía	81.3	0.3	0.2	0.0	81.86	0.18%
Combustión móvil	0.0	0.0	0.0	0.0	0.01	0.00%
Refrigerantes	0.0	0.0	0.0	123.1	123.1	0.28%
Categoría 2	9,239.6	0.0	0.0	0.0	9,239.6	20.75%
Energía eléctrica	9,239.6	0.0	0.0	0.0	9,239.6	20.75%
Categoría 3	635.2	0.0	0.0	0.0	635.2	1.43%
Viajes aéreos	611.3	0.0	0.0	0.0	611.3	1.37%
Taxis contratados	24.0	0.0	0.0	0.0	24.0	0.05%
Categoría 4	6,430.76	0.00	0.00	0.00	6,430.76	14.44%
Emisiones relacionadas con energía no incluidas en Categoría 1 y 2	2,238.9	0.0	0.0	0.0	2,238.9	5.03%
Consumibles	330.1	0.0	0.0	0.0	330.1	0.74%
Consumo de agua	387.4	0.0	0.0	0.0	387.4	0.87%
Activos fijos	1,782.3	0.0	0.0	0.0	1,782.3	4.00%
Residuos generados	1,692.1	0.0	0.0	0.0	1,692.1	3.80%
Categoría 5	28,016.4	0.0	0.0	0.0	28,016.4	62.92%
Activos arrendados aguas abajo	28,016.4	0.0	0.0	0.0	28,016.4	62.92%
Emisiones totales	43,768.1	0.3	0.2	123.1	44,526.86	100.00%

Emisiones Biogénicas	Emisiones en tCO2
Emisiones Biogénicas	2.58
Emisiones de otros GEI no regulados por el Protocolo de Kioto	**Emisiones en tCO2e**
Hidroclorofluorocarbonos HCFC-22 (R22)	0.0

Note: This statement is issued on behalf of the customer by SGS del Perú SAC ("SGS") in accordance with its General Greenhouse Gas Verification Conditions available at http://www.sgs.com/terms_and_conditions.htm . Recorded results are based on audit performed by SGS. A complete copy of this statement, the results and the supporting GHG statement can be obtained from the Client. This statement does not release the customer from compliance with any federal, national or regional statutes and regulations or any directive issued pursuant to said regulations. Definitions to the contrary are not binding on SGS and SGS shall have no liability vis-à-vis its Customer.

Este documento es un certificado electrónico auténtico para el uso comercial del Cliente únicamente. Está permitida la versión impresa del certificado electrónico y se considerará como una copia. Este documento es emitido por la Compañía sujeto a las Condiciones Generales de SGS de los servicios de certificación disponibles en los términos y condiciones | SGS. Se prestará especial atención sobre las cláusulas de limitación de responsabilidad, indemnización y jurisdicción que contiene. Este documento está protegido por derechos de autor y cualquier alteración, falsificación o modificación no autorizada de su contenido o apariencia es ilegal.