

Reporte de Sostenibilidad 2024



Índice

CARTA DEL CEO	3
SUCESO EN REAL PLAZA	5
SOBRE EL REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2024	7
SOBRE INRETAIL PERÚ CORP.	8
DESEMPEÑO ECONÓMICO	40
INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL	45
SOSTENIBILIDAD	55
NUESTRAS PERSONAS	70
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO	94
NUESTROS CLIENTES	103
NUESTROS PROVEEDORES	115
NUESTRA COMUNIDAD	127
PLANETA	133
CRÉDITOS E INFORMACIÓN CORPORATIVA	157
ANEXOS	158
ANEXO I: RECURSOS HUMANOS	158
ANEXO II: ANÁLISIS DE MATERIALIDAD	175
ANEXO III: ÍNDICE GRI	178

Carta del CEO

Estimados grupos de interés:

Es un honor presentar el Informe de Sostenibilidad 2024 de InRetail Perú Corp. En InRetail, reconocemos que nuestras responsabilidades van más allá de las operaciones comerciales: somos conscientes del compromiso que tenemos de operar con transparencia e integridad en todos los aspectos de nuestro desempeño ambiental, social y de gobernanza (ESG).

Este informe refleja nuestro compromiso continuo con las prácticas comerciales sostenibles. A lo largo del año, hemos evaluado constantemente nuestro impacto, reforzando nuestras estrategias y alineando nuestras acciones con las expectativas de las partes interesadas y el panorama global de la sostenibilidad en constante evolución. El informe recoge tanto los hitos del año pasado como nuestra visión de futuro: una visión en la que el desempeño está vinculado al propósito, creando valor a largo plazo para nuestros empleados, clientes, proveedores y las comunidades a las que servimos.

Antes de presentar nuestro desempeño en 2024, consideramos importante informar que en febrero de 2025 ocurrió un trágico acontecimiento en el Real Plaza de Trujillo, el cual ocasionó la pérdida de vidas humanas y dejó a varias personas heridas. Reiteramos nuestro más sentido pésame a las familias de las víctimas y a todas las personas afectadas por este suceso. Nuestros esfuerzos se han enfocado en brindar apoyo a las víctimas, sus familias y a todas las personas afectadas. Hemos mantenido una presencia continua con ellos, sin escatimar recursos en atención médica, tratamiento y recuperación. Paralelamente, seguimos trabajando estrechamente con las autoridades, ya que estamos profundamente comprometidos con comprender y esclarecer las causas de este incidente.

Pasando a los resultados de nuestro negocio, seguimos comprometidos con nuestra estrategia de mantener y reforzar modelos de negocio resilientes y responsables. En 2024, InRetail Perú reforzó su liderazgo a través de la innovación, operaciones sostenibles y un compromiso social más profundo, ampliando el acceso a bienes y servicios esenciales e impulsando iniciativas clave de sostenibilidad.

Nuestro negocio de Food Retail superó las 1,250 tiendas Mass, abrió una nueva tienda Makro, mejoró la infraestructura logística y fortaleció nuestra plataforma digital de Food Retail, con un crecimiento superior al 16%. Por su parte, nuestro negocio Farmacéutico alcanzó las 2,400 farmacias e incrementó las ventas digitales en más de un 25% y comenzó la construcción de nuestro nuevo Centro de Distribución para apoyar el crecimiento futuro e integrar las operaciones.

Nuestras iniciativas de sostenibilidad siguen generando un impacto significativo en las comunidades a las que servimos. A través de nuestra iniciativa insignia Bueno por Dentro (BxD), abordamos la inseguridad alimentaria llegando a más de 110,000 beneficiarios en 168 tiendas de 18 regiones. Solo en 2024, rescatamos y donamos 18.5 millones de raciones de alimentos, proporcionando nutrición esencial a las poblaciones vulnerables. Para muchos beneficiarios, estas comidas representan su principal fuente de alimentos de calidad, lo que subraya el papel fundamental del programa en la mejora del bienestar de la comunidad.

Para reforzar aún más el programa, llevamos a cabo una auditoría exhaustiva y un censo de las organizaciones sociales participantes. Esto nos permitió optimizar los procesos operativos y mejorar la seguridad alimentaria, la eficiencia de la distribución y la sostenibilidad. También implementamos un nuevo modelo de estimación del coste de las raciones basado en los nutrientes, que contribuye a optimizar la distribución de alimentos y la ingesta calórica de nuestros beneficiarios.

Para fortalecer el acceso a la atención médica, nuestro segmento Farmacéutico mejoró la accesibilidad a través del Plan de Apoyo al Paciente (PAP), que benefició a 85,000 usuarios registrados al facilitarles el acceso a los tratamientos necesarios. Paralelamente, la iniciativa Farmacia Vecina, desarrollada en colaboración con EsSalud y Salog, permitió que más de 1,000 farmacias afiliadas dispensaran medicamentos esenciales. Este esfuerzo redujo significativamente las cargas de transporte para los pacientes crónicos y ayudó a garantizar la continuidad de la atención en comunidades de todo el país.

Impulsando el empoderamiento económico, nuestra división de Shopping Malls mantuvo su compromiso de apoyar el emprendimiento local a través de La Placita del Emprendimiento y las Ferias Locales, creando oportunidades económicas para 1,535 emprendedores y generando S/6.47 millones en ventas de pymes. Además, nuestras campañas de salud, implementadas en 15 Shopping Malls, proporcionaron a 33,951 personas acceso a 11 especialidades médicas, incluidos servicios de donación de sangre, lo que reforzó nuestro papel como centro de salud comunitario.

También logramos avances significativos en el frente medioambiental. En nuestro negocio de Retail, las iniciativas de eficiencia energética incluyeron la instalación de iluminación LED en todas las tiendas de plazaVea, el monitoreo de energía en tiempo real en 28 locales y la implementación de paneles solares en plazaVea Moquegua, que generan 220,000 kWh.

En Pharma Retail y Distribución, redujimos el consumo energético en un 30% en 2,400 farmacias y reforzamos nuestro compromiso con el abastecimiento de energía limpia a través de Certificados de Energía Renovable (REC) en el nuevo Centro de Distribución.

Nuestro segmento de Shopping Malls también avanzó en su agenda de eficiencia energética. Real Plaza Salaverry llevó a cabo su primera auditoría energética y alcanzó una cobertura del 97% de los inquilinos con medidores eléctricos automatizados, sentando las bases para una gestión más eficiente de la energía en toda la cartera.

Nuestro compromiso colectivo con la sostenibilidad fue reconocido oficialmente por el Ministerio del Ambiente del Perú (MINAM). Real Plaza recibió dos Estrellas de Huella de Carbono por sus avances en la medición y verificación de emisiones, mientras que Supermercados Peruanos, Farmacias Peruanas y Química Suiza obtuvieron 3 estrellas por medir, verificar y reducir con éxito sus emisiones de gases.

Para reforzar aún más nuestra estrategia de sostenibilidad, InRetail Perú se unió a la Red de Aprendizaje Euroclima para Sistemas de Gestión Energética, lo que supone un hito importante en nuestro camino hacia la institucionalización de la eficiencia energética en todas nuestras operaciones. Con la cofinanciación de Euroclima y GIZ, estamos implementando un Sistema de Gestión Energética (SGEn) integral según la norma ISO 50001, que garantiza la optimización energética estructurada en todas las unidades de negocio.

Al mismo tiempo, la innovación sigue siendo fundamental en nuestro enfoque ESG. En 2024, ampliamos nuestros esfuerzos de transformación digital con la puesta en marcha de un programa de formación y mejora de las competencias en IA de cuatro meses de duración. La colaboración con Google y Microsoft ha acelerado aún más nuestra capacidad para integrar la eficiencia impulsada por la IA en la logística, la gestión de residuos y la interacción con los clientes, mejorando tanto la resiliencia operativa como la sostenibilidad.

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a nuestros empleados, socios y otras partes interesadas por su compromiso con nuestra misión común. Juntos, seguiremos convirtiendo los retos en oportunidades y creando valor duradero para las comunidades a las que estamos orgullosos de servir.

Juan Carlos Vallejo
CEO de InRetail Perú Corp.

Suceso en Real Plaza

En InRetail Perú Corp. lamentamos profundamente el trágico suceso ocurrido en Real Plaza Trujillo. Desde el primer momento, nuestra prioridad ha sido brindar apoyo integral a los afectados y sus familias. También hemos colaborado activamente con las autoridades para esclarecer las causas de este desafortunado incidente y para implementar todas las medidas necesarias para evitar que se repitan situaciones similares en el futuro. Además, reafirmamos nuestro compromiso con la transparencia, la responsabilidad y, sobre todo, con la seguridad en todos nuestros Shopping Malls. A continuación, compartimos las medidas tomadas tras el incidente del viernes 21 de febrero de 2025:

Primeras respuestas

- Proporcionamos todas las herramientas disponibles, así como apoyo logístico y recursos (alimentos, agua, etc.) a los equipos de rescate para que pudieran llevar a cabo su trabajo.
- Cumplimos íntegramente con todas las solicitudes de las autoridades para la investigación, garantizando que tuvieran acceso a toda la información necesaria para esclarecer el origen de los hechos.
- Desde el primer momento, priorizamos la atención a las víctimas y sus familias, estableciendo una comunicación inmediata y garantizando la cobertura de los gastos médicos, hospitalarios, de recuperación y de indemnización material y personal de todos los afectados.

Apoyo a las víctimas

- Desde el inicio, activamos nuestro protocolo de emergencia con un objetivo: priorizar la atención a todas las personas afectadas y garantizar que recibieran la ayuda que necesitaban.
- Se inició inmediatamente un registro de todas las víctimas del accidente, independientemente de la gravedad del impacto, con el fin de dar cobertura a todas las personas afectadas, estuvieran hospitalizadas o no. En las primeras 48 horas, el equipo logró registrar al 90% de las víctimas visitando los hospitales y centros médicos de la zona. Además, se realizaron esfuerzos para difundir los canales de apoyo a las víctimas a través de los medios de comunicación.
- Para llegar a las víctimas que aún no habían sido identificadas, se estableció una línea de ayuda disponible las 24 horas del día, los 7 días de la semana, para que cualquier persona afectada o sus familiares pudieran ponerse en contacto con Real Plaza.
- Se formó un equipo de 30 personas (22 trabajadores sociales y 8 personal de apoyo) para atender a todas las víctimas. Los trabajadores sociales realizaron visitas diarias a los pacientes en hospitales y clínicas, poniéndose a su disposición y atendiendo todas sus necesidades (atención médica, medicamentos, prótesis, gastos logísticos, materiales y de cuidados, etc).
- El equipo de apoyo se puso en contacto con cada persona afectada y sus familias para comprender su situación, evaluar los daños personales y materiales y garantizar el seguimiento de todas las solicitudes en coordinación con el equipo de asistencia social.
- Se cubrieron todos los gastos incurridos y se firmaron acuerdos con las dos clínicas más importantes de la zona (Sanna y San Pablo) para la atención continua de las víctimas.

- Se prestó apoyo psicológico a las personas afectadas y actualmente se está realizando un seguimiento de los casos en curso.
- Se asignó un fondo inicial de 20 millones de soles para la atención médica de las víctimas. Este fondo ha sido gestionado por una entidad externa y de prestigio, La Fiduciaria, supervisada por la Superintendencia de Banca y Seguros.

Infraestructura e investigaciones

- Una vez rescatadas las víctimas, se proporcionó toda la maquinaria disponible para retirar los escombros y evitar nuevos accidentes.
- Las operaciones en todos los Shopping Malls se suspendieron durante dos días tras el suceso para rendir homenaje a las víctimas.
- A la fecha, el Shopping Malls permanece cerrado, a la espera de que las autoridades concluyan las investigaciones.
- Además de cooperar plenamente con la fiscalía en la investigación del incidente, hemos llevado a cabo investigaciones internas y contratado a expertos independientes para analizar a fondo las causas del accidente y reforzar aún más las medidas de seguridad en todos nuestros establecimientos.
- Hemos puesto en marcha un plan de inspección estructural que incluye una revisión exhaustiva de todas nuestras instalaciones en todo el país en colaboración con profesionales especializados.
- Estamos trabajando para reforzar nuestro proceso de diseño y construcción con el fin de complementar nuestras prácticas actuales, como el establecimiento de criterios de diseño, las revisiones por pares, la estandarización de los proveedores críticos y la supervisión técnica especializada.
- Hemos revisado nuestros protocolos de emergencia, optimizado nuestros procedimientos de evacuación y respuesta ante desastres, y hemos impartido formación actualizada a nuestros equipos (tanto al personal como a terceros) tal y como se establece en nuestros procedimientos internos de emergencia. Esta formación será continua para garantizar una preparación constante.
- Las causas del accidente siguen siendo investigadas por las autoridades, con las que colaboramos diligentemente.

Medios de comunicación y transparencia

- Hemos mantenido una comunicación constante e inmediata a través de los canales de redes sociales de Real Plaza, compartiendo continuamente nuestra posición de apoyo inmediato a las víctimas y nuestra colaboración con las autoridades.
- Representantes de Real Plaza han participado en entrevistas con medios de comunicación nacionales y regionales para proporcionar información de primera mano sobre el suceso y las medidas que se están aplicando.
- También asistimos a sesiones en el Congreso y otras instituciones para informar sobre las medidas adoptadas y el estado del apoyo a los afectados.
- Se han celebrado sesiones de comunicación interna con el equipo de Real Plaza, lideradas por el director general y Juan Carlos Vallejo, director ejecutivo de InRetail.
- Varios representantes de Real Plaza e Intercorp han hablado con la prensa y los inversores para responder con total transparencia a las preguntas y preocupaciones sobre el incidente.

Como organización, nos tomamos este asunto con la máxima seriedad. Como empresa, nos comprometemos a permanecer atentos a las necesidades sanitarias de las víctimas y a apoyar a las autoridades durante todo el proceso de identificación de las causas y las medidas correctivas. Seguiremos trabajando para reforzar todas las medidas posibles para garantizar la seguridad de nuestros Shopping Malls.

Sobre el Reporte de Sostenibilidad 2024

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

Publicamos anualmente nuestro Informe de Sostenibilidad, reafirmando nuestro compromiso con la transparencia y la rendición de cuentas en materia de desempeño ambiental, social y de gobernanza (ESG). La edición de 2024 presenta una revisión exhaustiva de nuestros avances, garantizando la alineación con nuestro ciclo de información corporativa e integrando los últimos avances en nuestra estrategia de sostenibilidad.

Este informe ha sido elaborado de conformidad con las Normas de la Global Reporting Initiative (GRI) para el periodo comprendido entre el 1 de enero de 2024 y el 31 de diciembre de 2024, lo que garantiza una divulgación de la información sobre sostenibilidad alineada con los estándares internacionales.

Además, nos alineamos con los indicadores SASB pertinentes (por unidad de negocio) y con el Best in Class de S&P Global, lo que garantiza una evaluación exhaustiva de nuestro desempeño ESG.

Ámbito del informe

Las entidades incluidas en nuestros estados financieros consolidados anuales corresponden a nuestras unidades de negocio principales:

- Food Retail
- Pharma Retail y Distribución
- Shopping Malls
- Operaciones digitales

Esto garantiza que nuestra estrategia de sostenibilidad y nuestra información abarquen todos los aspectos relevantes de nuestras operaciones, respondiendo a las expectativas cambiantes de los grupos de interés y a las tendencias del sector. Se incluyen todas las actividades consolidadas a efectos de información financiera.

Garantía y verificación

(GRI 2-5)

Para mantener la trazabilidad y la precisión, esta edición ha sido auditada externamente por Valora Consultores, lo que refuerza nuestro compromiso con la integridad de los datos y la rendición de cuentas. Las secciones auditadas se divulgan en pleno cumplimiento de las Normas GRI y SASB, lo que garantiza la fiabilidad y la transparencia de la información.

Capítulo	Contenido verificado	Página
Sostenibilidad	Proceso de materialidad	50
Planeta	Consumo de energía	139
Planeta	Consumo de agua	139
Planeta	Gestión de residuos	144
Planeta	Generación de desperdicio de alimentos	144
Planeta	Huella de carbono	134
Nuestra gente	Equidad salarial	64
Salud y seguridad en el trabajo	LTIFR	151
Salud y seguridad en el trabajo	Fatalidades	152

Contacto y más información

Para consultas sobre este informe y nuestra gestión de la sostenibilidad, póngase en contacto con:

Isabella D'Angelo

Gerente de Sostenibilidad Corporativa

Isabella.Dangelo@intercorpretail.pe

Sobre InRetail Perú Corp.

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

InRetail Perú Corp. es la plataforma retail líder en Perú, con presencia en las 25 regiones del país. Como actor clave en el panorama económico nacional, no solo somos testigos de su transformación positiva, sino que la impulsamos activamente. Nuestro compromiso va más allá de ofrecer productos y servicios de alta calidad: queremos crear un valor económico y social significativo en todas nuestras operaciones.

Resumen DE DESEMPEÑO 2024

37.6% son hombres, mientras
que el 62.4% son mujeres ¹
87% son proveedores locales ²
688 m² de área total de ventas y
ubicadas en 28 regiones ⁴



Food Retail

EMPRESAS



MARCAS



Pharma

EMPRESAS



MARCAS



Digital

EMPRESAS



MARCAS



Malls

EMPRESAS

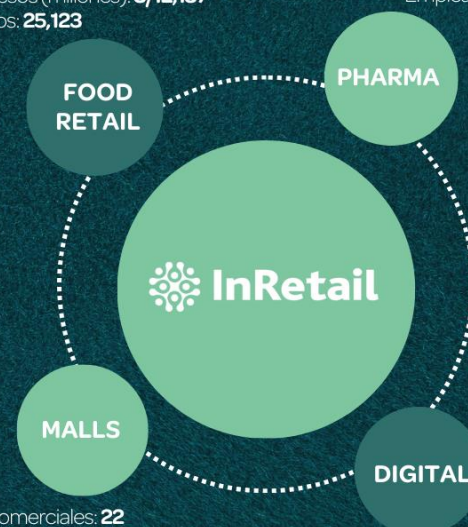


MARCAS



- Tiendas: **1,388**
- Áreas de venta: **675 km²**
- Presencia en regiones: **18**
- 2024 ingresos (millones): **S/12,137**
- Empleados: **25,123**

- Tiendas: **2,400**
- Promedio de m² por tienda: **120 m²**
- Presencia en regiones: **24**
- 2024 ingresos (millones): **S/8,810**
- Empleados: **19,251**



- Centros comerciales: **22**
- Área arrendable: **860 km²**
- Presencia en regiones: **13**
- 2024 ingresos (millones): **S/812**
- Empleados: **476**

Nuestras principales unidades de negocio

(GRI 2-6)

Operamos un modelo de negocio resiliente con una plataforma multiformato diversificada en todas nuestras unidades de negocio, lo que nos permite llevar a cabo operaciones sólidas que garantizan la sostenibilidad a largo plazo y la creación de valor. Nuestra estrategia se basa en dos pilares fundamentales: precios bajos todos los días (EDLP) y un fuerte enfoque en las categorías principales. Este enfoque ha impulsado un crecimiento y una rentabilidad significativos en nuestro segmento de Food Retail, superando constantemente las expectativas.

Nuestro segmento de venta retail de productos farmacéuticos y B2B sigue liderando el sector en rentabilidad, respaldado por el aumento de los márgenes. Por su parte, nuestro segmento de Shopping Malls mantiene su resiliencia, con altos niveles de ocupación incluso en un contexto en el que ganan terreno métodos de compra alternativos, como el comercio electrónico. Al mismo tiempo, nuestro segmento digital está experimentando un crecimiento dinámico, adaptándose rápidamente a las demandas del mercado y a las preferencias cambiantes de los consumidores para mejorar nuestra presencia omnicanal.

Unidad de negocio	FOOD RETAIL	PHARMA RETAIL AND B2B	SHOPPING MALLS	DIGITAL
Marcas	- Vivanda - plazaVea - Mass - Makro - Oslo - Jokr	- Inkafarma - Mifarma - Química Suiza	- Real Plaza - Plaza Center	- Agora - InDigital XP
Nombres de empresas	- 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. - Química Suiza S.A.C. - Vantive S.A.C.	Real Plaza S.R.L.	- InDigital S.A.C - Agora Servicios Digitales S.A.C

Food Retail

Somos la empresa líder en distribución retail de alimentos en Perú, ocupando el primer lugar tanto en ventas como en número de tiendas a través de nuestras marcas plazaVea, Vivanda, Mass, Makro y JOKR. Nuestras operaciones incluyen centros logísticos estratégicamente ubicados que garantizan una distribución eficiente y la gestión del inventario en todo el país, así como plantas de fabricación.

Esta unidad de negocio opera con una plataforma multiformato que comprende hipermercados, supermercados, tiendas de descuento y tiendas cash and carry. Esto nos permite ofrecer una amplia gama de productos, niveles de precios y experiencias de compra adaptadas a las diversas necesidades de nuestros clientes. Esta flexibilidad refuerza nuestra capacidad para atender a una amplia base de consumidores, manteniendo la eficiencia y la competitividad.

La visión estratégica de InRetail Perú Corp sigue centrada en reforzar aún más su posición en el sector retail de la alimentación. Desde 2016, hemos perfeccionado nuestra visión estratégica, pasando de un modelo de descuento por volumen a la implementación de una estrategia de «precios bajos todos los días». Esta estrategia no solo beneficia a nuestros clientes al garantizar precios asequibles de forma constante, sino que también mejora nuestra sostenibilidad a largo plazo al fomentar relaciones sólidas y colaborativas dentro de nuestra cadena de suministro.

Gracias a la estrecha colaboración con nuestros proveedores para reducir precios y costes, hemos ganado cuota de mercado y nos hemos consolidado como líderes en bienes de consumo esenciales.

Hitos 2024:

- **Liderazgo en el sector:** mantuvimos nuestra posición como empresa líder en el segmento de la Food Retail en Perú.
- Abrimos 350 tiendas Mass, alcanzando un total de 1,250 tiendas en todo el país, y 1 tienda Makro.
- **Redes logísticas:** ampliamos nuestra red logística en provincias clave para apoyar el crecimiento de nuestras tiendas retails de alimentos y abrimos tres nuevos centros de distribución para fortalecer nuestras operaciones en el formato Mass.
- **Operaciones descentralizadas:** reforzamos nuestro centro logístico en Piura, reduciendo la dependencia de Lima y mejorando la eficiencia de la distribución regional.
- **Crecimiento digital:** nuestras ventas digitales de alimentos aumentaron un 16%¹.

Colaboración con proveedores internacionales comprometidos con el bienestar animal:

- Nos hemos asociado con proveedores internacionales que cumplen con estrictas prácticas de bienestar animal y prácticas de manejo responsable.

Desarrollo de productos saludables:

- En 2024, nuestras categorías de alimentos preparados, panadería y pastelería experimentaron un crecimiento del 4% en opciones de productos saludables, incluyendo alternativas veganas, sin lactosa y sin gluten.

Cadena de valor del Food Retail

(GRI 2-6)

1. Gestión de la adquisición y el suministro
2. Almacenamiento y distribución
3. Gestión de operaciones en tienda

¹ Solo se tienen en cuenta las categorías de alimentos, incluidas las operaciones de comercio electrónico y de última milla.

4. Ventas y servicio al cliente

Centros logísticos en Food Retail

Nuestra red de distribución es conocida por su agilidad y eficiencia, respaldada por una infraestructura logística bien establecida para dar soporte a las operaciones en todo el país. Para abastecer nuestras operaciones, colaboramos con múltiples proveedores, incluida nuestra filial Oslo.

OSLO: Fortalecimiento de nuestra red logística

Oslo opera cinco centros de distribución ubicados en las regiones de Arequipa, La Libertad, Lima y Piura. En 2024, consolidamos nuestro centro logístico en Piura, una región crítica en el norte de Perú debido a su proximidad de 30 km al puerto de Paita, el segundo puerto más importante del país.

De cara al 2025, nuestro objetivo es seguir fortaleciendo nuestra infraestructura logística con nuevos centros de almacenamiento, incluido un almacén de 11,500 m² en Piura, uno de los más grandes de la provincia. Además, nuestras operaciones en Punta Negra, Lima, destacan como nuestro mayor centro logístico, con una impresionante superficie de 93,000 m². Hemos diversificado nuestras operaciones para incluir productos de alta rotación. Nuestros proveedores ya han establecido redes de distribución en las provincias, lo que nos permite recibir la mercancía directamente en regiones con una alta concentración de tiendas. Esto permite una logística más eficiente, ya que tanto los productos entregados por los proveedores como los importados se distribuyen directamente desde estos centros provinciales.

Además, Oslo opera tres centros de transferencia cross-dock en Lima, lo que garantiza el reabastecimiento continuo de nuestras tiendas Mass. También gestiona un centro de fabricación dedicado a la producción de productos de panadería y comidas listas para consumir. En cuanto a las importaciones, hemos comenzado a descentralizar las operaciones desde Callao, el principal puerto de Lima, para reducir la dependencia y optimizar la logística. Estamos ampliando nuestras operaciones hacia el norte, ya que es la única región que recibe con frecuencia envíos de contenedores. Este proceso se lleva a cabo mediante una estrategia de grupaje en origen para aumentar la frecuencia de los envíos y mejorar la eficiencia de la cadena de suministro.

Objetivo para 2025:

En 2025, Oslo pretende mejorar el servicio a las pequeñas tiendas de menos de 200 m² que no disponen de instalaciones de almacenamiento.

Para apoyar este crecimiento, hemos implementado un nuevo modelo de almacenamiento que se implementará en todo el país. Como parte de esta iniciativa, estableceremos ocho almacenes estratégicamente ubicados en varias ciudades del Perú. Cada almacén dará servicio a más de 150 tiendas.

Mass: transformando el consumo en los barrios

Mass opera como un formato de descuento con tiendas de pequeño tamaño, entre 150 y 200 m². Las tiendas están convenientemente ubicadas y ofrecen precios bajos, con un surtido optimizado de productos de primera necesidad adaptados a las necesidades de los sectores de clase baja y media. El formato ofrece una amplia gama de productos de marca propia a precios bajos y de alta calidad.

Propuesta de valor de Mass:

- **Economía y proximidad:** La proximidad de nuestras tiendas a los hogares de los clientes contribuye a reducir las necesidades de transporte y los costes asociados.

- Calidad y precios bajos: Ofrecemos una atractiva combinación de productos a precios bajos, fomentando una mejor nutrición, y democratizando el consumo de marcas privadas líderes y de calidad.
- Seguridad y modernidad: Contribuimos al desarrollo de los barrios a través de tiendas modernas, seguridad y protección.
- Empleo y formación: Contratamos a jóvenes profesionales, la mayoría de ellos para su primer empleo, e invertimos constantemente en programas de formación.

Expansión y cobertura:

- En 2024, abrimos 350 tiendas, expandiéndonos desde Lima hacia las regiones del norte del país, incluyendo Trujillo, Chiclayo, Chimbote y Piura.
- Distribución eficiente: Contamos con centros de distribución estratégicamente ubicados en relación con nuestras tiendas, lo que garantiza la proximidad y la eficiencia logística.
- Evolución del modelo de negocio: En 2025, tenemos previsto poner en marcha proyectos piloto que optimicen la logística y el suministro, adaptándonos a las nuevas dinámicas de consumo.
- Marcas propias: Seguimos desarrollando nuestras marcas propias por categoría, garantizando altos estándares de calidad y adaptando los productos a las demandas del mercado.

Pharma Retail y Distribución

Nuestras filiales, InRetail Pharma, Farmacias Peruanas y QS Consumo, conforman la cadena líder de farmacias bajo las marcas Inkafarma y Mifarma. También operamos un negocio líder en distribución farmacéutica, así como otros productos de nutrición y cuidado personal.

Somos líderes del mercado tanto en ventas como en cuota de mercado, y ofrecemos medicamentos, productos nutricionales y de cuidado personal a precios asequibles.

Contamos con una red diversificada de farmacias en las 25 regiones del Perú. Estamos comprometidos con mejorar el acceso a la atención médica, especialmente en las zonas más vulnerables con acceso limitado a los servicios básicos.

Hitos para 2024:

- Liderazgo en el sector: Número 1 del país en farmacias.
- Crecimiento de la red: Alcanzar las 2,402 farmacias, con la apertura de 103 farmacias durante 2024.
- Expansión digital: aumento del 25% en las ventas de farmacia digital (consideradas las ventas procedentes del comercio electrónico y las aplicaciones móviles).
- Plantilla: Contamos con más de 22,000 empleados.

Objetivo para 2025

- Logística descentralizada para una respuesta más rápida: en 2025, pondremos en marcha nuestro nuevo centro de distribución farmacéutica junto con centros logísticos descentralizados en las provincias, lo que mejorará significativamente la eficiencia de la cadena de suministro. Se espera que esta iniciativa reduzca los tiempos de respuesta de las farmacias de 6 días a solo 24-48 horas, lo que garantizará entregas más rápidas y fiables en todo el país.

Cadena de valor farmacéutica:

(GRI 2-6)

1. [Negociación con los proveedores](#)
2. [Suministro y planificación](#)
3. [Almacenamiento y distribución](#)

4. Operaciones
5. Ventas y servicio al cliente
6. Marketing y promoción

Centros logísticos farmacéuticos

Operamos una red de distribución farmacéutica a nivel nacional, con 5 centros de distribución estratégicamente ubicados en Chiclayo, Arequipa y 3 en Lima. Estas instalaciones prestan servicio tanto a nuestras farmacias como a nuestros negocios de distribución, junto con doce centros de cross-docking en todo el país para abastecer a nuestras farmacias y dos almacenes oscuros en Lima específicos para nuestro negocio de comercio electrónico farmacéutico.

OSLO en el sector farmacéutico

En 2024, optimizamos nuestra logística farmacéutica descentralizando la distribución y entregando los productos desde Paíta a las provincias cercanas, en lugar de transportarlos desde Lima. Este cambio estratégico se tradujo en un ahorro de costes y tiempo, una mejora en el tiempo de respuesta a nuestras tiendas y contribuyó a reducir la huella de carbono gracias a la reducción de las emisiones del transporte.

Oslo se centra en artículos «no farmacéuticos», como productos de belleza y cuidado personal, que no requieren las normas de almacenamiento específicas de los productos farmacéuticos. Aunque estos productos tienen un valor individual inferior al de los productos farmacéuticos, representan aproximadamente el 65% de nuestro volumen total debido a su volumen (por ejemplo, pañales, papel, toallitas). Al optimizar la logística de estos artículos de gran volumen, mejoramos la eficiencia general y garantizamos una cadena de suministro más sostenible y rentable.

Shopping Malls

Real Plaza es el operador de centros comerciales líder en Perú, con una trayectoria probada en el desarrollo y la explotación de Shopping Malls. Nuestros Shopping Malls están estratégicamente ubicados en todo Perú, operan bajo una marca nacional, Real Plaza, y están posicionados específicamente para dirigirse a la clase media emergente. Nuestro profundo conocimiento del cliente peruano y del mercado inmobiliario nos ha permitido desarrollar formatos retail diferenciados (Shopping Malls y power centers) diseñados para atraer a diferentes tipos de visitantes.

Nuestra visión estratégica se centra en seguir fortaleciendo nuestra posición dentro del sector retail, garantizando precios asequibles de forma constante y fomentando relaciones sólidas y colaborativas dentro de nuestra cadena de suministro.

Shopping Malls:

Nuestros Shopping Malls cuentan con una combinación de inquilinos centrada en el entretenimiento y las experiencias, que incluye cines, salas de juegos, parques infantiles y una variada selección de restaurantes y zonas de restauración. Constituyen centros comunitarios dinámicos en un país donde las zonas públicas accesibles son limitadas.

Hitos para 2024:

- Expansión: inicio de nuestros proyectos de expansión en Shopping Malls existentes, mejorando nuestra propuesta de valor y aumentando el tráfico.

Cadena de valor de los Shopping Malls:

1. Adquisición de terrenos
2. Concepción y desarrollo
3. Arrendamiento de espacios comerciales
4. Marketing y promoción
5. Gestión y operación del Shopping Malls
6. Experiencia del cliente

Digital

Nuestra unidad de negocio Digital se creó para satisfacer la creciente demanda de productos y servicios digitales en el mercado. Esta iniciativa representa nuestra estrategia integral de innovación y expansión. Reúne tres plataformas e es clave: Agora PAY, un monedero móvil pionero lanzado en 2019 que ofrece pagos digitales seguros y cómodos; Agora CLUB, un innovador programa de fidelización introducido en 2021, diseñado para mejorar la experiencia del cliente dentro del ecosistema retail; y Agora SHOP, un revolucionario programa de compras también lanzado en 2021.

Cadena de valor digital

(GRI 2-6)

1. Incorporación de productos en la aplicación Agora
2. Marketing y promoción
3. Operaciones y soporte técnico
4. Distribución de productos
5. Análisis de datos y mejora continua

Nuestra operación en Perú

(GRI 2-6)

InRetail Perú: Presentes en todos los rincones del Perú

En InRetail, nuestro propósito es servir a todos los rincones del Perú, llegando al 100% de las regiones del país con bienes y servicios esenciales. Brindamos soluciones retail de salud y bienestar todas las comunidades, sin importar cuán remotas o de difícil acceso sean.

Este compromiso se refleja en nuestro negocio farmacéutico, que opera farmacias a más de 4,000 metros de altitud y abastece zonas remotas a las que solo se puede acceder en barco. Desde las alturas de los Andes hasta las profundidades del Amazonas, InRetail Perú se asegura de estar siempre cerca de nuestros clientes.

Nuestra sede se encuentra en la calle Morelli 139, San Borja - Lima, Perú.

Nuestras tiendas por región en cada unidad de negocio

Regiones	Food Retail			Pharma Retail y Distribución		Shopping Malls	Total
	plazaVea Vivanda	Mass	Makro	Inkafarma	Mifarma	Real Plaza	
Amazonía				8	5		13
Áncash	3	34	1	41	26	1	106
Apurímac				7	7		14
Arequipa	2	110	2	69	65	1	249

Ayacucho				15	10		25
Cajamarca	2			39	33	1	75
Cusco	2		1	32	33	1	69
Huancavelica				5	1		6
Huánuco	1			19	15	1	36
Ica	3	50	3	51	40		147
Junín	2	45	1	47	36	1	132
La Libertad	5	111	2	83	62	1	264
Lambayeque	2	44	1	54	44	1	146
Lima	75	766	13	616	553	10	2,033
Loreto				39	22		61
Madre de Dios				6	4		10
Moquegua	2			9	5		16
Pasco				9	4		13
Piura	6	90	3	67	52	2	220
Puno	2			27	7	1	37
San Martín	1			35	21		57
Tacna	1			16	14		31
Tumbes	1			11	8		20
Ucayali	1			20	8	1	30
Total	111	1,250	27	1,325	1,075	22	3,810

Premios y Reconocimientos

1. **Evaluación de Sostenibilidad Corporativa (CSA) 2024 de S&P Global:** InRetail Perú Corp. obtuvo una puntuación de 78, lo que la sitúa en el percentil 98 entre las 204 empresas evaluadas en su sector. Esto posiciona a la empresa entre el 2% con mejor desempeño en materia de sostenibilidad a nivel mundial. Estos resultados reflejan su liderazgo continuo en materia de desempeño ambiental, social y de gobernanza (ESG).

- Empresas: Supermercados Peruanos SA, InRetail Pharma, Real Plaza.

2. **CDP:** Reconocimiento por su transparencia y acción climática.

- Empresas: Supermercados Peruanos SA, InRetail Pharma, Real Plaza.

3. **TIME World's Best Companies 2023:** Premia a las empresas por su crecimiento sostenible y su compromiso con el futuro.

- Empresas: Supermercados Peruanos SA, InRetail Pharma, Real Plaza.

4. **ALAS20:** Sostenibilidad y gobierno corporativo en América Latina. El premio ALAS20 reconoce anualmente a empresas, inversores y líderes de América Latina por su excelencia en materia de sostenibilidad, relaciones con los inversores y gobierno corporativo, centrándose en la integración de los factores ESG (medioambientales, sociales y de gobernanza).

- Empresas: Supermercados Peruanos SA, InRetail Pharma, Real Plaza.

5. **BVL:** Empresas sostenibles que cotizan en la Bolsa de Valores de Lima.
 - Empresas: Supermercados Peruanos SA, InRetail Pharma, Real Plaza.
6. **Empresa Socialmente Responsable:** Premio a las empresas que demuestran un compromiso integral con la sostenibilidad a nivel nacional.
 - Empresas: Real Plaza.
7. **ELSA:** Certifica a las empresas como lugares de trabajo libres de acoso.
 - Empresas: Supermercados Peruanos SA, Farmacias Peruanas, Real Plaza.
8. **MSCI (Morgan Stanley Capital International):** Proporciona calificaciones ESG para evaluar cómo gestionan las empresas los riesgos ESG. La empresa recibió una calificación ESG de A.
9. **Sustainalytics:** Ofrece calificaciones de riesgo ESG basadas en la exposición y la gestión. La empresa obtuvo una puntuación de 18.7, clasificada como de bajo riesgo.

Food Retail

- **Ranking Par 2024 – Aequales:** Reconocimiento a las organizaciones que defienden y promueven la igualdad de género, la diversidad y la inclusión, otorgado por Aequales, en el que Supermercados Peruanos ocupa el segundo lugar dentro de un grupo de empresas con más de 5,000 trabajadores.
- **Great Place to Work 2024:** Supermercados Peruanos ocupa el segundo lugar en la categoría «Great Place to Work for Diversity and Inclusion» (Mejor lugar para trabajar en materia de diversidad e inclusión).
- **Great Place to Work 2024:** Supermercados Peruanos ocupa el segundo lugar en la categoría de Gestión Sostenible.
- **Merco ESG 2024:** Supermercados Peruanos ocupa el primer puesto en la categoría de autoservicio y el puesto 19 en la clasificación general.
- **MINAM Huella de Carbono 2024:** Programa creado por el Ministerio del Ambiente del Perú para medir, reducir e informar sobre los gases de efecto invernadero, en el que Supermercados Peruanos obtuvo tres estrellas de cuatro.
- **Finalistas ABE 2024:** Programa de reconocimiento a las empresas que han adoptado la Responsabilidad Laboral y Social como herramienta estratégica de gestión, otorgado por la Asociación de Buenos Empleadores, en el que Supermercados Peruanos quedó finalista en la categoría de Economía Circular.
- **Presente 2024:** Supermercados Peruanos cuenta con la certificación Presente y ocupó el puesto N°7. Esta certificación en Perú reconoce a las empresas con prácticas inclusivas para las personas LGBTIQ+ en el lugar de trabajo.
- **Aldeas Infantiles SOS Perú:** Organización internacional sin ánimo de lucro que proporciona cuidados, apoyo y protección a largo plazo a niños y adolescentes en riesgo de perder el cuidado familiar, que ha otorgado un reconocimiento a Supermercados Peruanos.

Pharma Retail y Distribución

- **Ranking CX Index 2024:** Farmacias Peruanas ocupó el primer y segundo lugar en las categorías de mejor experiencia del cliente.
- **ABE 2024:** Farmacias Peruanas recibió la certificación ABE 2024-2026 en la categoría Emprendedor.
- **Great Place to Work 2024:** Farmacias Peruanas fue clasificada en la categoría Diversidad, Equidad e Inclusión.

- **Sociedad Peruana de Marketing 2024:** Farmacias Peruanas ocupó el séptimo y noveno puesto en la categoría Marcas más valoradas.
- **Empresas que Transforman:** Reconocimiento otorgado al Programa de Formación Dual, desarrollado con Zegel, por brindar educación y oportunidades laborales a 163 jóvenes vulnerables y generar un impacto social y empresarial positivo en el sector farmacéutico.

Shopping Malls

- **Empresa con Gestión Sostenible (ESG) 2024:** Premio que reconoce a las empresas que destacan en la gestión integral de la sostenibilidad en los ámbitos ambiental, social y de gobernanza, que certificó a Real Plaza. Clasificada en el puesto N°1 en la categoría Diversidad e Inclusión.
- **Great Place to Work 2024:** Real Plaza ocupó el puesto N°7 en el ranking de sostenibilidad, subiendo tres puestos con respecto al año anterior.
- **Great Place to Work 2024:** Clasificado en el puesto N°10 en la categoría Diversidad e Inclusión.
- **Merco Responsabilidades ESG 2024:** Real Plaza ocupó el primer puesto en la categoría de Shopping Malls y el decimoquinto en la clasificación general, subiendo cinco puestos con respecto al año anterior.
- **MINAM Huella de Carbono 2024:** Real Plaza obtuvo su segunda estrella.
- **Par Ranking 2024 – Aequales:** Real Plaza obtuvo la certificación.
- **Mejores lugares para el talento LGBTIQ+ 2024:** Clasificado en el puesto N°2 en la certificación Presente.

Asociaciones y Membresías

(GRI 2-28)

Al colaborar con diversas asociaciones industriales y organizaciones globales, InRetail Perú refuerza su compromiso con las prácticas empresariales responsables, aprovechando la experiencia colectiva, los recursos, la innovación y las redes para impulsar un cambio significativo y amplificar el impacto de las iniciativas de sostenibilidad.

Estas alianzas nos permiten abordar de manera más eficaz los complejos retos sociales, medioambientales y económicos, en consonancia con iniciativas globales como los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas. A continuación, se enumeran algunas de las principales asociaciones y afiliaciones de las que nos enorgullece formar parte, cada una de las cuales desempeña un papel fundamental en nuestro camino hacia la sostenibilidad:

Asociación	Descripción
Perú Sostenible	Red de empresas que promueven el desarrollo social, ambiental y económico del Perú a través de la implementación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas. Creada a principios de la década de 1990, la iniciativa conecta a empresas y organizaciones para que sean agentes de cambio y fomenten un futuro sostenible para el país.
Líderes +1	Iniciativa que promueve el impacto positivo en la economía, el medio ambiente y la sociedad, así como la competitividad en los sectores más productivos del país. El objetivo es que los líderes de todas las organizaciones sean agentes clave del cambio hacia la sostenibilidad y promuevan un triple impacto positivo que genere bienestar social, crecimiento económico y cuidado del planeta.
Desafío Kunan	Desafío Kunan es el premio anual más prestigioso centrado en el emprendimiento social en Perú. Su objetivo es reconocer a una amplia gama de empresas que abordan los retos sociales y medioambientales

	del país, destacando aquellas que son innovadoras, escalables y sostenibles. La iniciativa tiene como objetivo empoderar a los jóvenes emprendedores que están desarrollando soluciones innovadoras para mejorar sus comunidades.
Sociedad Comercio Exterior Del Perú (COMEX)	Asociación empresarial que reúne a los principales exportadores, importadores y proveedores de servicios de diversos sectores económicos, como la agroexportación, la minería, la energía, la industria manufacturera, el sector retail, el sector digital, la logística, el turismo, las infraestructuras y la salud, entre otros, con el objetivo de influir en las políticas públicas en 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 empresarial que promueve la libertad de mercado, facilita las oportunidades de negocio, brinda asistencia y servicios, e impulsa la competitividad en el sector privado.
Comunidad Aequales	Su objetivo es eliminar las brechas de género en nuestro país, guiándonos con un fuerte compromiso con la equidad, siendo agentes de cambio a través de la generación y retención de nuestros empleados.
Pride Connection	Red de empresas que garantizan los derechos laborales a los miembros de la comunidad LGBTIQ+ y fomentan espacios de trabajo seguros e inclusivos para sus equipos.
Asociación de Shopping Malls y de Entretenimiento del Perú (ACCEP)	Asociación que agrupa a los principales Shopping Malls del país, tiene como objetivo promover el desarrollo del sector mediante la representación, promoción y defensa de sus miembros ante organismos públicos y privados.
Fundación OLI	Plataforma solidaria dedicada a canalizar esfuerzos y recursos, conectando así a personas e instituciones para la igualdad de oportunidades en los ámbitos del medio ambiente, la salud, la cultura, la educación y la reducción de la pobreza. Colaboramos con ellos en el programa “Ayudando Abrigando”, para actividades de donación de ropa a comunidades vulnerables de Cusco, Ayacucho y Comas, en colaboración con la asociación “Ayudando Abrigando”.
Asociación Nacional de Cadenas de Boticas (ANACAB)	Su objetivo es promover el acceso de las familias peruanas a servicios de salud integrales para que puedan obtener medicamentos seguros y eficaces. La red garantiza la orientación de un equipo de profesionales de la salud cuyo principal interés es servir y cuidar a los pacientes y consumidores.
Instituto Peruano de Economía (IPE)	Institución privada sin fines de lucro que busca promover el desarrollo económico equilibrado y sostenible, realizando actividades que discuten medidas de política económica.
Sociedad Nacional de Industrias (SNI)	Asociación empresarial que promueve el desarrollo de la industria manufacturera, impulsa la economía de mercado y contribuye al desarrollo del país a través de propuestas técnicas sectoriales en áreas como la economía, el trabajo y las políticas fiscales, entre otras.
Banco de Alimentos (BAP)	Asociación sin fines de lucro que actúa como intermediario entre empresas alimentarias y organizaciones benéficas. Recupera alimentos sin valor comercial para distribuirlos entre personas que sufren inseguridad alimentaria.
Grupo de Logística Inversa (RLG)	Operador de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos, responsable de gestionar la logística inversa y proporcionar soluciones

	para el reciclaje de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE) de conformidad con 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 Perú y Estados Unidos.
Hombro a Hombro	Iniciativa del sector privado destinada a apoyar al Estado a través de la capacidad de gestión de las empresas en situaciones de emergencia. El consejo reúne a 49 empresas líderes del país y cuenta con el apoyo de otras en momentos de catástrofe para canalizar su ayuda y llegar de manera eficiente a las zonas que necesitan asistencia inmediata.
Patronato Nacional Pro-Bombero del Perú	Entidad privada, constituida como asociación sin fines de lucro, cuyo objetivo es apoyar, en la medida de lo 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 las capacidades empresariales y promueve iniciativas de alto impacto que responden a los retos urgentes del país. Food Retail firmó el Compromiso PYME, una iniciativa para animar a más empresas a incorporar los Principios de Relación Responsable con sus proveedores de micro, pequeñas y medianas empresas.
Foro de Bienes de Consumo (CGF)	Red líder a nivel mundial que reúne a más de 400 retailers, fabricantes y otros actores clave de la industria de bienes de consumo. Su objetivo es impulsar cambios positivos y una mayor eficiencia dentro de la industria abordando 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.
Pacto Mundial de las Naciones Unidas	Es la iniciativa de sostenibilidad empresarial más grande del mundo, promovida por las Naciones Unidas, que fomenta el compromiso de las empresas para alinear sus estrategias y operaciones con los Diez Principios Universales sobre Derechos Humanos, Normas Laborales, Medio Ambiente y Anticorrupción.

Tabla de contribuciones

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

Contribuciones principales

Empresa	Importe
Asociación Nacional de Cadenas de Farmacias (ANACAB)	288,000
Corporación de Comercio Exterior (COMEX)	82,814
Cámara de Comercio de Lima (CCL)	23,323

En InRetail Perú Corp., reconocemos que el gobierno corporativo y el desarrollo sostenible son pilares fundamentales de la gestión empresarial responsable. Un gobierno sólido garantiza la transparencia, la rendición de cuentas y la equidad, lo que fomenta la confianza entre las partes interesadas y fortalece la resiliencia empresarial a largo plazo.

El desarrollo sostenible, por su parte, consiste en satisfacer las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas. Al alinear nuestras prácticas de gobernanza con principios sostenibles, nuestro objetivo es impulsar la creación de valor a largo plazo, reforzar la confianza de los grupos de interés en nuestro compromiso con la responsabilidad empresarial y contribuir a un mundo más equitativo y sostenible.

En este capítulo se desarrolla cómo InRetail Perú Corp. integra el gobierno corporativo y el desarrollo sostenible, reforzando nuestro compromiso con la gestión ética.

Estructura de gobernanza y composición

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

La gestión ejecutiva de InRetail Perú Corp. es supervisada por el Directorio. En 2024, sus miembros eran Carlos Rodríguez Pastor, Fernando Zavala, Hugo Santa María, Ignacio Benito, Mariela García (directora suplente de Ignacio Benito), Patricia Teullet, Alberto Moriana y Pablo Turner (director suplente de Carlos Rodríguez Pastor).

A 2024, el Directorio estaba compuesto por seis (6) miembros titulares, incluidos tres (3) miembros independientes, y además, dos (2) directores suplentes.



Función del máximo órgano de gobierno

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

Las funciones del presidente del Directorio de InRetail Perú Corp. se describen en el artículo 10 del Reglamento del Consejo, que define sus principales responsabilidades. Entre ellas se incluyen:

- **Supervisión estratégica:** Garantizar que el Directorio establezca y aplique eficazmente la dirección estratégica de la empresa.
- **Gobernanza y compromiso con las partes interesadas:** Fomentar una gobernanza corporativa sólida y actuar como enlace vital entre los accionistas y el Directorio.
- **Liderazgo del Consejo:** Supervisar las operaciones del Consejo y representar a la Compañía a nivel directivo.

Es importante destacar que el presidente no tiene una función ejecutiva interna, lo que garantiza una clara distinción entre las responsabilidades del presidente del Consejo y las del CEO. Esta separación garantiza un gobierno equilibrado, una supervisión independiente y una toma de decisiones eficaz dentro de la organización.

Dada la afiliación de Carlos Rodríguez Pastor con los principales accionistas de InRetail Perú Corp., no se le considera independiente.

Directores Independientes

(GRI 2-9)

A partir de 2024, en InRetail Perú Corp. nuestro Consejo incluía 3 consejeros independientes de un total de 6 miembros titulares, y 2 consejeros suplentes adicionales, de conformidad con las «Directrices para la calificación de consejeros independientes», aprobadas por la Resolución SMV 016-2019-SMV/01. Los consejeros independientes durante el año 2024 fueron: el Sr. Ignacio Benito (incluida su consejera suplente, la Sra. Mariela García), el Sr. Alberto Moriana y la Sra. Patricia Teullet.

Nuestro Reglamento del Consejo (punto 6.4) establece que debemos mantener un número adecuado de consejeros independientes en el Consejo, con un umbral mínimo de un tercio (1/3) del Consejo. Actualmente superamos este requisito, con el 50% de los miembros de nuestro Consejo clasificados como independientes.

Tras su elección, los consejeros independientes deben firmar una declaración de independencia, siguiendo el formato de la Declaración de Independencia de los consejeros.

Asistencia, duración y mandatos del Directorio

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

En InRetail Perú Corp., nuestro Consejo mantiene un firme compromiso con la continuidad, la experiencia y la participación activa en el gobierno corporativo.

- Al 31 de diciembre de 2024, la antigüedad promedio de nuestros directores es de 7.1 años.
- A lo largo del año, el Consejo se reunió en 12 ocasiones, con una impresionante tasa de asistencia del 92%.
- InRetail garantiza una asistencia mínima para todos los miembros requeridos, de al menos el 75%.
- 6 consejeros con 4 o menos mandatos (Ignacio Benito Marchese, Carlos Rodríguez Pastor Persivale, Fernando Zavala Lombardi, Hugo Antonio Santa María Guzmán, Patricia Lisette Teullet Piploi, Alberto Moriana Rivas).

Diversidad en el Directorio

En InRetail Perú Corp. estamos comprometidos con el fomento de la diversidad y la inclusión dentro de nuestro Directorio, en línea con nuestra [Política de Diversidad e Inclusión](#). Esta política promueve una composición equilibrada y diversa de nuestro Directorio, teniendo en cuenta una amplia gama de criterios, como el género, la nacionalidad y el origen étnico, adaptados a las necesidades específicas de cada unidad de negocio.

Cuando contratamos a terceros especializados para la selección de personal, damos prioridad a la inclusión de candidatos que cumplan estos criterios. Hacemos hincapié en la inclusión activa de candidatas en todas las etapas del proceso de selección.

A partir de 2024, nuestro Consejo estaba compuesto por seis (6) consejeros titulares, entre los que se encontraba una mujer, Patricia Teullet, que representaba el 16.67 % del total de los miembros.

Experiencia del Directorio

Experiencia en el sector (años)									
Director	Experiencia en riesgos	Experiencia en ciberseguridad	Bienes de consumo de alta rotación	Retail	Salud	Banca y finanzas	Educación	Minería	Construcción y materiales
Carlos Rodríguez Pastor	x	-	15+	15+	10+	30+	10+	-	-
Fernando Zavala	x	x	15+	5+	5+	15+	5+	-	-
Hugo Santa María	x	-	Más de 20	Más de 20	-	20+	-	20+	20+
Ignacio Benito	x	-	20+	15+	-	25+	-	-	15+
Mariela García	x	x	-	5+	-	-	-	30+	30+
Patricia Teullet	-	-	-	3+	-	-	-	-	-
Pablo Turner	x	x	Más de 30	30+	-	30+	-	-	-
Alberto Moriana	x	-	35+	-	-	-	-	-	-

Evaluación del Directorio

(GRI 2-18)

Cada año, el Directorio lleva a cabo una evaluación exhaustiva de su desempeño como órgano colectivo y de las contribuciones individuales de sus miembros. Esta evaluación interna tiene lugar durante el primer trimestre del periodo siguiente. Además, solemos alternar esta evaluación con otra realizada por un asesor externo.

Comité del Directorio

(GRI 2-9)

El Directorio tiene la facultad de crear comités especializados para abordar los aspectos más relevantes del desempeño de la organización. A partir de 2024, la empresa contaba con un único comité: el Comité de Auditoría y Gestión de Riesgos. Este comité se creó originalmente como Comité de Auditoría y posteriormente se amplió su ámbito de actuación para

incluir la gestión de riesgos. De conformidad con su reglamento, este comité debe estar compuesto por al menos dos (2) consejeros y estar presidido o compuesto mayoritariamente por consejeros independientes.

Comité de Auditoría y Riesgos

Miembros	Función
El Comité de Auditoría y Riesgos está compuesto por tres miembros del Directorio: Fernando Zavala, Mariela García (consejera independiente) y Alberto Moriana (consejero independiente), quienes han formado parte del Comité durante un periodo medio de 4.25 años. Durante el año 2024 se celebraron 4 sesiones con asistencia del 100% de sus miembros.	El Comité de Auditoría y Riesgos supervisa los controles internos, garantiza el cumplimiento de las normas éticas y gestiona de manera eficaz los riesgos relacionados con las operaciones y decisiones de InRetail Perú Corp. Entre sus responsabilidades se incluyen el desarrollo de políticas y procedimientos que promuevan la integridad, la transparencia y el cumplimiento normativo dentro de la empresa. Además, el comité supervisa y evalúa los riesgos que podrían afectar a la organización, implementando estrategias para gestionarlos y garantizar la continuidad del negocio. El Comité de Auditoría y Riesgos reporta al Directorio.

Formación del Directorio

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

Nuestro Directorio reconoce la importancia de la formación continua para mejorar su eficacia y su capacidad de toma de decisiones estratégicas. Por ello, se compromete a participar en diversos programas de formación destinados a reforzar su comprensión de la dinámica empresarial actual y futura.

A lo largo de estas sesiones de formación, los miembros del Consejo reciben información actualizada sobre las mejores prácticas en materia de gobierno corporativo, cumplimiento normativo, gestión de riesgos, liderazgo eficaz y otras áreas importantes. Además, comparten experiencias y conocimientos entre ellos, fomentando un entorno de aprendizaje colaborativo. El Comité de Auditoría y Riesgos ha establecido un plan de mejora anual que incluye la formación de los miembros del Comité y de los consejeros en materia de gestión de riesgos.

Estrategia de gestión de riesgos

(GRI 205-1)

En 2024, reforzamos nuestro marco de gestión de riesgos en todas nuestras unidades de negocio, reforzando nuestro compromiso con unas operaciones proactivas y resilientes. Este enfoque integral incluyó la identificación, evaluación y adopción de medidas preventivas y correctivas en todas las dimensiones de nuestras operaciones, lo que dio lugar a prácticas más sólidas y eficaces que refuerzan la resiliencia de la organización.

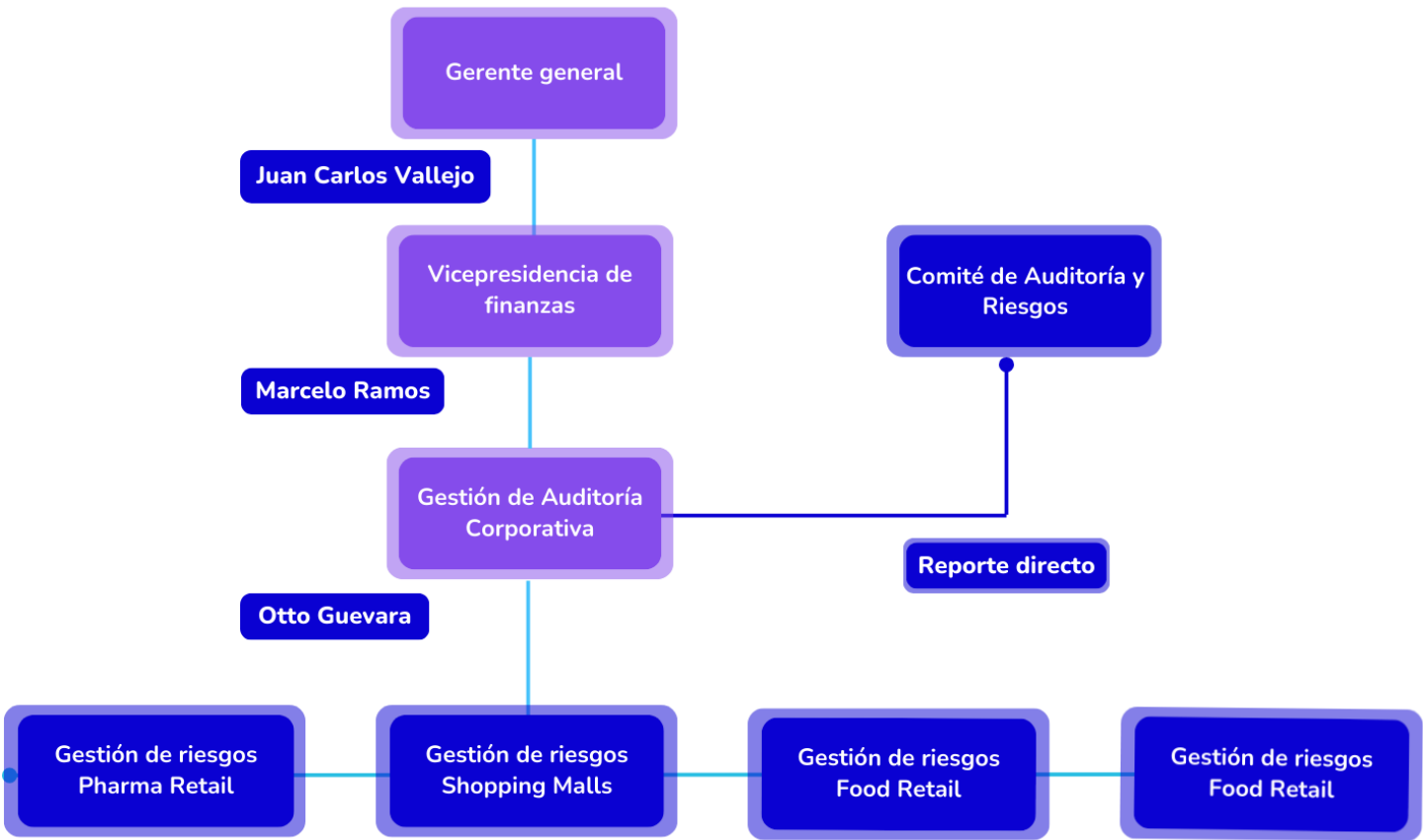
En materia de gobernanza del riesgo

Para mejorar la gobernanza y el control de los riesgos, ampliamos las funciones, responsabilidades y objetivos del Comité de Auditoría, transformándolo en el Comité de Auditoría y Riesgos. Este cambio refuerza nuestra capacidad para identificar, gestionar y mitigar los riesgos en todas las operaciones de InRetail Perú Corp.

Mejoras clave:

- Se crearon equipos dedicados a la gestión de riesgos en todas las unidades de negocio de InRetail Perú Corp.
- Los equipos de auditoría de cada unidad se reforzaron aún más elevando la línea jerárquica directamente a la Dirección de Auditoría Corporativa, que se rige por nuestra Política de Estatutos de Auditoría Corporativa.
- El responsable de cumplimiento corporativo de InRetail Perú Corp. trabaja en estrecha colaboración con los responsables de cumplimiento de cada unidad de negocio.

Actualmente, la Dirección de Auditoría Corporativa está dirigida por Otto Guevara, que depende administrativamente del Vicepresidente de Finanzas y funcionalmente del Comité de Auditoría y Riesgos, lo que garantiza su independencia de las líneas de negocio.



Modelo de tres líneas

Cada unidad de negocio cuenta con su propio proceso de gestión de riesgos, que se destaca por su enfoque multifacético, organizado con [el marco](#) de las tres líneas de [defensa](#) diseñado por el Instituto de Auditores Internos (IAI).

Primera línea	Segunda línea	Tercera línea
La primera línea es responsable de entregar los productos y servicios a nuestros clientes, al tiempo que gestiona los riesgos inherentes a estas operaciones. Garantiza la	La segunda línea proporciona apoyo especializado, supervisión y cuestionamiento en materia de riesgos. Supervisa activamente los riesgos empresariales y ayuda a garantizar que	La tercera línea de defensa opera de forma independiente para proporcionar garantías objetivas y asesoramiento sobre la eficacia de la gestión de riesgos, los controles internos y los procesos de gobernanza. Apoya a la organización en la consecución de sus objetivos

entrega satisfactoria de bienes y servicios de calidad.	se apliquen las estrategias de mitigación adecuadas.	estratégicos e informa al Órgano de Gobierno a través de la Dirección de Auditoría Corporativa.
Responsables: todas las áreas operativas y de apoyo.	Responsables: departamentos de Cumplimiento y Calidad.	Responsable: Comité de Auditoría y Riesgos.

Proceso de Gestión de Riesgos



Proceso de evaluación y gestión de riesgos

1. Identificación de riesgos

La identificación eficaz de los riesgos es una piedra angular de la estrategia integral de gestión de riesgos de InRetail Perú Corp. La colaboración entre los equipos de gestión de riesgos de cada unidad de negocio y la dirección de auditoría corporativa es fundamental para garantizar la identificación y mitigación de los riesgos empresariales.

Cada unidad de negocio identifica los riesgos asociados a sus planes estratégicos, lo que contribuye a una comprensión más profunda de los retos inherentes a cada actividad empresarial. Este enfoque ha reforzado significativamente la capacidad de las unidades de negocio para anticipar y abordar las amenazas potenciales. A través de esta interacción colaborativa, hemos desarrollado matrices de riesgo integrales que identifican continuamente los riesgos operativos, financieros, de cumplimiento normativo y medioambientales.

2. Evaluación

El análisis y la evaluación de riesgos son fundamentales para una gestión eficaz de las operaciones y la protección de los activos. Los equipos de gestión de riesgos y el comité de gestión de cada unidad de negocio supervisan el proceso de

evaluación de riesgos, que incluye determinar la probabilidad de cada riesgo identificado, evaluar sus posibles repercusiones y realizar un análisis de las causas fundamentales, un paso esencial para diseñar herramientas que permitan gestionar los riesgos de forma eficaz.

3. Mitigación: plan de respuesta

Cada unidad de negocio es responsable de desarrollar e implementar planes de prevención y mitigación para los riesgos críticos y de alto nivel identificados en sus actividades comerciales. Estos riesgos se comunican formalmente durante las sesiones del Comité de Auditoría y Riesgos, lo que garantiza una supervisión eficaz.

4. Seguimiento/Monitorización

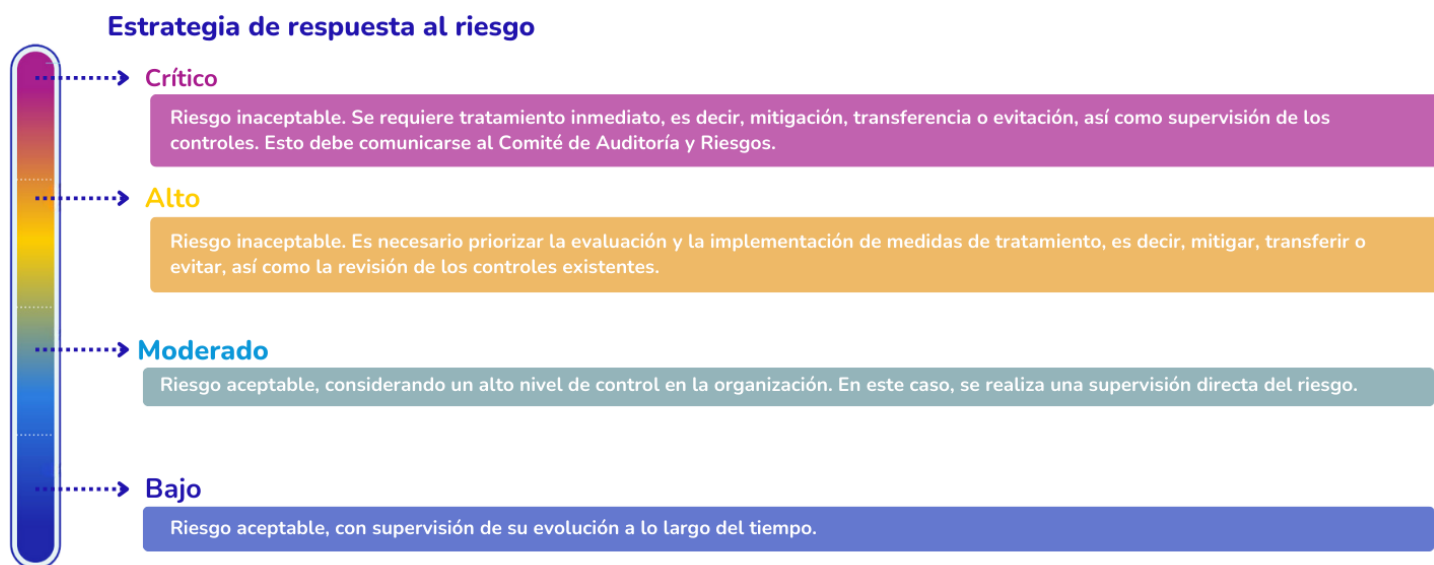
Para cada riesgo crítico y de alto nivel que tenga un plan de respuesta asociado, se implementa un proceso de seguimiento para supervisar los indicadores clave de riesgo (KRI), que sirven como señales de alerta temprana de la posible materialización del riesgo. Si se detectan signos de materialización, se activan los planes de respuesta.

5. Informe de riesgos

El estado de la implementación del plan de acción y los indicadores clave de riesgo se comunican una vez al año a la Dirección General y al Comité de Auditoría y Riesgos, lo que garantiza la transparencia y la rendición de cuentas en la gestión de riesgos.

La Dirección General recibe información actualizada a través de reuniones periódicas, y el Comité de Auditoría y Riesgos revisa los riesgos en cada sesión trimestral.

Apetito de riesgos



En InRetail Perú Corp, adoptamos un enfoque estructurado y metódico para definir nuestro apetito de riesgo, asegurando que los riesgos se gestionen de manera eficaz y proactiva en todas nuestras operaciones.

Cada riesgo se somete a una evaluación exhaustiva, en la que se define meticulosamente en función de:

- **Análisis de mapa de calor:** Identificación y priorización de los riesgos más relevantes y urgentes.
- **Estrategia de respuesta predefinida:** alineación de la evaluación de riesgos con los marcos de mitigación y respuesta establecidos.

A través de este riguroso proceso, logramos una comprensión clara y completa de la tolerancia al riesgo, lo que nos permite gestionar de forma eficaz y proactiva los retos a los que nos enfrentamos en nuestro entorno operativo.

Probabilidad de ocurrencia de los riesgos

Probabilidad			
Nivel	Tipo	Operacional	Estrategia
5	Altamente probable	Actividad rutinaria: Se estima que podría ocurrir entre el 90 % y el 100 % del tiempo. Actividad no rutinaria: Puede ocurrir 2 o más veces al mes.	< 3 meses
4	Muy probable	Actividad rutinaria: Se estima que podría ocurrir 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 ocurrir entre el 30 % y el 60 % del tiempo. Actividad no rutinaria: Puede ocurrir una vez cada 3 meses.	0.5 a 1 año
2	Poco probable	Actividad rutinaria: Se estima que podría ocurrir entre el 5 % y el 30 % del tiempo. Actividad no rutinaria: Puede ocurrir una vez cada 6 meses.	1 a 2 años
1	Remoto	Actividad rutinaria: se estima que ocurre menos del 5 % del tiempo. Actividad no rutinaria: Puede ocurrir una vez al año.	2 años o más

Impacto de los riesgos

Magnitud del impacto	Definición
Mínimo	El riesgo tiene un efecto insignificante o casi nulo sobre los objetivos o las unidades de negocio.
Bajo	El riesgo podría afectar ligeramente a los objetivos, pero, aun así, no representa una amenaza significativa.
Medio	El riesgo tiene el potencial de afectar a los objetivos corporativos o a las unidades de negocio de forma moderada.
Alto	El riesgo tiene el potencial de causar daños considerables a los objetivos corporativos o de la unidad de negocio.
Crítico	El riesgo podría tener consecuencias catastróficas para los objetivos o las unidades de negocio si se materializara.

Auditoría de riesgos

En InRetail Perú Corp., llevamos a cabo una revisión anual de la exposición al riesgo como parte de nuestro proceso de gestión de riesgos. Esta evaluación nos permite mantenernos alineados con cualquier cambio en el panorama de riesgos y ajustar nuestras estrategias en consecuencia.

Además, para garantizar un seguimiento exhaustivo y una evaluación precisa, hemos implementado un proceso de auditoría continua. Este proceso incluye auditorías internas y externas.

Las auditorías internas son realizadas por los directores de auditoría de cada área de negocio, siguiendo el plan anual y bajo la supervisión del director de auditoría corporativa, y se centran en revisiones detalladas de los procesos y controles internos para identificar áreas de mejora. Para las auditorías externas, contamos con Ernst & Young (EY), una prestigiosa firma de auditoría independiente, que realiza evaluaciones objetivas para garantizar la razonabilidad de la información financiera que se comunica a los correspondientes stakeholders. Dado que nuestro sistema de gestión de riesgos es relativamente nuevo, ya que lleva en funcionamiento aproximadamente un año, tenemos previsto realizar auditorías de riesgos externas al cabo de tres años para garantizar evaluaciones exhaustivas.

Esta combinación de auditorías internas y externas nos proporciona una perspectiva completa de nuestro panorama de riesgos, lo que refuerza la integridad y la transparencia de nuestros procesos de auditoría y gestión de riesgos.

Cultura de riesgo

En InRetail Perú Corp., fomentar una sólida cultura del riesgo es fundamental para nuestro enfoque preventivo y proactivo de la gestión de riesgos. La sensibilización y la formación sobre los riesgos en todos los niveles de la organización nos permiten identificar, evaluar y gestionar de forma proactiva los riesgos antes de que se agraven.

Capacitamos a nuestros líderes con los conocimientos y las herramientas necesarios para gestionar eficazmente los riesgos mediante la organización de talleres para líderes de primera línea, directores generales y otros responsables clave de la toma de decisiones. Estas sesiones de formación nos permiten establecer una base sólida para comprender y abordar los riesgos a nivel estratégico.

También ofrecemos formación a la siguiente capa de liderazgo, incluidos los directivos de segundo nivel y los altos directivos, lo que garantiza que la identificación y la gestión de los riesgos se extiendan por toda la organización.

Paralelamente, hemos implementado un enfoque de procesos para la gestión de riesgos, reconociendo que los riesgos se manifiestan principalmente a través de las actividades y operaciones de la empresa.

Además, el Comité de Auditoría y Riesgos ha establecido un plan de mejora anual que incluye la formación de los miembros del Comité y los directores en materia de gestión de riesgos. Esto incluye la asignación de responsables de riesgos para una mayor rendición de cuentas y la implementación de indicadores clave de riesgo (KRI) para supervisar de cerca los riesgos de alta prioridad.

Identificación de riesgos en productos y servicios

Para garantizar la seguridad y la calidad en el desarrollo de nuestros nuevos productos, especialmente en Food Retail y Pharma Retail y Distribución, llevamos a cabo un proceso exhaustivo de identificación de riesgos. Este enfoque proactivo nos permite anticipar y mitigar las amenazas potenciales, reforzando así nuestra resiliencia y garantizando el éxito a largo plazo.

Identificación de riesgos en Food Retail

La identificación de riesgos en la Food Retail se centra en los estándares de calidad de nuestras marcas propias, especialmente los productos alimenticios. Para ello, hemos establecido un riguroso marco de evaluación que consta de 22 preguntas que requieren información detallada sobre cada nuevo producto. Este cuestionario incluye los principales

riesgos comerciales y los riesgos relacionados con la salud, teniendo en cuenta el análisis del proceso de producción, las características organolépticas, fisicoquímicas y microbiológicas, los riesgos de alérgenos y la evaluación de la vida útil, los datos nutricionales y otros requisitos reglamentarios.

En Perú, el INDECOPI publicó una guía sobre publicidad y etiquetado ecológicos. Aunque esta guía no es una normativa, introduce el riesgo de posibles reclamaciones por un uso incorrecto del etiquetado. Para mitigar este riesgo, colaboramos estrechamente con nuestros proveedores para garantizar que comprenden y aplican correctamente las directrices para el etiquetado de los productos. Este enfoque proactivo nos ayuda a mantener la transparencia, el cumplimiento normativo y la confianza de los consumidores.

Además, contamos con otro cuestionario para los proveedores de marcas blancas, en el que deben proporcionar datos técnicos para el etiquetado de los productos. Hemos implementado un riguroso Acuerdo de Seguridad y Trazabilidad a través de un Formulario de Declaración del Proveedor para Food Retail

Identificación de riesgos en Pharma Retail y Distribución

En el caso de los productos farmacéuticos, seguimos un proceso estricto utilizando la plataforma Automy, que centraliza todas las pruebas y ensayos para minimizar los riesgos. Esto garantiza que todos los productos cumplan las normas de calidad, eficacia y seguridad antes de llegar a nuestras tiendas.

Proceso de gestión de riesgos

En InRetail Perú, contamos con un proceso integral de gestión de riesgos para identificar, evaluar y mitigar de forma proactiva los riesgos que podrían afectar a nuestras operaciones y a nuestra sostenibilidad a largo plazo. Este proceso se revisa anualmente como parte del proceso de planificación estratégica de la empresa, alineándolo con los objetivos.

Algunos ejemplos de métricas de gestión de riesgos son:

- **Minimizar los riesgos operativos:** garantizar controles y estrategias de mitigación eficaces para reducir las interrupciones.
- **Mantenimiento de la matriz de riesgos:** garantizar que cada unidad de negocio actualice y cumpla regularmente su matriz.
- **Continuidad del negocio:** gestionar de forma proactiva los riesgos operativos, financieros, fiscales y de reputación para salvaguardar la sostenibilidad del negocio a largo plazo.

Actualmente está pendiente la divulgación de al menos dos riesgos específicos, incluyendo su probabilidad y magnitud, el marco de apetito de riesgo y las medidas de mitigación.

También revisamos nuestra exposición al riesgo al menos una vez al año para mantenernos alineados con los cambios en el panorama de riesgos.

Riesgos emergentes

Durante 2024, identificamos los siguientes riesgos emergentes:

Riesgo emergente 1	La cadena de suministro de frutas y verduras es cada vez más vulnerable debido al aumento de las condiciones meteorológicas extremas.
Descripción	En Perú, muchas frutas y hortalizas se cultivan en regiones con climas específicos, lo que hace que la cadena de suministro sea vulnerable a los fenómenos meteorológicos extremos intensificados por El Niño, ahora más severos debido al cambio climático. Esto puede afectar a la disponibilidad y la calidad de los productos.

	La costa norte se enfrenta a riesgos importantes debido a El Niño, y se prevé que los riesgos más elevados persistan hasta 2030 y 2050 (MINAM, 2022). Contamos con 850 ubicaciones en estas zonas de riesgo, 32 de las cuales están clasificadas como «de alto riesgo».
Impacto en el negocio	• Variabilidad de los precios de los productos y del surtido: escasez y aumento del coste de los productos debido a los retos relacionados con la cosecha. • La escasez se debe a la reducción de la producción de determinadas frutas y hortalizas. • Aumento del costo de los servicios logísticos, ya que los productos no alcanzan su crecimiento óptimo y no tienen la misma duración de frescura que antes. • Aumento de los residuos por no transportar los productos a tiempo. • Rutas bloqueadas: obstaculización del transporte de productos a lo largo de la cadena de suministro debido a fenómenos meteorológicos extremos. • Disminución de la demanda y los patrones de consumo de frutas y verduras, ya que los consumidores pueden verse obligados a adaptarse a productos alternativos o importados, lo que reduce la demanda local.
Plan de mitigación	• Aplicación del plan de prevención de desastres. • Centralización del surtido prioritario: 25 categorías. • Aumento de los días de stock en tiendas y centros de distribución + reposición. • Aumento de la capacidad de almacenamiento en las provincias y alquiler de almacenes en zonas no pertenecientes a Oslo. • Cabotaje. Inclusión de criterios para prevenir impactos en nuevas infraestructuras.
Nivel de prioridad	Muy alto

<u>Riesgo emergente 2</u>	Inestabilidad política y agitación social.
Descripción	Crisis de gobernanza acompañada de una intensificación de las protestas y manifestaciones en todo el país debido al descontento generalizado de la ciudadanía y a la falta de resolución de la crisis política.
Impacto en los negocios	Los impactos son dobles: • Crisis política: disminución del consumo, dificultades con las importaciones, aumento del coste del crédito, falta de liquidez de los proveedores. Impacto en los tipos de cambio. • Protestas: daños en infraestructuras y saqueos en tiendas situadas en zonas conflictivas. Disminución del tráfico de clientes y de las ventas debido a la inseguridad en el entorno. Interrupción de las cadenas de suministro debido a los bloqueos de carreteras. Aumento de los residuos debido a las bajas ventas o a los daños sufridos por la mercancía en tránsito. Atmósfera de incertidumbre y tensión en el lugar de trabajo.
Plan de mitigación	En InRetail, seguimos de cerca la evolución de la situación política y su impacto en el entorno empresarial. Hemos adoptado una postura conservadora en nuestra estructura de capital, reduciendo los niveles de deuda y revisando los proyectos de inversión. Además, hemos establecido un plan de contingencia para garantizar la protección de los empleados y la seguridad física de nuestras tiendas. Esto incluye la definición y aplicación de un plan de respuesta que garantice la seguridad personal y de los clientes. También hemos establecido alianzas con las autoridades locales para obtener apoyo en materia de seguridad y respuesta, así como pólizas de seguro que cubren esta cuestión.
Nivel de prioridad	Muy alto

Riesgo emergente 3	Disrupción tecnológica
Descripción	El ritmo de los avances tecnológicos, especialmente en áreas como la inteligencia artificial (IA) y la biotecnología, puede ser tan rápido que nuestra empresa podría tener dificultades para adaptarse. Esto puede dar lugar a resultados adversos debido a la falta de preparación y adaptación a los avances tecnológicos. Además, la normativa relacionada con estos nuevos avances también puede tener un impacto.
Impacto en el negocio	● Reducción de la competitividad: pérdida de ventaja competitiva. ● Ineficiencia operativa: procesos obsoletos y menos eficientes, lo que afecta a la productividad y aumenta los costes operativos. ● Cumplimiento normativo: sanciones, suspensión o cancelación de licencias y/o permisos y multas por incumplimiento. ● Experiencia del cliente: efectos adversos en la experiencia del cliente, ya que es posible que no se puedan prestar servicios personalizados y eficientes.
Plan de mitigación	● Impartir formación especializada sobre tecnologías emergentes y procesos críticos, con el fin de reforzar la capacidad de los equipos para adaptarse a los rápidos cambios del entorno. ● Colaborar con consultores y expertos en tecnología para identificar oportunidades de innovación y garantizar que la organización se mantenga a la vanguardia de los avances del sector. ● Implementar sistemas de supervisión continua que permitan detectar tempranamente las tendencias tecnológicas y ajustar oportunamente las estrategias comerciales. ● Establecer un equipo dedicado a garantizar el cumplimiento de la normativa tecnológica y mantenerse al día de los cambios legales y reglamentarios. ● Fomentar una cultura de innovación que promueva la mejora continua, la creatividad y la experimentación responsable como principios básicos del desarrollo tecnológico sostenible.
Nivel de prioridad	Medio

Riesgo emergente 5	Pérdida de talento debido a la emigración:
Descripción	Según datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) de 2024, más de 3,4 millones de peruanos residen actualmente en el extranjero, lo que refleja no solo una importante tendencia migratoria, sino también los retos socioeconómicos subyacentes a los que se enfrenta el país. Cabe destacar que, en 2024, aproximadamente 600,000 peruanos emigraron, lo que supone un aumento del 50 % con respecto a 2023. Esta salida continuada, impulsada en gran medida por las limitadas oportunidades económicas y la incertidumbre reinante, afecta a todos los estratos sociales y contribuye a una importante «fuga de cerebros». Estos cambios demográficos pueden dar lugar a una menor disponibilidad de mano de obra cualificada, lo que podría afectar a la capacidad operativa y a las perspectivas de crecimiento a largo plazo de la empresa.
Impacto en el negocio	Reducción de la mano de obra: La salida de trabajadores cualificados puede provocar una escasez de talento, lo que dificultará a las empresas cubrir puestos críticos.

	Aumento de los costos laborales: con menos trabajadores disponibles, las empresas pueden verse obligadas a ofrecer salarios más altos para atraer y retener el talento, lo que aumenta los costes operativos. Pérdida de innovación: La emigración de profesionales altamente cualificados puede provocar una pérdida de innovación y experiencia, lo que afecta a la capacidad de la empresa para competir y crecer. Impacto en la productividad: La reducción de la mano de obra puede provocar una disminución de la productividad y la eficiencia, lo que afecta al rendimiento general de la empresa.
Plan de mitigación	● Inversión en formación y desarrollo: centrarse en la formación y el desarrollo de los empleados actuales para cubrir las carencias de competencias y promover el crecimiento interno. ● Entorno de trabajo atractivo: Crear un entorno de trabajo positivo y propicio para retener a los empleados actuales y atraer nuevos talentos. ● Asociaciones con instituciones educativas: colaborar con universidades y escuelas de formación profesional para garantizar una fuente constante de graduados cualificados. ● Oportunidades de trabajo a distancia: ofrecer opciones de trabajo a distancia para acceder a una reserva de talento más amplia, más allá de las limitaciones geográficas. ● Compromiso de los empleados: Implementar programas para involucrar y motivar a los empleados, reduciendo la probabilidad de que busquen oportunidades en el extranjero.
Nivel de prioridad	Medio

Riesgo emergente 6	Conflictos internacionales
Descripción	El panorama político internacional, incluida la guerra en curso en Ucrania y la aparición de nuevas presidencias regionales, puede afectar significativamente a las empresas.
Impacto en las empresas	● Interrupciones en la cadena de suministro: La inestabilidad política y los conflictos pueden interrumpir las cadenas de suministro, lo que provoca retrasos y un aumento de los costes para los retailers. ● Aumento de los costes: Los aranceles, las restricciones comerciales y las fluctuaciones monetarias pueden aumentar el coste de los productos, lo que afecta a los márgenes de beneficio. ● Confianza de los consumidores: La incertidumbre política puede reducir la confianza de los consumidores, lo que provoca una disminución del gasto y de las ventas. ● Cambios normativos: Las nuevas normativas o los cambios en las ya existentes pueden obligar a las empresas a adaptar sus operaciones, lo que podría aumentar los costes y la complejidad.
Plan de mitigación	● Diversificar los proveedores estableciendo relaciones con múltiples proveedores en diferentes regiones para reducir la dependencia de una sola fuente. ● Supervisar la evolución política para mantenerse informado sobre los cambios políticos y sus posibles repercusiones en el entorno empresarial.

	● Desarrollar una cadena de suministro flexible capaz de adaptarse a las interrupciones y fluctuaciones de la demanda.
Nivel de prioridad	Medio

Corrupción y Soborno

Política anticorrupción

(GRI 205-1)

Mantenemos una estricta política anticorrupción y antisoborno que se aplica a todos los empleados de nuestra empresa y de todas nuestras unidades de negocio. Esta política, aprobada por el Directorio, se extiende a todas las partes relacionadas y se incluye explícitamente en todos nuestros contratos y órdenes de compra, lo que garantiza que nuestros proveedores y otras partes interesadas estén plenamente informados y cumplan con ella.

Además, nuestras unidades de negocio tienen la autoridad para implementar normas y directrices complementarias con el fin de reforzar las medidas preventivas y/o mejorar los protocolos de seguridad más allá de los requisitos básicos de la política. Este enfoque consolida aún más nuestro compromiso con la integridad, la transparencia y las prácticas comerciales éticas en todas nuestras operaciones.

Formación continua en materia de lucha contra el soborno y la corrupción

En consonancia con nuestro Código Ético, impartimos sesiones de formación periódicas sobre políticas contra el soborno y la corrupción para garantizar que todos los empleados de la empresa y las unidades de negocio estén informados y cumplan con la normativa. Estas formaciones refuerzan las prácticas éticas, sensibilizan sobre los riesgos potenciales y proporcionan orientación sobre cómo mantener la integridad en todas las relaciones profesionales. Al fomentar una cultura de transparencia y responsabilidad, reforzamos nuestro compromiso con la conducta ética en los negocios.

Contribuciones políticas y/o benéficas

(GRI 415- 1)

En línea con nuestra política integral de prevención de la corrupción, el blanqueo de capitales y la financiación del terrorismo, hemos establecido medidas estrictas para garantizar la transparencia y la integridad en todas nuestras operaciones.

Reafirmamos nuestro compromiso de abstenernos de realizar contribuciones políticas o benéficas, ya sean directas o indirectas, que puedan utilizarse para facilitar el soborno y la corrupción. Además, ningún empleado o representante de la empresa está autorizado a realizar tales contribuciones en nuestro nombre para ninguna actividad política, lo que refuerza nuestra firme dedicación a una conducta empresarial ética y responsable.

Medidas disciplinarias

Las infracciones a esta política darán lugar a medidas disciplinarias, que pueden ir desde amonestaciones verbales y escritas hasta la suspensión o el despido del empleado infractor. Según la legislación peruana, los empleados no pueden ser sancionados con multas económicas; sin embargo, en casos de infracciones graves, las medidas disciplinarias pueden incluir la suspensión del trabajo sin goce de salario.

Competencia desleal

(GRI 206-1)

En el sector de Pharma Retail y Distribución, hemos implementado directrices y procedimientos estrictos, entre los que se incluyen la Política de Publicidad, la Guía de Publicidad Legal y las Consideraciones sobre Publicidad, con el fin de garantizar el pleno cumplimiento de la normativa sobre competencia desleal y publicidad comercial.

En Farmacias Peruanas, realizamos sesiones anuales de formación y refuerzo para nuestros equipos basadas en las experiencias del año anterior. Por su parte, en Química Suiza, todos los materiales promocionales deben someterse a un riguroso proceso de aprobación por parte de los equipos de Dirección Médica, Regulatorio (Farmacovigilancia) y Jurídico antes de su uso.

Supervisamos nuestra gestión a través de 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.

Además, el departamento jurídico de Pharma Retail y Distribución lleva a cabo revisiones periódicas sin previo aviso para garantizar el cumplimiento de estas políticas. Como parte de nuestro plan de mejora para 2024, hemos elaborado unas directrices de uso más fáciles de seguir para facilitar el proceso de revisión tanto al equipo jurídico como a los usuarios implicados.

Es importante destacar que, a lo largo de 2024, no hemos recibido ninguna queja relacionada con la competencia desleal.

Cumplimiento e Integridad

Responsable de cumplimiento

En InRetail Perú Corp., el cargo de responsable de cumplimiento corporativo lo ocupa actualmente Javier Echeopar, que también es director jurídico corporativo. Su principal responsabilidad es garantizar la conducta ética en los negocios y el cumplimiento normativo, protegiendo a la organización contra los riesgos relacionados con la corrupción, el blanqueo de capitales y la financiación del terrorismo.

Para cumplir con esta función, es responsable de mantener un modelo de prevención eficaz, funcional y en continua mejora. Además, desempeña un papel clave en la gestión de la matriz de riesgos de corrupción y cumplimiento normativo, garantizando la alineación con las mejores prácticas y los requisitos legales. El responsable de cumplimiento normativo corporativo depende directamente de la dirección de asuntos jurídicos corporativos.

Cada unidad de negocio cuenta también con un responsable de cumplimiento dedicado. Estos responsables son fundamentales para ayudar a las empresas a operar de forma ética y legal, preservando así la integridad y la reputación de la organización.

Además, cada unidad de negocio cuenta con su propio Comité de Ética, compuesto por el responsable de cumplimiento, un representante de Recursos Humanos y el director de riesgos. Estos comités son responsables de reforzar la cultura ética dentro de sus respectivas unidades de negocio. Reciben y evalúan las denuncias de posibles incumplimientos del Código Ético, las políticas internas o la normativa vigente, e inician investigaciones, garantizando la diligencia debida en cada caso. Los comités validan la información recibida, remiten los casos según sea necesario y toman decisiones sobre las medidas correctivas adecuadas.

En casos graves, la unidad de negocio eleva el asunto directamente al Comité de Auditoría y Riesgos a nivel corporativo, sin pasar por su Comité de Ética correspondiente. Esto garantiza que las cuestiones críticas reciban una atención inmediata y que se adopten las medidas adecuadas al más alto nivel de gobierno corporativo.

Comité de Ética

En InRetail Perú Corp, nuestro Comité de Ética desempeña un papel crucial en el mantenimiento y la mejora continua de los estándares de conducta de la organización, tal y como se describe en nuestro Código de Ética. Este Comité se dedica a fomentar una cultura ética y a promover la participación activa de todos los empleados a través de medidas preventivas.

El Comité de Ética está compuesto por líderes clave de diferentes áreas:

- Director/Vicepresidente de Recursos Humanos
- Director/Vicepresidente de Asuntos Jurídicos/Corporativos
- Auditores o responsables de ética de cada unidad de negocio
- Responsable de Cumplimiento

Este equipo diverso garantiza que mantengamos los más altos estándares de integridad y comportamiento ético en toda la organización.

Miembros	Función
Tanto InRetail Perú Corp. como sus unidades de negocio cuentan con un Comité de Ética, que no incluye a directores. En otras palabras, cada Comité de Ética está compuesto por miembros pertenecientes a la línea ejecutiva.	El objetivo del Comité de Ética es garantizar el cumplimiento y la mejora continua de las normas 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 empleados a través de la prevención.

Código de Ética

Contamos con un Código de Ética integral que se aplica a todos los empleados de las unidades de negocio de InRetail Perú Corp., así como a los miembros del Consejo Directivo. Este Código se refuerza con políticas específicas dentro de cada unidad de negocio, que establecen las normas y directrices que nuestros equipos deben seguir en el desempeño de sus funciones.

Más allá de nuestras operaciones internas, esperamos que nuestros proveedores, consultores, contratistas y cualquier socio comercial actúen de manera ética y cumplan plenamente con los principios establecidos en nuestro Código de Ética. Esto garantiza que todas nuestras colaboraciones mantengan los más altos estándares de integridad y conducta ética.

Canal de Denuncia (ConÉtica)

(GRI 2-16)

Para garantizar el cumplimiento constante de nuestro Código Ético, contamos con un canal de denuncia anónimo y confidencial denominado «ConÉtica» (www.conetica.pe). Este canal permite a los empleados, proveedores y cualquier otra parte interesada denunciar de forma segura comportamientos poco éticos o cualquier infracción de la legislación, la normativa o las políticas internas. Todos los empleados reciben formación en línea sobre este tema como parte del programa IRIS.

ConÉtica garantiza el anonimato y la confidencialidad totales en la recepción, registro y clasificación de todas las denuncias presentadas. Todos los detalles de las denuncias se mantienen confidenciales, e InRetail aplica una política de tolerancia

cero ante las represalias. A continuación, estas denuncias se remiten al Comité de Ética de cada unidad de negocio y a InRetail Perú Corp, donde se tramitan de forma confidencial y se comunican los resultados al director general.

Además, las partes interesadas tienen la opción de ponerse en contacto directamente con cualquier miembro del Comité de Ética según sea necesario. Este canal de comunicación directa garantiza una respuesta rápida y eficaz a las preocupaciones o cuestiones relacionadas con la ética y el cumplimiento normativo en toda la organización.

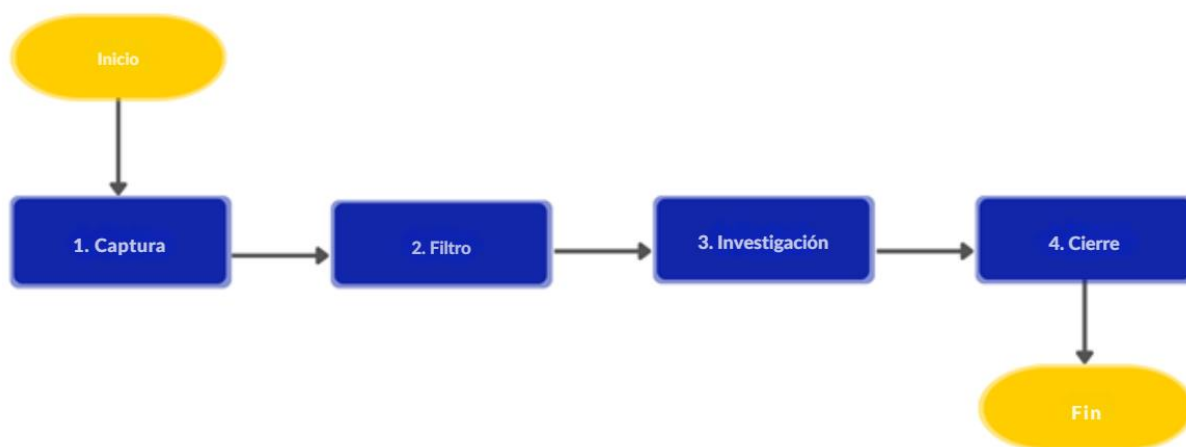
ConÉtica ofrece otros canales, como una página web (www.conetica.pe) y el siguiente buzón de correo electrónico:

- Unidad Corporativa de InRetail: inretail@conetica.pe
- Supermercados Peruanos: spsa@conetica.pe
- Farmacias Peruanas: farmaciasperuanas@conetica.pe
- Inkafarma: inkafarma@conetica.pe
- Mifarma: mifarma@conetica.pe
- Química Suiza: quicorp@conetica.pe
- Real Plaza: realplaza@conetica.pe
- Línea telefónica gratuita: 0-800-7-8323

Protocolo de respuesta (ConÉtica)

Hemos implementado un Protocolo de Respuesta para atender de manera rápida y uniforme cualquier queja relacionada con posibles irregularidades en el cumplimiento del Código de Ética, las políticas internas y la normativa vigente dentro de nuestra empresa.

Este protocolo garantiza una respuesta rápida y decisiva ante cualquier situación que pueda comprometer nuestros estándares éticos y legales, al tiempo que establece un proceso estructurado y transparente para investigar, evaluar y resolver las inquietudes reportadas, asegurando la integridad y transparencia en todas nuestras operaciones.



Sanciones por incumplimiento del Código Ético

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

Tras la investigación y verificación de una infracción denunciada, el Comité de Ética, el Director General o la autoridad competente deberán evaluar cuidadosamente las conclusiones para determinar la respuesta adecuada de acuerdo con nuestras políticas internas y la normativa aplicable. Si se considera necesario el despido del empleado implicado, el

Departamento de Recursos Humanos deberá actuar con prontitud, respetando los protocolos internos y la legislación laboral vigente.

El incumplimiento de nuestro Código Ético conlleva sanciones proporcionales a la gravedad de la infracción, teniendo en cuenta el puesto del empleado, la reincidencia y las circunstancias específicas. Las medidas disciplinarias pueden ir desde una advertencia verbal o escrita hasta una suspensión sin sueldo o, si se justifica, el despido.

Denuncias recibidas y tramitadas por tema	
Temas de las denuncias	2024
Discriminación o acoso	167
Conflicto de intereses	52
Corrupción o soborno	6
Datos privados de los clientes	0
Blanqueo de capitales	0
Otros	1,514
Total	1,739

Infracciones reales	
Áreas de incumplimiento	2024
Discriminación o acoso	93
Conflicto de intereses	18
Corrupción o soborno	4
Datos privados de los clientes	0
Blanqueo de capitales	0
Otros	669
Total	784

Es importante destacar que el porcentaje de incidentes relacionados con la filtración de información de identificación personal (PII) es del 0%.

Auditoría del modelo de cumplimiento

A lo largo de 2024, cada unidad de negocio de InRetail Perú Corp. llevó a cabo una auditoría interna exhaustiva del Modelo de Cumplimiento. Esta rigurosa revisión examinó la implementación y el cumplimiento de nuestros códigos de conducta y sistemas de cumplimiento, garantizando que se siguieran eficazmente las directrices establecidas. Además, se analizaron meticulosamente los procedimientos de supervisión y notificación de infracciones para verificar la eficacia, la integridad y la solidez general de nuestro programa de cumplimiento.

Programa de formación IRIS

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

InRetail Perú Corp. ha desarrollado IRIS, una plataforma pública diseñada para garantizar que todas las empresas operen con integridad, cumpliendo plenamente con la normativa vigente y las políticas internas. IRIS centraliza todas las políticas de cumplimiento y ética, los cursos de formación obligatorios sobre ética y cumplimiento para los empleados, la información de contacto directo de los responsables de cumplimiento y un enlace a «ConÉtica», nuestro canal de denuncia anónima. Además, IRIS ofrece formación virtual específica sobre cómo utilizar «ConÉtica», lo que garantiza que los

empleados comprendan el proceso de denuncia y se sientan seguros al utilizar la plataforma para defender los estándares éticos.

Desempeño Económico

Resultados financieros - Unidades de negocio

InRetail Perú Resumen financiero

(GRI 201-1)

En 2024, el panorama económico de Perú se vio marcado por una combinación de factores globales y nacionales. Si bien la primera mitad del año se caracterizó por una contracción del consumo, las tendencias macroeconómicas generales apuntaban a una recuperación gradual. El país experimentó un modesto repunte de la actividad económica, con un crecimiento del PIB del 1.4% interanual en el primer trimestre (Banco Mundial, 2024). Esta mejora se vio impulsada por el resurgimiento de la inversión pública, la disminución de la inflación y la estabilización de las tasas de interés. Además, las condiciones climáticas favorables respaldaron sectores clave como la agricultura y la pesca, lo que contribuyó a una perspectiva más optimista para el segundo semestre del año. Sin embargo, la incertidumbre política y los riesgos externos continuaron planteando desafíos, lo que influyó en la confianza empresarial y las decisiones de inversión.

El crecimiento del PIB alcanzó el 3.2%, según cifras del Banco Central de Reserva del Perú (BCRP). Esta recuperación se debió principalmente al aumento de la inversión pública, en particular en el sector de la construcción, así como al aumento de la inversión privada. Además, el consumo privado se vio afectado negativamente durante el primer semestre del año debido a una mayor tasa de inflación, pero mostró una recuperación gradual en el segundo semestre, respaldada por una menor inflación, el aumento de la confianza empresarial y el impulso temporal de las retiradas autorizadas de los fondos de pensiones.

A pesar de estos desafíos, hemos seguido invirtiendo y adaptándonos a entornos complejos. Nuestro compromiso con la transformación de vidas y el acceso sigue siendo firme.

En 2024, InRetail Perú registró unos ingresos de 21,683 millones de soles y un EBITDA de 3,003 millones de soles, lo que refleja unas tasas de crecimiento del 3.9% y del 7.6% con respecto a 2023, respectivamente. Estos sólidos resultados ponen de relieve la resiliencia y el liderazgo de la empresa, así como el carácter defensivo de sus tres segmentos de negocio. Todas las cifras de este informe incluyen la NIIF 16:

InRetail Perú Corp.	Al 31 de diciembre (12 meses)				
	2024	2023	2022	Variación % 2024-2023	Variación % 2023-2022
Estado consolidado de situación financiera					
En millones (S/.)					
Ingresos:					
Food Retail	12,137	11,378	10,515	6.7	8.2
Pharma Retail y Distribución	8,810	8,791	8,668	0.2	1.4 %
Shopping Malls	812	763	678	6.5	12.4 %
Ingresos totales	21,683	20,863	19,782	3.9	5.5 %
Coste de ventas:					
Food Retail	-9,286	-8,681	-8,011	7.0	8.4
Pharma Retail y Distribución	-5,936	-6,020	-6,024	-1.4	-0.1 %
Shopping Malls	-271	-264	-228	2.8	15.5

Coste total de ventas	-15,530	-15,000	-14,265	3.5	5.2
Beneficio bruto:					
Food Retail	2,851	2,697	2,504	5.7	7.7 %
Pharma Retail y Distribución	2,874	2,771	2,644	3.7	4.8 %
Shopping Malls	541	499	450	8.5	10.9 %
Total de beneficios brutos	6,153	5,863	5,517	4.9	6.3 %
Gastos administrativos y de venta	-4,111	-3,933	-3,847	4.5	2.2
Otros ingresos (gastos) operativos, netos	88	120	32	-26.7	276.9 %
Beneficio operativo	2,129	2,050	1,702	3.9	20.5 %
Ingresos (gastos) por intereses, netos	-609	-573	-499	6.3	14.7 %
Gasto por impuesto sobre la renta	-549	-541	-459	1.4	18.0 %
Ingresos netos	971	936	744	3.8	25.8 %

Food Retail

A lo largo de 2024, nuestro segmento de Food Retail continuó su fuerte expansión, logrando un incremento neto de +84 miles de m² (+14.2 %) en superficie comercial. Este crecimiento incluyó la apertura de 350 nuevas tiendas Mass y una tienda Makro adicional, lo que elevó la superficie comercial total en todos los formatos a 675 miles de m² al cierre del ejercicio.

Al cierre del ejercicio, nuestra cartera de tiendas ascendía a 1,388 establecimientos: 104 supermercados plazaVea, 7 supermercados Vivanda, 27 tiendas "cash and carry" Makro y 1,250 tiendas Mass.

Como resultado, los ingresos totales del segmento alcanzaron los S/ 12,137 millones, lo que representa un aumento del 6.7 % en comparación con 2023. Las ventas digitales de alimentos registraron un aumento del 16% con respecto al año anterior. El EBITDA ajustado del segmento fue de S/ 1,155 millones, lo que representa un crecimiento del 3.9 % en comparación con 2023, impulsado por el crecimiento de los ingresos, la dilución continua de los costos fijos y las eficiencias operativas, parcialmente compensados por un menor margen bruto y mayores gastos operativos asociados con la apertura de nuevas tiendas. El margen EBITDA ajustado se situó en el 9.5%.

Pharma Retail y Distribución

En 2024, el segmento farmacéutico generó ingresos por S/8,810 millones, un aumento del 0.2% en comparación con 2023. Este crecimiento se explica principalmente por el crecimiento de las categorías no farmacéuticas impulsado por la estrategia de diversificación de categorías, compensado por la disminución de las categorías farmacéuticas, afectadas por la desaceleración generalizada del consumo. Además, nuestra unidad de Distribución registró una contracción debido a la disminución de las ventas en Ecuador.

El EBITDA ajustado del segmento alcanzó S/1,473 millones, lo que representa un aumento del 8.0% con respecto a 2023. El margen EBITDA ajustado mejoró hasta el 16.7%, frente al 15.5% del año anterior, impulsado por la mejora del margen bruto y la continua dilución de los costes fijos, a pesar del incremento de los gastos operativos derivados de la apertura de nuevas farmacias.

A finales de 2024, la cadena de farmacias contaba con un total de 2,400 establecimientos en todo el país, de los cuales 1,325 eran tiendas Inkafarma y 1,075 tiendas Mifarma.

Shopping Malls

El segmento de Shopping Malls cerró el año 2024 con 860,000 m² de superficie bruta alquilable. Los ingresos del segmento ascendieron a 812 millones de soles, lo que supone un aumento del 6.5% con respecto a 2023. Este crecimiento se atribuyó principalmente al aumento contractual de los alquileres, los mayores ingresos por publicidad, la mejora de la ocupación y los mayores ingresos por servicios de gestión.

El EBITDA ajustado del segmento alcanzó los S/501 millones, lo que refleja un aumento del 9.2% con respecto a 2023. El margen EBITDA ajustado (calculado como el EBITDA dividido por los ingresos netos por alquileres) alcanzó el 82.6%, frente al 82.0% de 2023, debido al mayor margen bruto y a la continua dilución de los costes fijos.

Valor generado y distribuido

(GRI 2-19) (GRI 201-1) (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/):

Valor económico directo creado (VEC)		21,927
a) Ingresos	Ingresos operativos, otros ingresos no operativos, ingresos financieros	21,927
Valor económico distribuido (VED)		20,956
b) Gastos operativos	Coste de ventas, gastos de venta, gastos administrativos, otros gastos no relacionados con el coste de ventas y otros gastos no monetarios	17,164
c) Salarios y prestaciones sociales para empleados empleados	Gastos de personal	1,554
d) Pagos a proveedores de fondos	Gastos financieros, pagos de dividendos	989
e) Pagos al gobierno	Impuestos, impuesto sobre la renta corriente, impuestos relacionados con entidades de fines especiales	651
f) Inversiones en la comunidad	Contribuciones en efectivo, tiempo de voluntariado de los empleados, donaciones en especie, otros	71
g) Depreciación, amortización, provisiones y otros	Depreciación y amortización, incluidos los activos por derecho de uso, las reducciones de valor de inventario, las provisiones para cuentas por cobrar, otros	527
Valor económico residual (SEE)		971

Política fiscal e impuestos pagados en 2024

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

InRetail se compromete a mantener prácticas fiscales responsables y eficaces, guiadas por una Política Fiscal Corporativa que prioriza la transparencia, la claridad, el orden y la coherencia. Esta política se aplica en todo InRetail y en todas sus filiales.

A continuación, se presenta un cuadro que resume los impuestos pagados por cada unidad de negocio en 2024. Todos los pagos de impuestos se realizaron en Perú.

En millones (S/.)

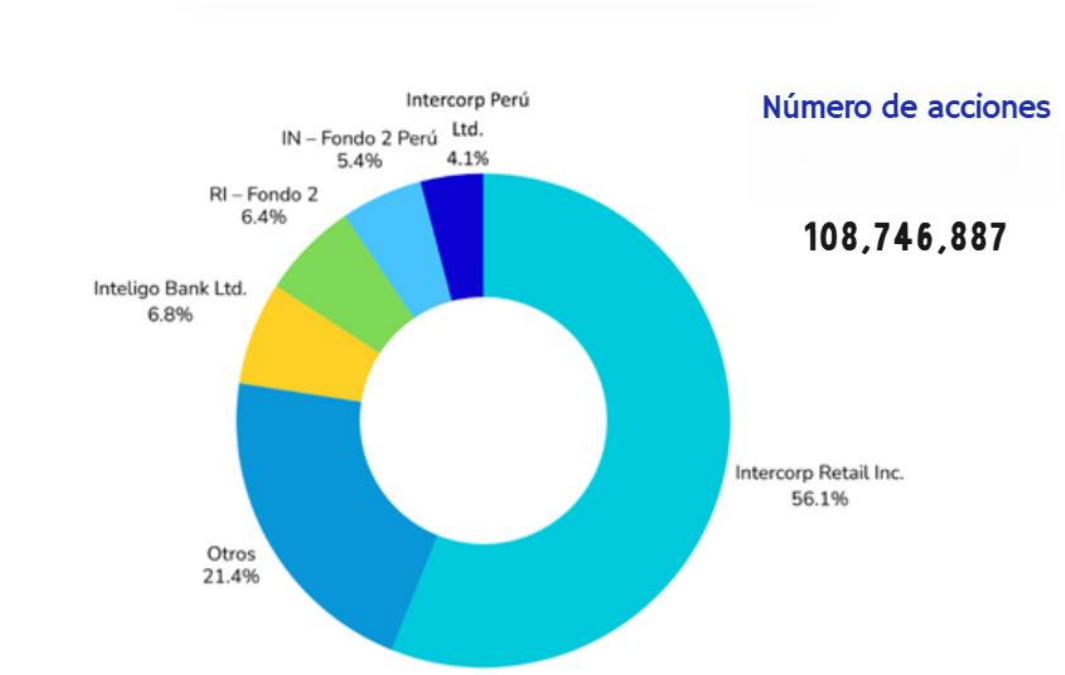
Unidad de negocio	Entidad	Actividad principal	Ingresos	Utilidad Antes de impuestos (MM de S/)	Impuesto a la Renta Devengado en el año (MM de S/)	Impuesto a la Renta e IGV Pagado (MM de S/)
Food Retail	Supermercados Peruanos y filiales	Retail	12,137	405	140	187
Pharma Retail y Distribución	InRetail Pharma	Comercialización de productos farmacéuticos y otros artículos relacionados con la recuperación y salud	8,810	846	275	366
Shopping Malls	Real Plaza	Operación de Shopping Malls	812	364	111	180

Valor generado para los inversores

En cumplimiento con la solicitud de 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 en la empresa.

Al 31 de diciembre de 2024, el 68% de las acciones emitidas de InRetail estaban en manos de empresas del mismo grupo económico, lo que refleja la solidez y estabilidad de nuestra estructura corporativa.

Principales accionistas



Acciones con derecho a voto

Antigüedad	Porcentaje de participación	Número de accionistas
Menos del 1 %	8.26	Número indefinido
Entre el 1 % y el 5 %	17.23	9
Entre el 5 % y el 10 %	18.46	3
Más del 10 %	56.05	1
Total	100	Número indefinido

Estructura accionarial por tipo de inversor - Criterios Bolsa de Valores de Lima (BVL)

Estructura accionarial por tipo de inversor			
Nombramiento de acciones:	INRETC1 PE		
Participación por tipo de accionistas de la acción o título de participación que compone el índice S&P Peru Select (al cierre del ejercicio fiscal).	N.º de acciones	N.º de titulares	% de participación ³
1.- Miembros del Directorio y altos directivos de la sociedad, incluidos familiares ¹	2,060	2	0.00
2.- Trabajadores de la empresa, no incluidos en el punto 1	-	-	-
3.- Personas físicas, no incluidas en los apartados 1 y 2	475,167	1,360	0.44
4.- Fondos de pensiones administrados por administradores de fondos de pensiones bajo la supervisión de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (administradores de fondos de pensiones)	23,606,721	11	21.71
5.- Fondo de pensiones administrado por la Oficina de Normalización de la Previsión Social (ONP)	-	-	-
6. Entidades del Estado peruano, salvo el caso incluido en el siguiente párrafo numeral 5	-	-	-
7.- Bancos, instituciones financieras, cajas de ahorro municipales, instituciones financieras de desarrollo, cajas de ahorro rurales y cooperativas de ahorro y crédito supervisadas por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (Administradoras de Fondos de Pensiones).	8,750	1	0.01
8.- Compañías de seguros bajo la supervisión de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (Administradoras de Fondos de Pensiones)	340,000	2	0.31
9.- Agentes de corretaje, bajo la supervisión del SMV	2,613	3	0.00
10.- Fondos de inversión, fondos mutuos y patrimonios fiduciarios en el ámbito de la Ley del Mercado de Valores y la Ley de Fondos de Inversión, y fideicomisos bancarios en el ámbito de la Ley General del Sistema Financiero	404,549	12	0.37
11.- Patrimonios autónomos y fideicomisos bancarios en el extranjero, en la medida en que puedan identificarse	685,538	32	0.63
12.- Depositarios extranjeros que figuran como titulares de la acción en virtud de un programa ADR o ADS	-	-	-
13.- Depositarios y custodios extranjeros que figuran como titulares de acciones, incluidos los del párrafo 12	7,342,974	3	6.75
14.- Fideicomisarios extranjeros que figuran como titulares de acciones	4,704,435	2	4.33

15.- Entidades no incluidas en los numerales 2 y 4 anteriores	71,174,080	18	65.45
16.- Acciones pertenecientes al índice S&P/BVL Perú Select o valores representativos de estas acciones, en la cartera de la sociedad	-	-	-
Total ⁵	108,746,887	1,446	100.00

Participaciones de los accionistas de las acciones o títulos de participación que componen el índice S&P/BVL Peru Select, según su residencia (al cierre del ejercicio).	N.º de acciones	N.º de titulares	% de participación ³
Domiciliados	26,591,938	1,392	24.45
No domiciliados	82,154,949	53	75.55
Total	108,746,887	1,445	100%

1 Término «familiares» según la normativa sobre propiedad indirecta, vínculos y grupos económicos.

2 Término «entidades» según la normativa sobre propiedad indirecta, vínculos y grupos económicos.

3 Dos decimales

4 Incluye las acciones correspondientes al Grupo Intercorp que no pertenecen al capital flotante.

5 El número total de titulares incluye Inteligo Bank en los números 15 y 13. La posición incluida en el punto 15 refleja las acciones que no forman parte del capital flotante.

Innovación y transformación digital

La innovación y la transformación digital impulsan la eficiencia operativa, mejoran la experiencia personalizada de los clientes y refuerzan la capacidad de InRetail para adaptarse rápidamente a un panorama de mercado en constante evolución.

Mediante la integración de tecnologías avanzadas como la inteligencia artificial (IA), el análisis de datos y la automatización, optimizamos la gestión de la cadena de suministro, mejoramos el control de inventarios y ofrecemos servicios personalizados que aumentan la satisfacción y la fidelidad a largo plazo de los clientes.

Además, la transformación digital amplía nuestros canales de venta, lo que nos permite llegar a nuevos clientes y mantener una ventaja competitiva en una economía cada vez más digital. Al evolucionar continuamente y adoptar soluciones de vanguardia, InRetail mejora su agilidad, resiliencia y capacidad para generar valor sostenible para las partes interesadas.

Estrategia empresarial

IA y análisis de datos

Adoptar una visión estratégica y responsable sobre la IA

El desarrollo de la inteligencia artificial (IA) en Perú presenta importantes retos y oportunidades. Si bien el país se beneficia de una Estrategia Nacional de IA y de un rendimiento regional superior a la media en educación STEM y alfabetización en IA, las limitaciones de infraestructura, como la baja adopción de la tecnología 5G y el acceso restringido a la banda ancha fija, siguen siendo obstáculos para el avance de la IA. Además, la ausencia de programas de máster y doctorado especializados en IA dificulta el desarrollo de la experiencia local.

En InRetail Perú, estamos comprometidos con la adopción estratégica y responsable de la IA para mejorar la eficiencia operativa, la innovación y la sostenibilidad a largo plazo. Para lograrlo, hemos implementado varias acciones que incluyen la creación de un comité interno de IA compuesto por líderes de cada unidad de negocio, con el apoyo de grupos de trabajo multifuncionales. La implementación de una política de IA y un plan de ciberseguridad han sido cruciales en este proceso. Además, hemos colaborado con actores importantes como Google y Microsoft para mantenernos a la vanguardia de las tendencias en IA, organizando talleres que fomentan el intercambio de conocimientos. En 2024, lanzamos un plan de formación en IA para dotar a nuestros equipos de las habilidades necesarias para aprovechar la IA de manera eficaz. Estas sesiones y tendencias con expertos en IA han fortalecido las capacidades internas de la organización.

Política de IA y enfoque en la sostenibilidad

Para 2025, InRetail Perú está desarrollando una nueva política de IA diseñada para evaluar tanto el impacto como el potencial de la IA en la mejora de la eficiencia operativa, la optimización de las operaciones y el impulso de la sostenibilidad en toda la empresa. También integra los riesgos y oportunidades relacionados con la IA en nuestro marco de gobernanza, garantizando una adopción responsable y ética.

Nuestra política de IA se centra en la aplicación de la IA en áreas clave, como la optimización de la cadena de suministro, la eficiencia de los procesos y la mejora de la experiencia del cliente. Algunas de las métricas de rendimiento fundamentales de la política de IA son la reducción de los residuos operativos, la optimización de la logística, la disminución del consumo de energía, el aumento de la precisión de las recomendaciones a los clientes, la reducción de la huella de carbono y la mejora de la satisfacción general de los clientes.

Además, la política subraya nuestro compromiso de minimizar el impacto medioambiental promoviendo el uso de centros de datos sostenibles, optimizando el consumo de energía y midiendo y comunicando periódicamente el impacto medioambiental de las aplicaciones de IA. A través de este enfoque, InRetail Perú garantiza que la adopción de la IA no solo mejora el rendimiento empresarial, sino que también contribuye a un futuro más sostenible y responsable.

IA en InRetail: formación y mejora de las competencias

En 2024, InRetail Perú lanzó un programa integral de formación y mejora de las competencias en IA diseñado para dotar a los empleados de conocimientos esenciales en diversas áreas de la IA. Este programa, de cuatro meses de duración, abarcó una amplia gama de temas, entre los que se incluyen las tendencias en IA, las herramientas, la ciberseguridad, la estrategia de proyectos, la creación rápida, el análisis de datos y demostraciones prácticas de casos.

Estructurado para abordar tanto los aspectos técnicos como los estratégicos de la IA, el programa se diseñó a medida para empleados de diferentes departamentos y altos directivos de la empresa.

Iniciativas de IA

En 2024, se evaluaron 54 iniciativas de IA para determinar su viabilidad e impacto, lo que dio lugar a la ejecución de 31 proyectos en todas las unidades de negocio de InRetail Perú.

Proyectos de Food Retail:

1. IA para la automatización de contenidos para PLP/blog: esta iniciativa mejora las conversiones de las categorías de búsqueda de productos y optimiza el contenido de las páginas de listado de productos (PLP) y las páginas de detalles de productos (PDP). Mediante el uso de modelos de lenguaje local (LLM) y la investigación de palabras clave en los catálogos de productos, genera contenidos a gran escala alineados con las búsquedas del mercado en Google, lo que mejora el SEO, el tráfico orgánico y las tasas de conversión.

2. Recomendador de productos para comercio electrónico: un sistema de recomendaciones personalizadas que mejora la experiencia de compra online, aumentando el compromiso y las compras cuando los clientes inician sesión en el sitio web.
3. Recomendador de productos para la fuerza de ventas de MAKRO: El recomendador de productos para la fuerza de ventas de MAKRO tiene como objetivo personalizar las ventas a los clientes visitados por los RDC (consultores de desarrollo retail) o a través de TELEMAKRO, una plataforma de ventas a distancia. Este proyecto se centra en mejorar la eficacia de las ventas recomendando productos específicos adaptados a las necesidades y preferencias de cada cliente.
4. Recomendador de cupones - Programa de fidelización - VIVANDA: Una iniciativa específica para impulsar la retención y la reactivación de los clientes a través de un sistema de cupones personalizados impulsado por IA, aumentando la fidelidad de los clientes.
5. Desarrollo de imágenes con IA: Una solución económica que reduce los gastos en fotografía de modelos y escenarios mediante el uso de la IA.
6. Segmentación de clientes para marcas: plazaVea, Vivanda, Makro y Merkao. Esta herramienta impulsada por IA permite hiperpersonalizar las audiencias a través de los medios digitales, basándose en una mejor segmentación y perfilado de los clientes. Al mejorar la segmentación y el perfilado de los clientes, esta herramienta permite una segmentación más precisa y estrategias de marketing es a medida. Este enfoque garantiza que las marcas puedan llegar de forma eficaz a su público objetivo, mejorar la interacción con los clientes y aumentar la eficiencia de sus esfuerzos de marketing.

OSLO:

1. El sistema «Blue Yonder - Luminate» para el reabastecimiento de la categoría de productos frescos utiliza herramientas de IA y ML para mejorar las previsiones de ventas incorporando variables como la temperatura, los cambios de precios y los calendarios de eventos. El sistema aprende continuamente de sus decisiones, lo que permite mejorar las previsiones con el tiempo. El resultado es una mejor gestión del suministro, una reducción de las pérdidas de ventas, una minimización de las mermas y una reducción de la generación de residuos sólidos, lo que en última instancia mejora la vida útil de los productos frescos.
2. Sistema de gestión del transporte (TMS) con la herramienta OTM de Oracle: la herramienta OTM de Oracle nos ayuda a gestionar todas las actividades de transporte en la cadena de suministro global. Este sistema facilita la planificación, la ejecución y la optimización del movimiento físico de mercancías, tanto entrantes como salientes, garantizando la entrega puntual y la documentación precisa. La implementación de Oracle Transportation Management (OTM) contribuye a reducir los costes de transporte, mejorar la eficiencia operativa y optimizar los niveles de servicio.
3. Operación de recogida de unidades (ADAPTO): El sistema ADAPTO se centra en las operaciones de recogida de unidades mediante la automatización de la recogida de productos individuales. Esta tecnología mejora la velocidad y la precisión del proceso de recogida, al tiempo que maximiza la utilización del espacio y proporciona un acceso rápido a los productos almacenados. Prevista para su implementación en julio de 2025, ADAPTO está diseñada para soportar una capacidad de stock de 5,000 a 7,000 referencias y funciona bajo un modelo Good To Person (GTP) utilizando lanzaderas, con 16 operadores en 2 turnos.
4. Robots AMR (recogida de cajas): El proyecto AMR (Autonomous Mobile Robots) en Oslo se implementó en 2024 para la recogida de cajas. Estos robots autónomos están diseñados para optimizar el proceso de recogida de

productos, reduciendo el tiempo y el esfuerzo necesarios para completar los pedidos. Los AMR se mueven en tres dimensiones a través de un sistema de rampas, lo que permite una manipulación segura y armoniosa de los productos. Este sistema de automatización optimiza los pedidos de equilibrio enviados al clasificador (Pre-Pick), gestionando 300 referencias de stock más referencias de flujo continuo, con un modelo de trabajo Good To Person (GTP) que utiliza 16 robots AMR. Además, cuenta con 10 salidas multitienda adicionales en el clasificador.

Proyectos en Pharma Retail:

Las siguientes iniciativas impulsadas por la IA se están implementando en las farmacias peruanas:

1. IA para la gestión de acuerdos: esta iniciativa agiliza el proceso de apoyo empresarial relacionado con los acuerdos, incluida la validación de recetas médicas, la auditoría de las condiciones de los acuerdos y la gestión de los cobros, lo que garantiza una mayor precisión y eficiencia.
2. IA para la gestión de reclamaciones posventa / SAC: Una solución diseñada para optimizar el proceso de clasificación, asignación y resolución de reclamaciones de los clientes, mejorando significativamente los tiempos de respuesta.
3. IA para la gestión de facturas de tienda: automatiza la extracción, consolidación y envío de facturas de tienda, reduciendo el trabajo manual y aumentando la eficiencia operativa.
4. IA para el tráfico en farmacias: utiliza el análisis de vídeo de las cámaras de seguridad de las farmacias para medir la conversión del tráfico de clientes en ventas, proporcionando información basada en datos para optimizar el rendimiento en la tienda.

Proyectos en Shopping Malls:

En los Shopping Malls Real Plaza, las principales iniciativas de IA incluyen:

1. Análisis de la experiencia del cliente con IA para Real Plaza: automatiza el proceso de revisión de comentarios NPS (Net Promoter Score), clasificándolos en categorías comerciales relevantes. Esto permite obtener información basada en datos y recomendaciones prácticas para mejorar la experiencia del cliente y optimizar la toma de decisiones.
2. Introducción automática de cartas de garantía: agiliza el proceso de validación y registro de las cartas de garantía de los inquilinos, lo que garantiza un seguimiento eficiente y minimiza los riesgos de garantías caducadas.
3. Modelo de estimación del consumo energético: desarrolla un modelo predictivo de IA para estimar el consumo energético mensual y futuro de los inquilinos, optimizando la planificación de recursos, la toma de decisiones y promoviendo un uso eficiente de la energía.
4. Lectura de recibos – 2.ª versión: mejora la captura de datos de los clientes a través de los tickets de compra en eventos de marketing, mejorando el conocimiento de los clientes y las estrategias de fidelización.
5. Chatbot para visitantes: sistema conversacional basado en IA que ayuda a los visitantes a encontrar rápidamente lo que buscan, mejorando su experiencia y aumentando su satisfacción a través de respuestas precisas y personalizadas.

Ciberseguridad y seguridad de la información

Política corporativa y gobernanza

En InRetail Perú Corp., nuestra estrategia de ciberseguridad y seguridad de la información se basa en un Modelo de Madurez Corporativa inspirado en la norma ISO 27001 para la Gestión de la Seguridad de la Información y alineado con los requisitos legales peruanos (Ley N.º 29733).

Nuestra Política Corporativa de Seguridad de la Información, de carácter integral, abarca la ciberseguridad, la privacidad de la información y la protección de datos, garantizando la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información. Esta política asegura la protección de los recursos y datos personales en nuestras operaciones y se extiende a nuestros proveedores y clientes, reforzando un ecosistema digital seguro.

Además, actualmente estamos desarrollando una Política de Ciberseguridad que incluye la implementación de un observador de privacidad de datos, cuya finalización está prevista para noviembre de 2025.

Estructura de gobernanza

Una sólida gobernanza de la ciberseguridad es una prioridad clave en InRetail Peru Corp. Comités especializados supervisan nuestras iniciativas de seguridad, gestionan de forma proactiva los riesgos y promueven la concienciación y la formación en materia de ciberseguridad entre los empleados.

Para garantizar el cumplimiento y reforzar las medidas de seguridad, realizamos auditorías periódicas que salvaguardan la integridad y la confidencialidad de la información de nuestros clientes y socios.

Liderazgo y gestión

En InRetail Peru Corp., la Vicepresidencia Corporativa de Tecnología de la Información, dirigida por la Sra. Trinidad Camarasa, supervisa tanto la gestión de TI como la gestión de la ciberseguridad. Estos departamentos apoyan activamente todos los proyectos en plataformas como Microsoft Office, ventas en línea, aplicaciones móviles y servicio al cliente, mitigando eficazmente las posibles amenazas cibernéticas.

Para garantizar un enfoque integral y específico para cada negocio en materia de ciberseguridad, cada unidad de negocio cuenta con el apoyo de un responsable de seguridad de la información (BISO). Estos responsables se encargan de implementar las directrices de ciberseguridad, hacer cumplir las políticas corporativas y desplegar herramientas de seguridad personalizadas para adaptarse a las necesidades operativas de cada unidad.

Gestión y supervisión de incidentes

En InRetail Peru Corp., nuestras políticas de gestión de incidentes de seguridad de la información definen claramente las responsabilidades de las partes interesadas en caso de que se produzca un incidente de seguridad. Los empleados deben informar inmediatamente de cualquier incidente al servicio de asistencia, para que nuestro equipo de ciberseguridad pueda tomar medidas inmediatas para hacer frente a la amenaza y resolver el problema.

Para mejorar nuestras defensas contra las amenazas cibernéticas, hemos implementado una serie de proyectos de gestión de incidentes de seguridad de la información diseñados para reforzar la integridad y la confidencialidad de los datos. Estas iniciativas incluyen la implementación de un modelo de madurez para evaluar la preparación de nuestras unidades de negocio, la adopción de servicios de ciber vigilancia para la detección temprana de amenazas y la formación integral en hacking ético y ciberseguridad. Además, hemos desplegado soluciones avanzadas de detección y respuesta, como Endpoint Detection and Response (EDR), para identificar y mitigar de forma proactiva las amenazas potenciales.

Cada unidad de negocio sigue un proceso estructurado de gestión de incidentes, lo que garantiza la rendición de cuentas en todos los niveles. La primera línea de defensa son nuestros empleados, a quienes se anima a informar de los incidentes por correo electrónico o contactando directamente con los equipos de TI y ciberseguridad. Una vez notificado un incidente, el equipo de ciberseguridad toma el control y aborda la amenaza en consecuencia, tomando medidas para contener, investigar y resolver el problema.

A nivel del Directorio, la Sra. Mariela García, miembro independiente del Comité de Auditoría, es responsable de supervisar los asuntos de ciberseguridad. Su amplia experiencia en gestión de riesgos y ciberseguridad, junto con su cargo de directora general del Grupo Ferreycorp, aporta valiosos conocimientos y enriquece nuestro marco de gobernanza.

El Comité de Auditoría, en estrecha colaboración con el vicepresidente corporativo de Tecnología de la Información, garantiza que nuestras políticas de seguridad, marcos de gobernanza y modelos de madurez estén alineados con la visión estratégica de InRetail y cumplan plenamente con los requisitos reglamentarios.

Los planes de acción en materia de ciberseguridad son revisados periódicamente por el Directorio, mientras que los casos e incidentes de ciberseguridad son supervisados por el Comité de Auditoría.

Mejora continua y cumplimiento

En InRetail Perú Corp., hemos desarrollado planes de continuidad del negocio (BCP) que abordan los riesgos de seguridad de la información para garantizar la resiliencia operativa frente a las amenazas cibernéticas, las interrupciones del sistema y otros incidentes de la infraestructura de TI. Estos planes incluyen objetivos de tiempo de recuperación (RTO) definidos, protocolos de copia de seguridad, sistemas de comunicación alternativos y la priorización de los procesos críticos, especialmente en el comercio electrónico, los servicios farmacéuticos y los sistemas de la cadena de suministro. Nuestros BCP se revisan y actualizan periódicamente y están alineados con estándares internacionales como el marco del NIST.

Nuestro Comité de Auditoría lleva a cabo evaluaciones internas exhaustivas cada tres meses, garantizando el cumplimiento de los estándares del sector y abordando de forma proactiva cualquier problema de seguridad. Además, se realizan auditorías externas sobre los controles generales de TI para validar el cumplimiento de los requisitos de los auditores y reforzar nuestra postura en materia de ciberseguridad.

A fecha de diciembre de 2024, hemos implementado y actualizado seis nuevas políticas para reforzar nuestra estructura de gobernanza y nuestros protocolos de seguridad. Entre ellas se incluyen la Política de gestión de incidentes cibernéticos, la Política de seguridad de la información corporativa, la Política de seguridad de los proveedores, la Política de gestión del acceso corporativo, la Política de solicitud de acceso de clientes VPN y la Política de uso aceptable de la empresa. Estas políticas establecen medidas de seguridad sólidas en todas nuestras operaciones, garantizando que la integridad de nuestros datos, la confidencialidad y el cumplimiento de las normas reglamentarias sigan siendo prioritarios en nuestra estrategia de ciberseguridad.

Proceso de escalamiento para que los empleados reporten incidentes

En InRetail Perú Corp., promovemos una cultura de seguridad digital en todos los niveles de la organización. Para garantizar una respuesta oportuna y eficaz ante incidentes de ciberseguridad, hemos implementado un proceso de escalado que todos los empleados deben seguir cuando identifiquen situaciones sospechosas o vulnerabilidades tecnológicas.

Si se identifica un incidente relacionado con la ciberseguridad, los empleados deben reportarlo inmediatamente enviando un correo electrónico con los detalles del caso a **segurinfo@intercorpretail.pe**. El equipo especializado evaluará la situación y la escalará a las áreas correspondientes si es necesario, garantizando una respuesta oportuna y la mitigación

de riesgos. Tras esta notificación, el equipo especializado evalúa la gravedad del incidente, activa los protocolos correspondientes y, si es necesario, escala el caso a niveles superiores de gestión de riesgos o al Comité de Crisis.

Este mecanismo permite contener rápidamente el impacto, mitigar los daños y reforzar continuamente nuestros controles, contribuyendo así a la resiliencia digital del negocio.

Sanciones

El incumplimiento de las medidas de seguridad de la información puede dar lugar a medidas disciplinarias destinadas a corregir el comportamiento. Dependiendo de la gravedad de la infracción, las consecuencias pueden incluir interrupciones del trabajo individuales o colectivas, suspensiones sin sueldo o, en casos extremos, el despido.

Progreso 2024

Desde 2023, hemos comenzado a integrar evaluaciones de desarrollo seguro alineadas con las mejores prácticas internacionales establecidas por la fundación OWASP. En 2024, hemos reforzado significativamente nuestra seguridad en la nube mediante el hacking ético, un proceso legal y autorizado para identificar vulnerabilidades en nuestras aplicaciones, sistemas e infraestructura. Este enfoque proactivo nos ha permitido detectar errores de configuración, lagunas en el software y deficiencias en la protección de datos, garantizando que nuestros sistemas sigan siendo seguros, resilientes y conformes con las mejores prácticas del sector.

Hacking ético por unidad de negocio	
Food Retail	1
Pharma Retail y Distribución	1
Shopping Malls	1
Digital	1
Total	4

- Implementación de CyberSOC: En colaboración con Deloitte, hemos implementado con éxito CyberSOC, un servicio de monitorización de amenazas cibernéticas las 24 horas del día, los 7 días de la semana. Esta iniciativa ha mejorado nuestras capacidades de detección y respuesta en materia de seguridad de la información, aumentando nuestra atención y tasa de respuesta a las alertas cibernéticas del 80% al 100%. Además, hemos desarrollado indicadores de gestión y planes de mejora continua para reforzar nuestros marcos de gestión de incidentes cibernéticos.
- Marco de seguridad de la información y ciberseguridad: Hemos desarrollado el «IRSP - InRetail Security Program», un marco integral de seguridad de la información y ciberseguridad, diseñado para reducir los riesgos cibernéticos. Este marco incluye aproximadamente 132 controles de seguridad basados en el marco de buenas prácticas de seguridad de la información (SOGP) de la institución internacional ISF. También integra normas clave como la ISO/IEC 27002, el Marco de Ciberseguridad del NIST y la Matriz de Control de la Nube de la CSA, lo que garantiza una estructura de seguridad robusta y adaptable. La implementación de este marco comenzará en 2025.
- Marco de control interno de TI: Para reforzar la gobernanza y la gestión de riesgos de TI, hemos desarrollado un sólido conjunto de controles generales que nos permiten evaluar el diseño, la implementación y la eficacia operativa de los puntos de control clave de TI desde múltiples perspectivas. Este marco garantiza una cobertura completa de los riesgos de TI, con especial atención a la disponibilidad operativa y la mitigación de las amenazas cibernéticas. La iniciativa se llevó a cabo en colaboración con el equipo de Auditoría Interna, lo que reforzó aún más nuestro entorno de control interno general.

Hoja de ruta de ciberseguridad 2024

IA en ciberseguridad

La Hoja de ruta de ciberseguridad de Inretail Perú destaca el papel fundamental de la inteligencia artificial en la mejora de nuestras medidas de ciberseguridad. De febrero a junio de 2025, implementaremos políticas, procedimientos y campañas de sensibilización centradas en el uso responsable de la IA. El objetivo principal es reducir la exposición a violaciones de datos y ciberintrusiones, al tiempo que se garantiza la evaluación continua de los proyectos y contratos relacionados con la IA para mitigar los riesgos financieros y normativos. Este enfoque refuerza la resiliencia de la ciberseguridad mediante la integración de tecnologías avanzadas y las mejores prácticas de gestión de riesgos.

Formación en concienciación sobre seguridad de la información:

En InRetail Perú Corp., se ofrecen cursos completos de ciberseguridad a todo el personal administrativo a través de la plataforma WeConnect 2.0. Estos cursos anuales obligatorios garantizan que todos los empleados asuman la responsabilidad de la seguridad de la información e instauren una cultura de concienciación sobre la seguridad y la responsabilidad compartida en toda la organización.

Para mejorar aún más la preparación, se llevan a cabo ejercicios anuales de concienciación sobre ciberseguridad para evaluar la preparación de los empleados para responder a posibles amenazas. En 2024, estos ejercicios se programaron trimestralmente, con la posibilidad de aumentar la frecuencia en 2025. Además, la formación obligatoria anual en ciberseguridad se incorpora a las evaluaciones de rendimiento de los empleados, que se supervisan a través de la plataforma de RR.HH. Oracle, lo que garantiza el pleno cumplimiento y la rendición de cuentas en las mejores prácticas de ciberseguridad.

Hemos logrado avances significativos en el desarrollo de un Plan de Respuesta Integral para hacer frente a los ciberataques más recurrentes, incluidos el phishing, el spear phishing, el ransomware y las violaciones de datos, tanto en entornos cloud como locales.

Violaciones de la seguridad de la información

Año	Número de brechas
2024	0

Certificación

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

Política de privacidad de los datos de los clientes

En InRetail Perú Corp., nos comprometemos a proteger la privacidad de los datos de nuestros clientes a través de una Política de Privacidad integral que rige todas nuestras operaciones. Además de nuestra política de privacidad corporativa, hemos establecido una Política de Seguridad para Proveedores con el fin de garantizar que cualquier dato personal recopilado, utilizado o compartido, ya sea por nuestra empresa o por nuestros proveedores, se gestione de forma responsable y en pleno cumplimiento de nuestras normas de privacidad. Cada unidad de negocio también mantiene políticas de privacidad de datos específicas adaptadas a sus operaciones, que están disponibles públicamente en los sitios web de nuestras marcas.

Estas políticas proporcionan a los clientes información transparente y detallada sobre cómo se recopilan, utilizan y protegen sus datos personales. Además, nos aseguramos de que nuestras políticas estén alineadas con la legislación peruana, en concreto con la Ley de Protección de Datos Personales (Ley N.º 29733) y su reglamento.

Con la introducción de una nueva ley de protección de datos personales en Perú en 2024, hemos reforzado nuestros esfuerzos de cumplimiento con el apoyo de expertos jurídicos externos para garantizar el cumplimiento de la nueva normativa. Nuestro departamento jurídico está analizando activamente los cambios normativos y ha elaborado un plan de trabajo estratégico para 2025 con el fin de garantizar la plena alineación con los requisitos legales actualizados.

«La política de privacidad de datos está integrada en la gestión de riesgos y el cumplimiento normativo de InRetail PerúCorp».

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

Cientes cuyos datos se utilizan para fines secundarios

En 2024, seguimos dando prioridad al uso responsable de los datos de los clientes. Aunque recopilamos datos de los clientes para enviarles promociones e información sobre eventos de nuestras marcas, lo hacemos exclusivamente con usuarios registrados que han autorizado el uso de sus datos para tales fines. Siempre se incluyen cláusulas de consentimiento de datos, lo que garantiza la transparencia y el respeto de las preferencias de los usuarios.

Para garantizar la protección de los datos y la confianza de los usuarios, mantenemos cláusulas de consentimiento claras y transparentes, que permiten a los clientes controlar cómo se utilizan sus datos. Como resultado, no utilizamos la información de los clientes para fines secundarios o no autorizados.

En 2024, no se registró ninguna queja de clientes relacionada con la privacidad de la información.

Sostenibilidad

RESUMEN 2024

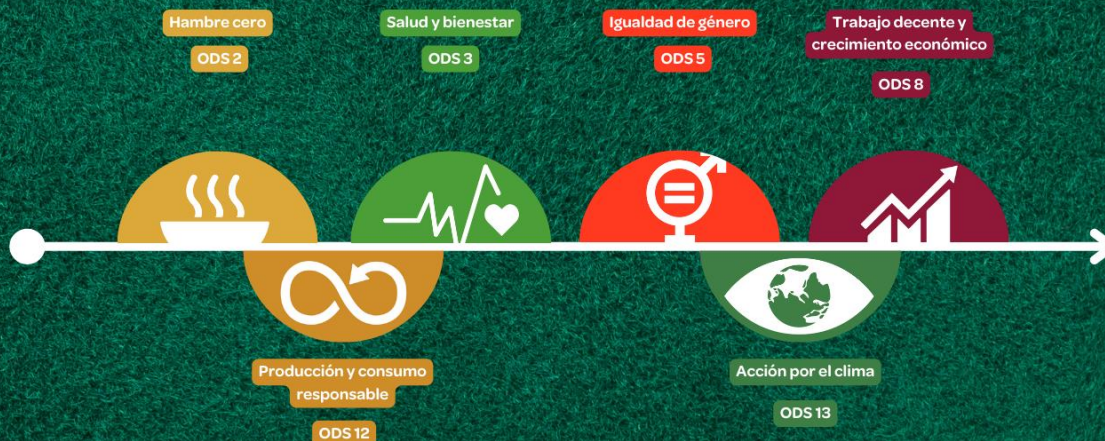
Agrupación de los impactos significativos en temas materiales



Mapa integrado de partes interesadas y canales de participación



Nuestro compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)



Sostenibilidad

Nuestro compromiso con la sostenibilidad

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

En InRetail Perú Corp., la sostenibilidad no es solo una responsabilidad, es un pilar estratégico que guía nuestras decisiones y operaciones. En **InRetail**, la sostenibilidad está integrada tanto a nivel corporativo como operativo. A **nivel de grupo**, un **responsable o departamento dedicado a la sostenibilidad** supervisa las estrategias relacionadas con los criterios ESG, garantizando su alineación con la visión a largo plazo de la empresa y las prácticas comerciales responsables.

La supervisión a nivel del Directorio se mantiene a través de un **comité** designado, que proporciona orientación estratégica sobre cuestiones ESG, reforzando la gobernanza y la rendición de cuentas. Además, se ha establecido **un director ejecutivo de sostenibilidad** para cada unidad de negocio con el fin de supervisar y aplicar las iniciativas de sostenibilidad en todas las unidades de negocio, garantizando la integración y la coherencia.

A través de nuestra Política de Sostenibilidad Corporativa, integramos los principios ambientales, sociales y de gobernanza en todos los aspectos de nuestro negocio, garantizando que nuestras prácticas sean responsables y estén alineadas con las necesidades de las partes interesadas.

Nuestra Estrategia de Sostenibilidad Corporativa se basa en cuatro pilares fundamentales:

- **Planeta:** Proteger los recursos naturales, reducir nuestra huella medioambiental e impulsar la acción climática.
- **Personas:** Promover el bienestar, la inclusión y el desarrollo dentro de nuestra organización y nuestras comunidades.
- **Integridad:** Fomentando la transparencia, las prácticas comerciales éticas y la responsabilidad corporativa.
- **Prosperidad:** Crear valor a largo plazo a través del crecimiento económico sostenible y la innovación.

Cada pilar se sustenta en objetivos y metas a medio plazo, lo que nos permite medir el progreso e impulsar un impacto significativo en todas nuestras unidades de negocio y cadena de suministro. Además, cada unidad desarrolla su propia estrategia de sostenibilidad, abordando necesidades específicas y reforzando nuestra visión corporativa global.

Al integrar la sostenibilidad en nuestra cultura, InRetail Perú Corp. se dedica a promover prácticas empresariales responsables que generen un cambio positivo para las personas y el planeta.

Nuestro compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

En InRetail Perú Corp., alineamos nuestra estrategia de sostenibilidad con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, asegurándonos de que nuestras acciones contribuyan a los esfuerzos globales por un futuro más sostenible y equitativo. Si bien nuestras iniciativas apoyan en cierta medida los 17 ODS, hemos identificado seis (6) objetivos en los que generamos el impacto más significativo a través de iniciativas específicas. Estos seis ODS no solo son aquellos en los que nuestra contribución es más fuerte, sino que también representan prioridades críticas para el sector retail.

Hambre cero (ODS 2)

Apoyamos la seguridad alimentaria a través de iniciativas como *Bueno por Dentro*, que redistribuyó más de 24 millones de raciones de alimentos a comunidades vulnerables en 2024, y mediante medidas para reducir el desperdicio de alimentos en todas nuestras operaciones. Estos esfuerzos garantizan el acceso a alimentos seguros, al tiempo que refuerzan las prácticas responsables de inventario y donación.

Salud y bienestar (ODS 3)

Ofrecemos productos sanitarios de calidad y asequibles a través de nuestra red de más de 2,300 farmacias, llegando a comunidades donde los servicios públicos son limitados. Programas como el «Plan de Apoyo al Paciente», «Farmacia Vecina» y diversas campañas de salud promueven el bienestar de todos.

Igualdad de género (ODS 5)

Celebramos la diversidad y promovemos la igualdad de género a través de políticas laborales inclusivas, igualdad salarial y programas de desarrollo profesional. Iniciativas como «Mujeres que IRadian», «Mujeres Líderes» y «Programa Japi Woman» ayudan a fomentar un lugar de trabajo equitativo.

Trabajo decente y crecimiento económico (ODS 8)

Defendemos los derechos humanos y actuamos con la debida diligencia para prevenir impactos negativos en nuestra cadena de valor. Apoyando las economías locales y el emprendimiento, iniciativas como «La Placita del Emprendimiento» y «Perú Pasión» promueven el crecimiento sostenible.

Producción y consumo responsables (ODS 12)

A través de programas de reciclaje, iniciativas de reducción de residuos y prácticas de envasado responsables, minimizamos activamente nuestra huella ambiental. Programas como «Recicla Mass», «Recicla Botica» y «Reutilización de cajas y bandejas de plástico» impulsan el consumo sostenible.

Acción por el clima (ODS 13)

Integramos la eficiencia energética, la logística de bajas emisiones y la optimización del reciclaje en nuestras operaciones, lo que garantiza un enfoque proactivo para la mitigación del cambio climático. El programa «Recicla Consciente» y nuestro Plan de Prevención de El Niño refuerzan nuestros esfuerzos de resiliencia climática.

Al incorporar estos ODS en nuestra estrategia empresarial, creamos valor a largo plazo para la sociedad, el medio ambiente y la economía, garantizando un futuro sostenible para todos.

Nuestros grupos de interés: un enfoque estratégico para el compromiso

(GRI 2-29)

Reconocemos que la participación efectiva de las partes interesadas es fundamental para el éxito empresarial sostenible. Guiados por los Estándares GRI, nuestro enfoque garantiza que las perspectivas e intereses de los grupos clave se integren en la toma de decisiones, reforzando la transparencia y la rendición de cuentas.

Cada año, revisamos y actualizamos nuestros grupos de partes interesadas en todas las unidades de negocio, garantizando la alineación con las prioridades cambiantes y la dinámica del sector. Nuestras partes interesadas incluyen:

- **Empleados:** Nuestra plantilla es fundamental para nuestras operaciones. Nos centramos en el bienestar, el desarrollo profesional y la inclusión, fomentando un entorno de trabajo positivo y productivo.

- **Clientes:** Damos prioridad a la satisfacción del cliente, las prácticas comerciales éticas y los productos sostenibles, adaptándonos a las expectativas de los consumidores y a las tendencias de consumo responsable.
- **Proveedores:** La colaboración con proveedores responsables garantiza un abastecimiento ético, la resiliencia de la cadena de suministro y los compromisos de sostenibilidad.
- **Organizaciones de la sociedad civil:** Colaboramos con ONG, grupos de defensa y centros de investigación para abordar los retos medioambientales y sociales a través de la acción colectiva.
- **Comunidades:** Las comunidades locales desempeñan un papel fundamental en la configuración de nuestro impacto en materia de sostenibilidad. Apoyamos el desarrollo económico, la inclusión social y la gestión medioambiental.
- **Gobierno y reguladores:** El cumplimiento y la colaboración con las entidades gubernamentales garantizan el cumplimiento de la normativa y la alineación con los objetivos nacionales en materia de clima y sostenibilidad.
- **Inversores:** El rendimiento en materia de ESG es cada vez más relevante para los inversionistas. Mantenemos una información y una gobernanza transparentes, garantizando la alineación con las consideraciones de materialidad financiera.

Compromiso e impacto

Mediante el mantenimiento de un diálogo activo con estos grupos, identificamos temas de sostenibilidad relevantes, alineamos las estrategias corporativas con las prioridades de las partes interesadas y mejoramos la gestión de riesgos y oportunidades. Nuestro compromiso con la capacidad de respuesta a las partes interesadas refuerza la integridad corporativa, impulsa el crecimiento responsable y garantiza que la sostenibilidad siga siendo una prioridad fundamental del negocio.

Análisis de materialidad 2024

(GRI 3-1)

Para mantener actualizadas las prioridades de nuestra estrategia de sostenibilidad, realizamos un análisis de materialidad cada dos años con el fin de identificar las cuestiones ESG más significativas para nuestras operaciones, las partes interesadas y el contexto general. Nuestra evaluación de la materialidad está dirigida por nuestro equipo de sostenibilidad.

En 2024, implementamos un enfoque de doble materialidad, integrando la metodología de materialidad de impacto de los Estándares GRI, el nuevo marco de materialidad de EFRAG y las directrices de materialidad financiera de SASB para evaluar de manera integral los impactos, los riesgos y las oportunidades.

En esta actualización, hemos integrado una reevaluación exhaustiva de los impactos externos y financieros, garantizando que nuestra estrategia siga respondiendo a los cambios en nuestro entorno operativo y refuerce la eficacia de nuestro marco de gestión de riesgos y oportunidades.

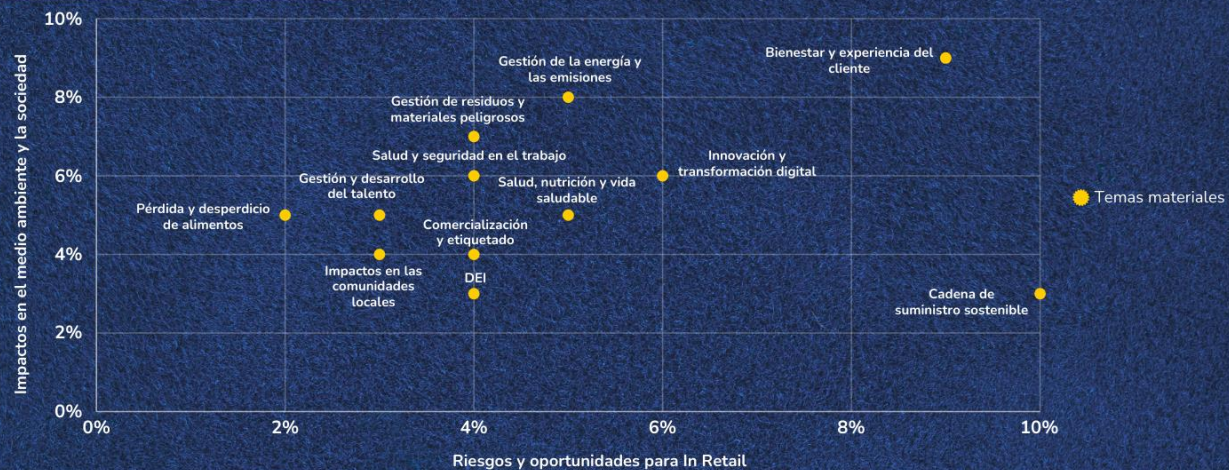
Materialidad

PROCESO 2024

Agrupación de los impactos significativos en temas materiales



Validación del proceso y matriz



Compromisos y avances en cuestiones importantes

Tema material	Meta 2026	Progreso 2024
Bienestar y experiencia del cliente	Mejorar el índice de satisfacción del cliente a 60 % en 2026.	Índice de satisfacción del cliente del 64 %.
Gestión de la energía y las emisiones	El 60 % del suministro a clientes libres debe proceder de acuerdos de compra de energía renovable (PPA).	Negociación activa de contratos de energía renovable para todos los clientes con alto consumo.
Cadena de suministro sostenible	Garantizar que el 100 % de los proveedores críticos cumplan con las normas medioambientales, sociales y de gobernanza.	121 de los 186 proveedores críticos completaron la encuesta a proveedores en 2024.
Salud, nutrición y vida saludable	Alcanzar el 80 % de los ingresos anuales con productos saludables de marcas blancas.	El 180,7 % de los ingresos procedentes de productos saludables de marcas blancas en 2024.
Gestión de residuos y materiales peligrosos	Reducir y reciclar el 75 % de los residuos generados en todas las unidades de negocio.	El 71 % de los residuos generados se reciclaron en las operaciones.
Innovación y transformación digital	El 100 % de las unidades de negocio con proyectos operativos de IA activos.	<30 % de las unidades de negocio tienen proyectos de IA activos, 100 % tiene proyectos piloto de IA o procesos de estabilización y ampliación.
Gestión del talento y formación	Formar al 100 % de los empleados en programas de desarrollo profesional y formación continua.	47.06% of employees trained.
Salud y seguridad en el trabajo	Reducir la tasa de accidentes (IA) en un 25 %.	El 47,06 % de los empleados ha recibido formación.
Comercialización y etiquetado	Alcanzar un NPS del 60 % entre los clientes de InRetail.	64,2 % de NPS obtenido de los clientes de InRetail.
Pérdida y desperdicio de alimentos	Alcanzar una recuperación del 53 % de las pérdidas y el desperdicio de alimentos (ej. donaciones, compost, piensos para animales o biogás) para 2026.	En 2024 se logró recuperar el 54,2 % de las pérdidas de alimentos.
Desarrollo de la comunidad local	Beneficiar a 100 000 personas a través de proyectos de valor compartido.	Más de 90 000 personas se beneficiaron a través de “Bueno por Dentro”.
Buen gobernanza corporativa	Asegurarse de que el 90 % de los empleados pueda acceder al canal de ética y que el 100 % de las denuncias recibidas se tramiten dentro del plazo establecido.	La cobertura de la formación sobre el canal de ética entre los empleados de InRetail alcanzó el 92,2 %.

Proceso de materialidad

Nuestra metodología sigue un enfoque de cinco pasos:

1. Diagnóstico: comprensión del contexto

Analizamos los factores internos y externos para evaluar la materialidad a nivel de sector y de unidad de negocio, revisando:

- Los parámetros de referencia ESG de otras empresas del sector
- Mapeo de las partes interesadas y resultados de su participación
- Tendencias normativas y estándares de sostenibilidad (GRI, SASB, EFRAG)
- Matrices de riesgo y evaluaciones de materialidad de todas las unidades de negocio
- Divulgaciones relacionadas con el clima, incluido el informe corporativo TCFD

Además, recopilamos los comentarios de las partes interesadas a través de encuestas de satisfacción, quejas y procesos de consulta, lo que garantiza que sus prioridades se reflejen en la evaluación.

2. Identificación de los impactos

Identificamos los impactos positivos y negativos reales y potenciales en cuatro dimensiones clave:

- Impactos económicos, incluidos los riesgos y oportunidades financieros.
- Impactos medioambientales, como la huella de carbono y el uso de recursos.
- Impactos sociales, con especial atención a los derechos humanos y las condiciones laborales.
- Rendimiento empresarial, incluyendo la resiliencia operativa y el posicionamiento en el mercado

Para identificar los impactos relacionados con el negocio, se llevó a cabo una consulta con las principales partes interesadas de cada negocio a través de un taller.

3. Evaluación de la importancia del impacto

Aplicamos un modelo de evaluación cuantitativa que prioriza los impactos negativos reales en función de:

- Escala (gravedad del impacto).
- Alcance (extensión de las personas o ecosistemas afectados).
- Irremediabilidad (dificultad para revertir el daño).

Los impactos positivos se evalúan según:

- Escala (grado de impacto beneficioso).
- Alcance (amplitud de los beneficios, por ejemplo, número de partes interesadas afectadas).

En cuanto a los impactos potenciales, se evalúan tanto la probabilidad de que se produzcan como las implicaciones financieras utilizando nuestra metodología de riesgo corporativo, que integra las cuestiones de sostenibilidad relevantes en nuestra matriz de riesgo empresarial.

Para evaluar los impactos relacionados con el negocio, se llevó a cabo una consulta con las principales partes interesadas de cada negocio a través de un taller.

4. Priorización de los impactos

Basándonos en las evaluaciones de impacto, aplicamos un modelo de umbral para determinar las cuestiones ESG más significativas, priorizándolas en función de las expectativas de las partes interesadas y los objetivos estratégicos.

5. Agrupación de los impactos significativos en temas materiales

Consolidamos nuestros hallazgos en cuestiones materiales corporativas, clasificándolas en 12 temas estratégicos, incluidos seis clasificados bajo doble materialidad, lo que garantiza la alineación con los Estándares GRI.

Validación del proceso y matriz

Nuestro análisis de materialidad es validado por la Dirección de Auditoría Corporativa y la Dirección de Sostenibilidad Corporativa. A continuación, es aprobado por la Vicepresidencia de Recursos Humanos y Sostenibilidad y la Vicepresidencia de Finanzas.

Compromisos y avances en cuestiones materiales

Para garantizar la gestión eficaz de nuestros temas materiales, que constituyen el núcleo de nuestra estrategia de sostenibilidad, hemos establecido objetivos específicos para cada tema que deben alcanzarse en 2026.

Temas con doble impacto

(GRI 3-2)

* Revisar los temas con doble impacto en el proceso de materialidad de 2024 imagen al comienzo del capítulo

Respeto por los derechos humanos

Enfoque de gestión de los derechos humanos

En InRetail, nos comprometemos a defender y promover los derechos humanos en todos los aspectos de nuestras operaciones. Hemos establecido un [Compromiso con el cumplimiento de los derechos humanos](#), que se comunica y aplica en todas nuestras unidades de negocio. Este compromiso se ajusta a la Declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas y a la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo, junto con sus declaraciones posteriores.

Este compromiso se extiende más allá de nuestros empleados para abarcar toda nuestra cadena de valor, incluidos proveedores, clientes, socios y personal subcontratado.

A través de un enfoque de gestión proactivo e integral, nos esforzamos por garantizar que nuestras acciones respeten y apoyen los derechos de todas las personas afectadas por nuestras operaciones, incluidos los empleados, los clientes, los proveedores y las comunidades locales.

Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Desde que nos unimos al Pacto Mundial de las Naciones Unidas en 2023, nos hemos comprometido a defender sus principios en la promoción de los derechos humanos, las prácticas laborales justas, la sostenibilidad medioambiental y los esfuerzos contra la corrupción en todas nuestras operaciones. Garantizamos entornos seguros y saludables para todos los empleados, clientes y personal subcontratado, al tiempo que exigimos a nuestros proveedores que cumplan estrictas normas de salud y seguridad en el trabajo.

Nuestro compromiso con los salarios justos y las prácticas no discriminatorias garantiza la igualdad de remuneración para las personas con experiencia laboral similar, independientemente de su género, orientación sexual, situación socioeconómica u otros factores. Llevamos a cabo procesos periódicos de diligencia debida en materia de derechos humanos y hemos establecido un Comité de Ética para supervisar su cumplimiento.

Nuestras prácticas laborales protegen los derechos de nuestra fuerza laboral, prohibiendo explícitamente el trabajo forzoso, la trata de personas y el trabajo infantil, tanto en nuestras operaciones como entre nuestros proveedores.

También damos prioridad a la equidad y la inclusión, y trabajamos activamente para eliminar todas las formas de discriminación o violencia. Además, hemos implementado un riguroso proceso para supervisar y gestionar los riesgos, garantizando la transparencia y la rendición de cuentas en todos los niveles de la organización.

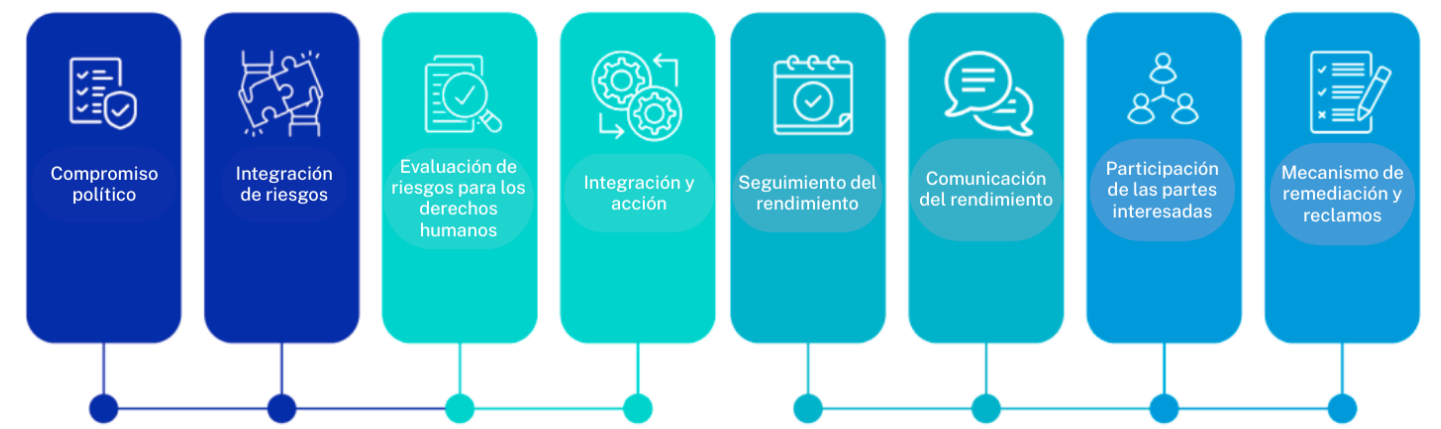
Diligencia debida en materia de derechos humanos

Hemos llevado a cabo un exhaustivo proceso de diligencia debida en materia de derechos humanos en todas nuestras operaciones. Este proceso se extiende a nuestras interacciones con los clientes, las transacciones con los proveedores y las adquisiciones de nuevas empresas. Nuestro objetivo es reforzar nuestro compromiso con la ética empresarial y el respeto de los derechos humanos. La matriz de riesgos en materia de derechos humanos, tanto para los empleados como para los clientes, se actualiza anualmente para garantizar su relevancia y eficacia continuas.

Es fundamental destacar que el compromiso de InRetail con los derechos humanos es supervisado anualmente por nuestro Comité de Ética. Este compromiso se aplica en todas nuestras empresas y áreas relevantes, incluyendo Gestión de Recursos Humanos, Operaciones y Relaciones Laborales.

Llevamos a cabo un análisis cuantitativo exhaustivo de los riesgos existentes y potenciales de la empresa, junto con un análisis cualitativo para identificar las deficiencias y establecer medidas de mejora continua. Este enfoque garantiza que reforcemos de forma constante nuestro compromiso con los derechos humanos y abordemos cualquier área que requiera mejoras.

Metodología



Compromiso con la política	Evaluación de riesgos	Titulares de derechos	Riesgos detectados	Riesgos priorizados
Compromiso con el cumplimiento de los derechos humanos	Nuestra revisión y mapeo de los riesgos actuales y potenciales tuvo en cuenta la lista exhaustiva de 32 derechos humanos descritos en los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de las Naciones Unidas (UNGPs), así como el derecho universal declarado por la ONU en abril de 2022: el «Derecho a un medio	La evaluación se centra en las siguientes áreas: ● Clientes ● Proveedores ● Empleados ● Comunidades/Sociedad Dentro de los cuatro (4) grupos de interés, se tienen en cuenta los siguientes grupos específicos: ● Empleados propios ● Mujeres ● Niños ● Minorías ● Trabajadores migrantes	A partir de los 20 derechos humanos identificados como riesgos potenciales, elaboramos una lista de 17 riesgos específicos relacionados con los cuatro (4) grupos de partes interesadas. A continuación, se priorizó esta lista en función de factores como la gravedad y la probabilidad, lo que dio como resultado	● Condiciones de trabajo: salario digno ● Asociación colectiva ● Discriminación y acoso en el trabajo ● Discriminación de los clientes ● Impacto de las prácticas de abastecimiento ● Seguridad alimentaria, seguridad alimentaria y calidad de los productos ● Impacto de la expresión cultural y el

	ambiente limpio, saludable y sostenible».	● Empleados de proveedores y contratistas ● Empleados de proveedores indirectos ● Comunidad en general / Ciudadanía ● Comunidades locales ● Pueblos indígenas	una lista final de siete (7) riesgos de alta prioridad.	desarrollo de la vida comunitaria
--	---	---	---	-----------------------------------

Esta evaluación de riesgos se lleva a cabo anualmente y la priorización presentada corresponde al ciclo 2024. El proceso es supervisado por el Comité de Ética para garantizar que las actualizaciones se realicen a tiempo y que se implementen las medidas preventivas y correctivas necesarias.

Evaluación de derechos humanos

Como parte de nuestro compromiso continuo 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, nuestros proveedores y las comunidades en las que operamos. La siguiente tabla presenta la evaluación más reciente realizada en 2024, en la que se describen el tipo de impacto identificado, los grupos de partes interesadas afectados, la cobertura geográfica de la evaluación y las medidas de mitigación que se han implementado.

Categoría	A. % del total evaluado en los últimos tres años	B. % del total evaluado (columna A) en el que se han identificado riesgos	C. % del riesgo (columna B) con medidas de mitigación adoptadas
Operaciones propias (incluidas las empresas conjuntas en las que la empresa tiene control de gestión) Base para la presentación de informes:	100.0	2.0	80.0
Contratistas y proveedores de primer nivel (como porcentaje de contratistas o proveedores de nivel I)	79.6	4.0	64.6
Empresas conjuntas (incluidas participaciones superiores al 10 %) (como porcentaje de las empresas conjuntas)	N/A	N/A	N/A

Gestión de riesgos potenciales en materia de derechos humanos

Relación con nuestros clientes

Los departamentos de Auditoría, Calidad, Recursos Humanos y Operaciones trabajan conjuntamente para garantizar el trato adecuado a nuestros clientes. Además, nuestro proceso de diligencia debida ayuda a mitigar los riesgos potenciales, abordándolos de forma proactiva antes de que puedan agravarse.

Relación con nuestros proveedores

(GRI 409-1)

Anualmente, o en el momento de su registro, evaluamos las prácticas de sostenibilidad de nuestros proveedores a través de una plataforma en línea. Esta evaluación abarca aspectos clave de los derechos humanos, como la no discriminación, la prevención del acoso sexual, las condiciones de trabajo seguras y la prohibición del trabajo forzoso.

Además, al contratar proveedores de servicios, principalmente personal subcontratado o transporte, exigimos pruebas documentales que acrediten el cumplimiento de la normativa vigente en materia laboral y de salud y seguridad en el trabajo. Si nuestro departamento de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST) lo considera necesario, los proveedores se someten a un proceso de homologación.

«El 100 % de los nuevos proveedores son evaluados en materia de derechos humanos».

Dentro de nuestras operaciones

Hemos llevado a cabo un análisis cualitativo interno para identificar las deficiencias y definir medidas de mejora continua en nuestras áreas de riesgo prioritarias. Este análisis nos permite perfeccionar nuestros procesos y garantizar que abordamos de forma proactiva cualquier problema, mejorando así nuestra eficiencia y eficacia operativa.

Remediación y mitigación

Las acciones y medidas de mitigación, así como las medidas correctivas específicas para cada riesgo prioritario, son las siguientes:

Condiciones de trabajo: salario digno

Reconocemos la importancia fundamental de un salario digno para el bienestar y la calidad de vida de nuestros empleados. Por lo tanto, nos centramos en medir y gestionar de forma responsable nuestros procesos. En 2024, llevamos a cabo un diagnóstico exhaustivo para analizar las diferencias salariales, la distribución de la población y las oportunidades dentro de nuestra estructura de remuneración. Esta evaluación nos permite tomar las medidas necesarias para garantizar que se cumplan de forma sistemática las normas de remuneración justa.

Como parte de este análisis, pondremos en marcha un programa piloto. Este programa piloto se centrará exclusivamente en aumentar los salarios y medir los resultados para elaborar un caso de negocio. Este programa evaluará las estructuras salariales, las bonificaciones, las prestaciones, los descuentos y el acceso a préstamos para la educación como métodos para mejorar la remuneración global. Además, implementaremos un programa de prestaciones que incorporará prestaciones nuevas y existentes en toda la plataforma (salud, educación, nutrición, asistencia financiera, vivienda, transporte, entre otras).

En 2025, nuestro objetivo es apoyar al menos a un proveedor por unidad de negocio, así como a los contratistas, en la implementación de la metodología del salario digno. Al proporcionarles las herramientas y los conocimientos necesarios para evaluar con precisión las condiciones salariales en sus operaciones, nuestro objetivo es promover prácticas laborales justas y equitativas en toda nuestra cadena de suministro. Se espera que esta iniciativa mejore la calidad de vida de miles

de trabajadores que participan en la producción y distribución de nuestros productos, al tiempo que eleva significativamente los estándares laborales y contribuye a una cadena de suministro más justa y sostenible.

Derechos y protecciones en el lugar de trabajo

Más allá de los salarios justos, defendemos el principio de igualdad de remuneración entre hombres y mujeres por un trabajo de igual valor, mediante el uso de tablas de clasificación de puestos y categorías funcionales para supervisar la igualdad. Además, gestionamos activamente las horas de trabajo para evitar cargas excesivas, garantizando que los empleados reciban una compensación adecuada por las horas extras. El horario de trabajo actual en InRetail consiste en 48 horas flexibles a la semana para los empleados bajo supervisión directa. El compromiso rutinario con los representantes de los trabajadores nos permite evaluar continuamente las condiciones laborales e impulsar mejoras significativas. Nuestro programa de prestaciones amplía la protección social más allá de las iniciativas públicas, incorporando asistencia sanitaria, educación, nutrición, vivienda y ayuda financiera para crear una plantilla más resiliente. También reforzamos el derecho a vacaciones anuales remuneradas, reconociendo su papel fundamental en el bienestar y la productividad de los empleados.

Transiciones éticas de la fuerza laboral

En línea con nuestro compromiso con el empleo sostenible, abordamos de forma proactiva las transiciones de la fuerza laboral apoyando a los proveedores y contratistas en la adopción de la metodología del salario digno. A través de una colaboración estructurada, mejoramos las normas laborales en toda nuestra cadena de suministro, fomentando la estabilidad laboral y las prácticas comerciales éticas. Además, ofrecemos programas de formación y recualificación de la fuerza laboral para mitigar los efectos de los cambios industriales y climáticos, garantizando que los empleados dispongan de las habilidades y los recursos necesarios para la sostenibilidad de su carrera a largo plazo.

En 2024, reforzamos nuestro enfoque integrando la resiliencia climática en nuestra estrategia de desarrollo de la fuerza laboral. Uno de los aspectos más destacados fue la formación virtual sobre eficiencia energética realizada en el marco del programa «Cadena Responsable» de Food Retail, en la que participaron más de 40 proveedores de plazaVea, Vivanda y Makro. Además, facilitamos sesiones técnicas para los equipos de gestión de mantenimiento de nuestras empresas, en las que se abordó la monitorización en tiempo real del consumo energético en 52 supermercados y la automatización de los sistemas de aire acondicionado y ventilación en 5 Shopping Malls y 20 farmacias de todo el país. Estas iniciativas se diseñaron para permitir la adopción de medidas inmediatas para reducir el consumo energético, especialmente durante los periodos de temperaturas exteriores más elevadas. Gracias a estos esfuerzos, no solo impulsamos la sostenibilidad operativa, sino que también desarrollamos las capacidades de la plantilla, que son esenciales para una transición justa y resiliente al clima.

Grupos	Cobertura del salario digno
Operaciones propias (empleados)	100% de FTE

Discriminación y acoso en el trabajo

(GRI 405-2)

En InRetail Perú Corp. mantenemos una política de tolerancia cero hacia cualquier forma de violencia, acoso o discriminación en el lugar de trabajo. En 2024, actualizamos nuestra Política Corporativa para Abordar Casos de Acoso Sexual y Acoso para incluir específicamente situaciones que involucran a clientes, un asunto que anteriormente se había pasado por alto. Esta actualización mejora la claridad y la aplicación de la política, garantizando un entorno más seguro tanto para los empleados como para los clientes.

Nuestro objetivo es hacer de InRetail un lugar seguro para trabajar y comprar. Como parte de la actualización de 2024, llevamos a cabo una revisión exhaustiva de la normativa, establecimos un proceso de apoyo para la gestión de denuncias —incluido el uso de imágenes de cámaras de seguridad y protocolos de tiempo de respuesta definidos— y sentamos las bases para futuras actualizaciones que se integrarán en la política de 2025. Además, se han impartido sesiones de formación, como parte de nuestro plan de formación anual, en todas las unidades de negocio para garantizar que todos los empleados comprendan estas actualizaciones y puedan aplicarlas de forma eficaz en su trabajo diario.

Esta política describe los mecanismos claros para prevenir, investigar y sancionar adecuadamente estos casos, en pleno cumplimiento de la legislación laboral peruana.

Para reforzar nuestro compromiso, cada una de nuestras empresas cuenta con un Comité de Intervención e Investigación de Casos de Acoso Sexual en el Trabajo, que trabaja en estrecha colaboración con las áreas de relaciones laborales. Además, nuestra Área de Atracción de Talento recibe formación sobre procesos de selección inclusivos para promover la diversidad y la igualdad en la contratación, y todos los empleados reciben formación sobre cómo identificar y gestionar los casos de acoso en el lugar de trabajo.

Finalmente, nuestro objetivo es ser un grupo empresarial que priorice el bienestar y la dignidad de todas las personas. Para lograrlo, Intercorp ha desarrollado Espacios Seguros, una plataforma diseñada para proporcionar a las organizaciones, líderes y empleados los recursos necesarios para abordar el acoso sexual en el lugar de trabajo. Esta iniciativa promueve una cultura de respeto al establecer un compromiso compartido de Tolerancia Cero al Acoso, garantizando que todas las personas se sientan respetadas, valoradas y seguras en su entorno laboral.

Capacitaciones

(GRI 404-1)

Formamos y sensibilizamos continuamente a nuestros empleados, ya que el acoso sexual en el lugar de trabajo puede ser difícil de identificar, principalmente debido a la normalización de muchos comportamientos inapropiados. Dadas las diferentes modalidades de trabajo, ofrecemos diferentes tipos de cursos: presenciales, sesiones virtuales en directo y cursos en línea. Esta variedad nos permite alcanzar una cobertura del 100%.

Para abordar esta cuestión, ofrecemos cursos sobre diversidad, sesgos inconscientes y acoso sexual en el lugar de trabajo. Estos cursos están diseñados para sensibilizar, prevenir situaciones de acoso y promover una cultura de respeto y diversidad en el lugar de trabajo.

«La formación sobre acoso sexual en el lugar de trabajo forma parte de los cursos reglamentarios, por lo que es obligatoria para el 100 % de los empleados».

Temas	Food Retail		Pharma Retail y Distribución		Shopping Malls		Total
	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2024
Diversidad	1,120	0	0	0	527	361	361
Sesgos inconscientes	450	0	0	0	527	0	0
Acoso sexual	18,933	29,116	9,423	17,589	527	445	47,150

Participación por empresa – ELSA

Además, nuestras empresas participan en el diagnóstico ELSA de Genderlab, una plataforma que nos permite visualizar e implementar estrategias basadas en datos para prevenir el acoso sexual en el lugar de trabajo. En 2024, todas las empresas

de InRetail participaron en ELSA y fueron reconocidas por la organización por su tolerancia cero hacia el acoso sexual en el lugar de trabajo.

Unidad de negocio	N.º de empleados Censo en 2024	% de empleados censo en 2024
Food Retail	4,217	16.8
Pharma Retail y Distribución	2,698	14.2
Shopping Malls	219	46.0

Percepción de los encuestados

Preguntas	Food Retail	Pharma Retail Distribución	Shopping Malls
«Se están tomando medidas eficaces contra el acoso o el acoso sexual en mi trabajo».	80%	70%	84%
«El acoso sexual no se tolera en mi entorno laboral».	79%	61%	82%

Denuncias

(GRI 406-1)

Cada empresa cuenta con su propio canal oficial de denuncia de casos de acoso sexual en el lugar de trabajo. En 2024, recibimos un total de 167 denuncias por discriminación o acoso. Se atendieron todos los casos y se verificaron 93.

Asociación Colectiva

(GRI 407-1)

En InRetail, nos comprometemos a respetar y defender los derechos de nuestros empleados, incluida su libertad de asociación y negociación colectiva. Reconocemos y apoyamos las organizaciones de empleados creadas con fines de negociación colectiva y hemos establecido procedimientos para facilitar las negociaciones periódicas con los representantes autorizados. Además, garantizamos que los representantes de los empleados tengan acceso a la documentación necesaria para el desempeño de sus funciones. A pesar de este esfuerzo, solo el 1.32% de nuestros empleados pertenecen a sindicatos.

Mantenemos procedimientos eficaces de calidad y saneamiento que cumplen con los estándares de la industria, garantizando la salud y el bienestar de nuestros clientes. Para reforzar estos estándares, ofrecemos planes de incorporación integrales para el personal sobre el mantenimiento adecuado de las tiendas y las instalaciones. Para obtener más información, consulte «Retirada del mercado» y «Auditorías».

Además, contamos con políticas de no discriminación en nuestras tiendas y otros servicios de atención al cliente. Formamos a nuestro personal en materia de diversidad y no discriminación para garantizar un entorno seguro y respetuoso para todos nuestros clientes. Nuestros procedimientos claros y eficaces abordan cualquier queja relacionada con la discriminación de los clientes, garantizando una resolución rápida y adecuada. Esta formación se imparte a través de sesiones específicas sobre el tema y se refuerza en reuniones informativas diarias, así como a través de materiales audiovisuales en las tiendas.

Impactos de las prácticas de abastecimiento

Para reforzar nuestras medidas de mitigación en la cadena de suministro, llevamos a cabo evaluaciones ESG de los proveedores, sesiones de formación y planes de acción, entre otras iniciativas. Para obtener información detallada, consulte el capítulo «Proveedores».

Impacto de la expresión cultural y el desarrollo de la vida comunitaria

En InRetail, nos comprometemos a evaluar el impacto social y medioambiental de nuestros proyectos para garantizar que nuestras operaciones contribuyan de forma positiva a las comunidades en las que operamos.

Implementamos medidas para minimizar los impactos negativos, al tiempo que fomentamos activamente la expresión cultural, la inclusión y el bienestar de la comunidad. Como parte de este compromiso, ofrecemos formación continua sobre diversidad e inclusión a nuestros empleados y supervisamos de cerca el impacto de nuestras operaciones en las comunidades locales. Promovemos la diversidad cultural y étnica a través de campañas de comunicación específicas sobre la celebración cultural según las regiones para la inclusión de diversos grupos étnicos. Además, hemos desarrollado un completo kit de herramientas multiculturales para todas nuestras empresas, que incluye fechas, actividades y comunicaciones que debe implementar cada empresa, garantizando un enfoque transversal. El «Kit de herramientas para la diversidad cultural: El Perú que nos une» reúne herramientas y recursos prácticos diseñados para guiar a nuestras empresas en la promoción de una cultura que valora la singularidad de cada persona. Este kit de herramientas no solo tiene como objetivo fomentar la difusión de nuestra cultura, sino también inspirar el orgullo de cada empleado por su contribución única, creando un espacio donde la diversidad cultural se reconoce como una de nuestras mayores fortalezas.

Discriminación de clientes

En InRetail Perú Corp., la gestión del riesgo de discriminación de los clientes es parte integral de nuestras políticas de derechos humanos. La discriminación puede afectar negativamente tanto a nuestros empleados como a nuestros clientes, socavando nuestro compromiso de proporcionar un entorno seguro e inclusivo para todos.

Medidas de mitigación

- **Prevención de la discriminación:** Impartimos formación proactiva para evitar los prejuicios inconscientes y la discriminación. Estos cursos de formación están diseñados para fomentar una cultura inclusiva y garantizar que todos los empleados sean conscientes de la importancia de tratar a todos los clientes con respeto y equidad.
- **CV semi-ciegos:** El uso de CV semi-ciegos en nuestro proceso de selección de personal ayuda a reducir los prejuicios, garantizando decisiones de contratación justas e imparciales.
- **Encuestas sobre el clima y el liderazgo:** Procesamos los comentarios y las opiniones de los empleados para implementar planes de mejora. Estas encuestas nos ayudan a identificar áreas en las que podemos mejorar nuestras prácticas inclusivas y abordar cualquier problema relacionado con la discriminación.

Medidas correctivas

Asesoramiento jurídico y psicológico: Ofrecemos apoyo gratuito a los empleados en casos de acoso en el lugar de trabajo, violencia de género y violencia familiar. Este apoyo se extiende a los clientes, garantizando que tengan acceso a los recursos necesarios si se enfrentan a situaciones de discriminación o acoso.

Al integrar estas medidas en nuestras operaciones, nuestro objetivo es crear un lugar de trabajo y un entorno de compra en el que todos se sientan seguros, respetados y valorados. Este enfoque integral no solo mitiga los riesgos de discriminación, sino que también garantiza que estemos preparados para abordar cualquier problema que surja de forma rápida y eficaz.

Seguridad alimentaria, seguridad alimentaria y calidad de los productos

En InRetail Perú Corp. reconocemos que la seguridad alimentaria, la seguridad alimentaria y la calidad de los productos son riesgos críticos para los derechos humanos. Garantizar estas normas es esencial, ya que repercuten directamente en la salud y el bienestar tanto de los empleados como de los clientes. La falta de seguridad alimentaria puede suponer graves riesgos para la salud, mientras que una seguridad alimentaria inadecuada puede limitar el acceso a una nutrición esencial.

Mantener una alta calidad de los productos garantiza que los clientes reciban productos seguros, fiables y dignos de confianza, lo que refuerza la confianza y la satisfacción de los clientes.

Medidas de mitigación

1. Auditorías a proveedores: Realizamos auditorías periódicas a los proveedores para garantizar el cumplimiento de estrictas normas de seguridad alimentaria y calidad. Estas auditorías ayudan a identificar y mitigar los riesgos potenciales en las primeras etapas de la cadena de suministro.

2. Programas de formación: Los empleados reciben una formación completa sobre prácticas de seguridad alimentaria, normas de higiene y medidas de control de calidad para prevenir la contaminación y garantizar la integridad de los productos.

3. Sistemas de control de calidad: Hemos implementado sólidos sistemas de control de calidad para supervisar, evaluar y verificar la calidad de los productos en las distintas etapas de la producción y la distribución.

4. Prácticas agrícolas sostenibles: Promovemos activamente prácticas agrícolas sostenibles para garantizar la disponibilidad a largo plazo de materias primas de alta calidad, minimizando al mismo tiempo el impacto medioambiental.

Medidas correctivas

1. Procedimientos de retirada: Contamos con procedimientos de retirada claros y eficaces para los casos en que surgen problemas de seguridad de los productos. Estos protocolos nos permiten identificar y retirar rápidamente los productos afectados, minimizando los riesgos para los consumidores.

2. Mecanismos de retroalimentación de los clientes: Implementamos sólidos sistemas de retroalimentación de los clientes para recopilar y analizar sus opiniones sobre la calidad y la seguridad de los productos, lo que nos permite mejorar continuamente.

3. Programas de apoyo: Ofrecemos programas de apoyo a los clientes afectados por problemas de seguridad o calidad de los productos, como reembolsos, sustituciones o asistencia, según sea necesario.

4. Mejora continua: Revisamos y actualizamos periódicamente nuestras políticas y prácticas basándonos en los resultados de las auditorías, los comentarios de los clientes y las normas del sector para mantener un alto nivel de seguridad alimentaria y calidad de los productos.

Nuestro personal

RESUMEN 2024

Nuestro equipo en cifras



Principales iniciativas

Diversidad en nuestro equipo

Mujeres en gestión	31.5%
Mujes en STEM	34.7%
Mujeres en directorio	33%
Empleados LGBTQ+	1,388
Personas con discapacidades	2.2%

Empleados por nacionalidad

Peruanos	99.8%
Argentinos	0.02%
Chilenos	0.02%
Colombianos	0.02%

Empleados por grupo de edad

Menores de 30 años	51.3%
Entre 30-50 años	43.8%
Mayores de 50 años	4.9%



Japi Woman

Formación dual



Canal de denuncia STOP

Corazón de Líder



Nuestras Personas

Conoce a nuestro equipo

Nuestro equipo en cifras

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

En InRetail, nuestros más de 40,000 empleados son la columna vertebral de nuestra innovación y crecimiento a largo plazo, impulsando tanto nuestro éxito como el desarrollo de Perú. Priorizamos la gestión del talento a través de la formación continua, el desarrollo profesional y un fuerte compromiso con la diversidad y la inclusión, lo que garantiza que nuestros equipos prosperen y se mantengan ágiles en un panorama empresarial cambiante.

Diversidad en nuestro equipo

Política corporativa de diversidad e inclusión

En InRetail, nuestro compromiso con la diversidad y la inclusión está integrado en todas nuestras unidades de negocio a través de nuestra Política Corporativa de Diversidad e Inclusión. Esta política describe nuestro enfoque de tolerancia cero hacia la discriminación y cualquier forma de violencia, y reafirma nuestra dedicación a construir un lugar de trabajo inclusivo, donde todos puedan prosperar, independientemente de su sexo, edad, religión, orientación sexual, identidad de género, origen étnico u otras características.

Esta política se aplica a todos los empleados, terceros, proveedores y socios, garantizando que la diversidad y la inclusión sigan siendo un principio fundamental en todas nuestras operaciones y relaciones comerciales.

Plan corporativo de diversidad e inclusión

Basándonos en nuestra política, contamos con un Plan de Diversidad e Inclusión impulsado por el vicepresidente de Recursos Humanos y Sostenibilidad, en colaboración con nuestro director corporativo de Sostenibilidad. Este plan impulsa acciones concretas para integrar los principios de DEI en nuestra cultura y operaciones en el lugar de trabajo.

Además, como parte de Intercorp, InRetail se beneficia de la experiencia de un responsable de diversidad e inclusión, lo que refuerza aún más nuestros esfuerzos por promover un entorno de trabajo diverso, equitativo e inclusivo.

Prevención de la discriminación y el acoso en toda nuestra empresa

En 2024, InRetail Perú Corp logró avances significativos en la lucha contra la discriminación y la promoción de un lugar de trabajo inclusivo. A continuación, se presentan las principales iniciativas y logros:

Hitos clave en materia de discriminación

(GRI 406-1)

- **Cero casos denunciados:** No se denunció ningún caso de discriminación en 2024. Nuestros programas de formación se centraron en el encuadre positivo, evitando etiquetas y fomentando la concienciación sobre temas clave como la igualdad de género (marzo), la inclusión LGBTQ+, la etnicidad regional y la concienciación sobre la discapacidad (junio).
- **Implementación de CV semi-ciegos:** El enfoque de CV semi-ciegos es ahora una práctica estándar en el proceso de selección, lo que garantiza que los candidatos sean evaluados en función de sus cualificaciones, eliminando posibles sesgos.
- **Formación sobre sesgos inconscientes:** Las sesiones de formación para directivos se centraron en identificar y abordar los sesgos inconscientes, dotando a nuestros líderes de conocimientos y herramientas para crear un entorno de trabajo más inclusivo y equitativo.

Prevención y gestión del acoso laboral y sexual

En 2024, reforzamos nuestro compromiso con la seguridad en el lugar de trabajo mediante la actualización de nuestro Protocolo para la prevención y gestión del acoso laboral y sexual, que ahora reconoce explícitamente el acoso a los clientes como un riesgo clave y describe las medidas para abordarlo.

A lo largo de 2025 se impartirá formación sobre el protocolo para garantizar que todos los empleados conozcan las nuevas directrices y procedimientos.

Hitos clave en la lucha contra el acoso sexual en el lugar de trabajo

- **Actualización de la política:** Actualizamos nuestra Política de prevención y sanción del acoso sexual en el lugar de trabajo para adaptarla a los cambios normativos y reforzar nuestra postura de tolerancia cero.
- **Formación y apoyo:** Hemos impartido una formación anual masiva sobre acoso sexual en el lugar de trabajo, hemos actualizado y mejorado nuestro curso de formación tanto para las oficinas centrales como para las tiendas, y hemos proporcionado formación especializada y apoyo de consultores externos al Comité para la resolución eficaz de los casos.
- **Elaboración de directrices:** se ha elaborado una guía específica para los responsables de sostenibilidad con el fin de dotarles de las herramientas necesarias para gestionar situaciones de acoso sexual en el lugar de trabajo.
- **Formación tras incidentes:** Hemos impartido formación tras incidentes y análisis de casos en las tiendas.
- **Estudio ELSA:** En 2024, obtuvimos una puntuación de 77.1 en el estudio ELSA (Lugar de trabajo libre de acoso), con resultados destacados en clima organizacional (89.4) y tolerancia (83.4). Las denuncias por acoso fueron notablemente bajas, con un 6.8%, muy por debajo de la media regional del 18%, y el 98% de los empleados recibieron formación, lo que reafirma nuestro firme compromiso con la prevención y un lugar de trabajo respetuoso.

Apostamos por una cultura de la diversidad

En InRetail Perú Corp, fomentar una cultura laboral diversa e inclusiva es una prioridad fundamental. Cada unidad de negocio implementa programas personalizados para abordar estos objetivos: equidad, inclusión y una cultura de respeto. A continuación, se presentan algunas de las formas en que nuestros sectores impulsan una cultura diversa e inclusiva:

Comité de Diversidad e Inclusión en Food Retail

Nuestro negocio de Food Retail ha creado un Comité de Diversidad e Inclusión, compuesto por personas especializadas en DEI. El comité se reúne tres veces al año y orienta nuestros esfuerzos de inclusión, garantizando que la DEI siga siendo parte integral de nuestra cultura empresarial. A través de estas sesiones, desarrollamos políticas e iniciativas que fomentan el crecimiento de todos los empleados, celebrando las perspectivas y experiencias únicas que aportan.

En 2024, Food Retail puso en marcha varias iniciativas clave para promover el liderazgo de las mujeres, reforzando aún más nuestro compromiso con la creación de una organización equitativa e inclusiva.

Diversidad e inclusión en Food Retail: Programa Raymi

Creación de lugares de trabajo seguros e inclusivos: El programa «Raymi» es una iniciativa emblemática dedicada a crear lugares de trabajo seguros e inclusivos, libres de toda forma de violencia. Su objetivo es reducir las desigualdades de oportunidades y promover la igualdad de acceso para las mujeres, las personas con discapacidad y la comunidad LGBTQ+. Sus pilares fundamentales son:

- **Contratación inclusiva:** Garantizar la igualdad de acceso a las oportunidades laborales para todos los candidatos.
- **Igualdad salarial:** Garantizar que no existan diferencias salariales entre empleados con la misma cualificación y rendimiento, independientemente de su género o identidad.
- **Formación y desarrollo personal:** Ofrecer programas de formación en liderazgo, diversidad y empatía.
- **Colaboración externa:** asociarse con organizaciones externas para promover la inclusión.

- **Comunicación:** reforzar los canales de comunicación interna para fomentar la sensibilización.
- **Conciliación de la vida laboral y personal:** Implementar modalidades de trabajo flexibles, incluyendo el teletrabajo y los horarios flexibles.
- **Prevención del acoso:** Aplicar políticas estrictas y programas de formación para prevenir y abordar el acoso en el lugar de trabajo.

Diversidad e inclusión en Pharma: los programas Franja de la Igualdad y Tantay

A través de los programas "Franja de la Igualdad" y "Tantay", Pharma Retail refuerza su compromiso con la igualdad y la inclusión, y con la creación de espacios seguros y justos para todos.

- **Franja de la igualdad:** Inspirada en nuestra pasión por Perú, esta iniciativa simboliza la igualdad a través del signo "=" que aparece en la camiseta de la selección nacional peruana.
- **Programa Tantay:** derivado de la palabra quechua que significa «juntos», este programa fomenta la colaboración para construir espacios de trabajo seguros y justos.
- **Manual de Diversidad Cultural:** Esta iniciativa fomenta el orgullo y el respeto por la diversidad cultural a través de políticas, formación y participación activa en festividades regionales. Incluye un calendario de comunicaciones, campañas y eventos para promover la diversidad cultural.

Diversidad e inclusión en los Shopping Malls: todos estamos aquí para ser felices

En InRetail Perú Corp, estamos integrando la inclusión en todos los procesos de gestión humana de nuestro sector de Shopping Malls para fomentar un entorno respetuoso y libre de discriminación para todos: empleados, clientes, inquilinos, proveedores y personal externo. En 2024, introdujimos la mentalidad JAPI (Alegre, Ágil, Orientado al cliente, Desafiante, Pionero y Minorista), que define los comportamientos que dan forma a nuestra cultura interna.

Integramos los valores JAPI en la experiencia de los empleados desde el primer día mediante una incorporación rediseñada, un perfil de empleado definido y los Embajadores JAPI. En este contexto, lanzamos Japi Women, un programa de liderazgo que brinda apoyo y que, hasta la fecha, ha beneficiado a 43 mujeres. Para fortalecer la trayectoria de los empleados, identificamos áreas clave de mejora, mejoramos el proceso de selección, implementamos un plan de sucesión, alineamos los salarios mínimos con los estándares corporativos y reforzamos la remuneración justa, transparente y equitativa a través de bandas salariales estandarizadas y políticas de igualdad salarial entre hombres y mujeres.

Diversidad de género

(GRI 405-1)

La equidad de género en InRetail Perú Corp: nuestra estrategia corporativa

En Perú, la inclusión de las mujeres en puestos de liderazgo sigue siendo un reto importante. Según el INEI y Page Executive, solo el 21% de los miembros de los consejos de administración son mujeres, y solo el 18% ocupan el cargo de presidenta. Además, el 41% de las mujeres abandonan la población activa tras tener su primer hijo, y el 43% afirman sufrir burnout, frente al 31% de los hombres.

Según nuestro Censo de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI) de 2024, el 79.6% de nuestros empleados se identifican como mujeres, lo que pone de relieve la necesidad de garantizar que las iniciativas de igualdad de género no solo se implementen de manera eficaz, sino que también se mantengan de forma continua para fomentar un lugar de trabajo inclusivo y equitativo.

En respuesta a estos retos, InRetail Perú Corp. ha puesto en marcha iniciativas específicas para promover la igualdad de género y aumentar la representación de las mujeres en puestos de liderazgo en todas las unidades de negocio. Nuestros

esfuerzos tienen como objetivo empoderar a las mujeres, apoyar el desarrollo profesional y fomentar un lugar de trabajo más inclusivo y equitativo.

Igualdad salarial en InRetail Perú Corp.

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

En InRetail Perú Corp., estamos firmemente comprometidos con lograr la plena igualdad salarial. Nuestra tasa actual de igualdad salarial entre hombres y mujeres es de 0.89, por encima de la media nacional, lo que refleja un progreso significativo, aunque reconocemos que aún queda trabajo por hacer. Para apoyar este objetivo, aplicamos la metodología HayGroup para la evaluación objetiva de los puestos de trabajo, lo que nos permite establecer bandas salariales justas y transparentes basadas en el mérito y la responsabilidad, independientemente del género, el origen social o el estado civil.

También hemos adoptado la metodología de Género, Equidad e Inclusión (GEI) para orientar la equidad en los ascensos, la contratación y los ajustes salariales, con el apoyo de descripciones de puestos estandarizadas y bandas salariales alineadas con el mercado. Realizamos análisis periódicos de equidad salarial, garantizamos una comunicación transparente en todos los niveles y supervisamos la aplicación de las políticas para evitar sesgos.

En 2025, continuaremos avanzando en esta agenda con herramientas predictivas, auditorías salariales anuales por género y talleres para los equipos de Recursos Humanos de Intercorp. Cabe destacar que nuestra brecha salarial de género se redujo del 20% en julio al 19.5% en diciembre de 2024.

Ratio de remuneración por nivel de empleo	
Nivel	Índice de remuneración
Media	0.89
Alcance	100%

Mujeres que IRadian: Empoderando el liderazgo femenino en Perú

El programa "Mujeres que IRadian" se puso en marcha para abordar la brecha de género que sigue existiendo en los puestos de liderazgo de los consejos de administración de las empresas peruanas, donde las mujeres siguen estando infrarrepresentadas. En InRetail, las mujeres ocupan actualmente el 41% de los puestos de liderazgo y el 33% de los puestos en los consejos de administración, frente al 59% y el 67% de los hombres, respectivamente. El programa busca fortalecer la participación de las mujeres en los espacios de toma de decisiones a través de talleres, formación específica y mentorías, fomentando un entorno corporativo más inclusivo y equitativo.

Mujeres en posiciones STEM

(GRI 405-1)

En 2025, InRetail Perú Corp asumirá un papel de liderazgo en la promoción de las mujeres en puestos de liderazgo mediante la puesta en marcha de ambiciosas iniciativas para reforzar la diversidad de género en todos los niveles de la organización, con especial atención a aumentar la representación en los campos STEM.

«Nuestro objetivo es crear más oportunidades para que las mujeres prosperen en puestos de liderazgo y técnicos, con el fin de alcanzar el 40% de mujeres en posiciones STEM para finales de 2025».

Entre las iniciativas clave se incluye el lanzamiento de un programa Mujeres en STEM para acelerar el desarrollo en áreas como datos, finanzas, análisis, tecnología, digital, operaciones y riesgos. Para fundamentar esta iniciativa, hemos realizado una encuesta dirigida a mujeres que ocupan puestos clave en STEM, con un objetivo de respuesta del 70% por área, con el fin de comprender sus experiencias e identificar sus necesidades de apoyo.

Encuesta Mujeres en STEM

La encuesta de InRetail sobre las mujeres en STEM recopiló opiniones de empleadas de áreas centrales como datos, finanzas, análisis, tecnología, digital, operaciones y riesgos. Participaron un total de 274 colaboradoras, con una tasa de respuesta del 70%. Entre ellas, el 51% trabaja en campos STEM, lo que destaca la creciente presencia de las mujeres en estas industrias. Además, el 87% de las mujeres en STEM expresaron un gran interés en la formación en habilidades de poder, lo que subraya la importancia de las iniciativas de desarrollo profesional. Programas como las tutorías con ejecutivos del grupo, los clubes de networking, las comunidades de mujeres y los hackatones, como se muestra en la imagen, son especialmente valorados, lo que demuestra la demanda de oportunidades estructuradas que mejoren el crecimiento, el liderazgo y la colaboración dentro de las carreras STEM.

InRetail Women in STEM: Hoja de ruta para 2025

Siguiendo las conclusiones de la encuesta de InRetail, nos comprometemos a promover iniciativas que empoderen a las mujeres en posiciones STEM en áreas centrales como datos, finanzas, análisis, tecnología, digital, operaciones y riesgos.

La hoja de ruta para 2025 incluye:

- Análisis de los resultados de la encuesta y definición de un plan de acción para abordar los principales retos y oportunidades.
- Creación de una comunidad de mujeres en STEM dentro de Viva, que fomente la colaboración, el intercambio de conocimientos y el apoyo entre pares.
- Creación de un club de networking y un programa de mentoría con líderes de grupo para reforzar el desarrollo profesional y el liderazgo.
- Lanzamiento de "SheSTEM", un programa diseñado para ampliar el acceso y la visibilidad de las mujeres en STEM. Constará de cuatro sesiones a lo largo del año y contará con la participación de mujeres líderes de InRetail.
- Formación en liderazgo y comunicación, dotando a las mujeres en STEM de habilidades esenciales para mejorar su impacto en el lugar de trabajo.

Los mejores lugares para trabajar para las mujeres™ Perú 2024

En 2024, Pharma fue reconocida en el ranking "Mejores lugares para trabajar para mujeres™ Perú 2024", donde Pharma Retail obtuvo el puesto 24. Este reconocimiento destaca el firme compromiso de la empresa con la promoción de entornos de trabajo inclusivos y solidarios para las mujeres. Con un 78% de su plantilla compuesta por mujeres, un 9.8% en puestos de liderazgo y un 76% de farmacias dirigidas por mujeres, Pharma Retail sigue implementando las mejores prácticas que promueven la igualdad de género y empoderan a las mujeres para que alcancen su máximo potencial en el lugar de trabajo.

Este compromiso con la inclusión de género se comparte en todas las unidades de negocio de InRetail, y plazaVea también ha obtenido un importante reconocimiento, al ocupar el noveno puesto en el mismo premio.

Iniciativas de igualdad de género en InRetail

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

En InRetail Perú Corp., la igualdad de género sigue siendo una prioridad en todas nuestras unidades de negocio. A pesar de los avances en la creación de lugares de trabajo inclusivos, las mujeres siguen enfrentándose a obstáculos para acceder a puestos de liderazgo, a una remuneración equitativa y a la visibilidad en los espacios clave de toma de decisiones. Estos retos están determinados por estereotipos persistentes, diferencias salariales y de oportunidades, y limitaciones estructurales en sectores tradicionalmente dominados por los hombres. Conscientes de estos problemas, cada una de nuestras empresas —Food Retail, Pharma y Shopping Malls— ha implementado estrategias específicas para empoderar a las mujeres, promover culturas inclusivas y fomentar entornos en los que todos los empleados puedan prosperar y crecer.

Iniciativas de género e inclusión en la Food Retail

En nuestro sector de Food Retail, hemos desarrollado estrategias integrales de diversidad e inclusión destinadas a eliminar las barreras y promover la igualdad de género en toda nuestra organización.

«El objetivo de la Food Retail es alcanzar la paridad de género para 2025 (49% de hombres y 51% de mujeres) y aumentar la representación femenina en los puestos de liderazgo N2 y N3 hasta el 44%».

Desarrollo del liderazgo

1. Mujeres líderes para el cambio:

Un programa de mentoría diseñado para mujeres líderes en tiendas, que les proporciona las habilidades y los conocimientos necesarios para dirigir eficazmente a sus equipos.

2. Promoción de la igualdad de género:

Talleres sobre diversidad, equidad e inclusión: en 2024 organizamos tres desayunos de networking en los que mujeres líderes compartieron sus experiencias y perspectivas sobre la diversidad y la igualdad de género. Estas reuniones fomentan el diálogo abierto y el intercambio de conocimientos, promoviendo un lugar de trabajo más equitativo.

3. Formación en diversidad e inclusión:

Taller sobre diversidad e inclusión: Dirigido al equipo de Gestión de Recursos Humanos, este taller sensibiliza sobre los prejuicios inconscientes, los estereotipos y el valor de una plantilla diversa.

Formación sobre sesgos inconscientes: en colaboración con Genderlab, formamos a líderes en sostenibilidad de todas las tiendas para identificar y mitigar los sesgos inconscientes, los estereotipos y el valor de un entorno de trabajo diverso.

4. Conciliación de la vida laboral y familiar para las mujeres:

Apoyo a la maternidad y la paternidad: A través de nuestro programa «Maternidad de a Dos», fomentamos la responsabilidad parental compartida. Ofrecemos siete días adicionales de permiso de paternidad más allá de lo exigido por la ley y una opción de reincorporación gradual para las madres e es tras su periodo de baja. Nuestra Política de Adopción Inclusiva ofrece a los empleados administrativos un permiso de adopción de 90 días, lo que supera con creces los requisitos legales.

5. Concienciación sobre la violencia doméstica

Formación sobre violencia doméstica para los dependientes de tienda: Estas sesiones dotan a los dependientes de tienda de las habilidades necesarias para reconocer los signos de violencia doméstica, lo que garantiza que puedan responder de forma adecuada y sensible a las personas afectadas.

Orientación para el tratamiento de casos de violencia doméstica: hemos elaborado una guía completa que describe las mejores prácticas y los protocolos para apoyar a las víctimas, garantizando que reciban la ayuda y los recursos necesarios.

Iniciativas de igualdad de género en el sector farmacéutico

El sector farmacéutico en Perú sigue enfrentándose a importantes retos en materia de igualdad de género. Las mujeres siguen estando infrarrepresentadas en los puestos de responsabilidad y suelen cobrar salarios más bajos que sus compañeros varones. Según un estudio de la revista "Journal of Research in Pharmacy", las farmacéuticas tienen menos probabilidades de ganar más de S/1,000 soles y se emplean con mayor frecuencia en el sector informal, lo que limita su acceso a puestos de trabajo mejor remunerados y de mayor calidad.

En respuesta a estos retos, nuestro Plan de Diversidad, Equidad e Inclusión 2024 establece un objetivo claro: cerrar las brechas de género empoderando a las mujeres, aumentando su visibilidad y abordando los sesgos en las prácticas de remuneración, sentando así las bases para un entorno de trabajo más inclusivo y equitativo.

Como parte de este esfuerzo, desarrollamos campañas para destacar las contribuciones de las mujeres en toda la organización y aumentar su visibilidad en los espacios de liderazgo y toma de decisiones. Se mencionan en el Anexo I.

Más allá de la igualdad de género, nuestro Plan DEI también se centra en:

Acoso, acoso sexual y acoso laboral (HSL):

Sensibilizar y educar sobre la importancia de prevenir el acoso, incluido el acoso sexual y en el lugar de trabajo, difundiendo información clara sobre las políticas, los canales de denuncia y las medidas para garantizar un entorno de trabajo seguro y respetuoso.

Diversidad cultural:

Promover el respeto y el aprecio por las diferencias culturales dentro de la empresa, fomentando un entorno inclusivo que integre las perspectivas y experiencias de todos los empleados.

Personas con discapacidad (PCD):

Promover la inclusión de las personas con discapacidad, destacando los beneficios y oportunidades que impulsan su desarrollo integral en un entorno laboral accesible, seguro y respetuoso.

Iniciativas de igualdad de género en Real Plaza

Retos en materia de género e inclusión

En el sector de los Shopping Malls de InRetail Perú Corp., promover la igualdad de género y la inclusión plantea retos específicos. Las mujeres siguen estando infrarrepresentadas en puestos de liderazgo y toma de decisiones, lo que limita su influencia y su crecimiento. El acoso y la discriminación en el lugar de trabajo también pueden crear entornos hostiles que dificultan el desarrollo. Garantizar la seguridad y la igualdad es esencial, no solo para nuestros empleados, sino también para los clientes, incluidas las familias, las mujeres solas y las personas no binarias, que pueden sentirse vulnerables en los espacios públicos. La percepción de entornos diferenciados por género refuerza aún más los roles tradicionales y limita la inclusión. En las siguientes secciones se describen nuestras estrategias para abordar estas barreras y fomentar una experiencia de compra más inclusiva y equitativa.

Inclusión LGBTIQ+ en InRetail Perú Corp: nuestra estrategia corporativa

En Perú, la comunidad LGBTIQ+ sigue enfrentándose a importantes retos, ya que el 8% de los adultos —más de 1.7 millones de personas— se identifican como LGBTIQ+ y el 70% de los peruanos reconocen que sufren discriminación (Ipsos, 2024). En InRetail Perú Corp, estamos comprometidos con la creación de un lugar de trabajo inclusivo, respetuoso y solidario para los empleados LGBTIQ+. Como miembros de Presente y Pride Connection, participamos en redes nacionales que promueven la inclusión LGBTIQ+. También participamos en ferias de empleo para atraer talento diverso y ofrecemos beneficios específicos para apoyar a los empleados LGBTIQ+, reforzando nuestro compromiso con la equidad y la inclusión.

Estos beneficios incluyen:

- **Uso de nombres sociales:** Los empleados pueden utilizar su nombre social en la identificación de la empresa, lo que garantiza que su identidad en el lugar de trabajo se ajuste a su verdadera identidad de género.

- **Seguro:** Ofrecemos un seguro médico privado que incluye las mismas prestaciones médicas para las parejas del mismo sexo y sus familias, a pesar de que no existe obligación legal, lo que demuestra nuestro compromiso con la equidad y la inclusión.
- **Días libres por sindicatos y adopción:** Reconocemos y apoyamos las estructuras familiares diversas, y ofrecemos días libres por matrimonio, unión civil o unión simbólica, así como por adopción.

Nuestro objetivo es crear un entorno de trabajo en el que todos se sientan seguros, valorados y respetados, independientemente de su orientación sexual o identidad de género. Con la implementación de estas iniciativas, pretendemos garantizar que todos los empleados LGBTIQ+ puedan prosperar tanto a nivel personal como profesional en InRetail Perú Corp.

Iniciativas de inclusión LGBTIQ+ en Food Retail

Estamos comprometidos con el fomento de una cultura inclusiva y solidaria para la comunidad LGBTIQ+ dentro de nuestro sector de la Food Retail. Así es como lo estamos abordando:

- **Políticas de inclusión en el lugar de trabajo:** hemos establecido políticas claras que protegen a los empleados LGBTIQ+ de la discriminación y el acoso, garantizando la igualdad y el respeto en toda la organización.
- **Programas de sensibilización y formación:** Ofrecemos sesiones de formación integrales sobre temas LGBTIQ+, que abarcan la identidad y la expresión de género, los prejuicios inconscientes y la alianza para crear un lugar de trabajo más inclusivo.
- **Redes de apoyo:** hemos creado un grupo de recursos y una red de apoyo para empleados LGBTIQ+, que ofrece un espacio seguro para que los empleados compartan experiencias, busquen apoyo y promuevan una mayor inclusión.
- **Celebración de la diversidad:** Nuestro sector de Food Retail celebra activamente eventos como el Mes del Orgullo, fomentando el sentido de pertenencia y demostrando nuestro compromiso con la diversidad y la inclusión. También participamos en una feria de empleo para personas trans.

Food Retail: Encuesta sobre el clima laboral en materia de inclusión e igualdad de oportunidades

En 2024, realizamos una encuesta sobre el clima entre 15,548 empleados (que representan el 75% de nuestra plantilla) para evaluar nuestros progresos en materia de inclusión e igualdad de oportunidades. Principales resultados y conclusiones:

1. **Representación LGBTIQ+:** El 6% de los empleados que se identifican como LGBTIQ+ indican una posible infrarrepresentación o falta de visibilidad. Esto pone de relieve la necesidad de reforzar las iniciativas inclusivas y crear un entorno en el que los empleados se sientan cómodos siendo ellos mismos.
2. **Compromiso con la tolerancia cero:** El 83% de los empleados está de acuerdo en que la empresa aplica una política de tolerancia cero con el acoso. Sin embargo, se necesitan más esfuerzos de formación y comunicación para lograr un mayor nivel de concienciación y unanimidad.
3. **Valoración de las opiniones de las mujeres:** El 88% de los empleados considera que se valoran las perspectivas de las mujeres en la toma de decisiones, pero es necesario seguir trabajando para garantizar la inclusión y el reconocimiento de todas las personas.
4. **Conocimiento de los planes de igualdad:** El 79% de los empleados conocía las iniciativas de igualdad de la empresa, pero hay margen de mejora en la comunicación y la implementación para garantizar que estas políticas se comprendan y se adopten plenamente en todos los niveles de la organización.

Iniciativas de inclusión LGBTIQ+ en Shopping Malls: Real Plaza

Orgullo feliz: En Real Plaza, nuestro enfoque de la diversidad LGBTIQ+ va más allá del Mes del Orgullo, garantizando que la diversidad, el respeto y la inclusión se celebren durante todo el año.

Nuestras iniciativas incluyen actividades de integración sobre temas de diversidad con los empleados, organizadas en colaboración con la ONG Interseccional. Uno de los eventos más destacados es el "Banderolazo" en Real Plaza Centro Cívico, que coincide con la marcha del orgullo y subraya nuestro firme compromiso con la inclusión y nuestro apoyo inquebrantable a la comunidad LGBTIQ+.

Inclusión de personas con discapacidad

Inclusión de la discapacidad en InRetail Perú Corp: nuestra estrategia corporativa

A pesar de los marcos legales diseñados para promover la inclusión, las personas con discapacidad en Perú siguen enfrentándose a importantes barreras. Según el Consejo Nacional para la Integración de las Personas con Discapacidad (CONADIS), aproximadamente el 10% de la población peruana vive con algún tipo de discapacidad. Entre los principales retos se encuentran la limitada accesibilidad física en los espacios públicos y privados, que restringe la movilidad y la participación social, así como la discriminación y el estigma en el empleo, la educación y la atención sanitaria. Estos problemas se ven a menudo agravados por la falta de sensibilización y formación de los profesionales, tanto del sector público como del privado.

Nuestra empresa se enorgullece de promover la inclusión laboral a través de diversos programas que buscan ofrecer empleo a personas con discapacidad, desafiar los estereotipos y reconocer el talento individual, al tiempo que transformamos nuestra cultura corporativa hacia la inclusión.

Iniciativas de inclusión de la discapacidad en la Food Retail:

Mi talento es único

En nuestra unidad de negocio de Food Retail, nos enorgullece contar con el programa "Mi talento es único", que promueve la inclusión de personas con discapacidad en el mundo laboral. Este programa les brinda oportunidades para desarrollar plenamente su potencial en el lugar de trabajo.

En 2024, personas de la organización social "Cerrito Azul" comenzaron su vida laboral formal con nosotros como parte de nuestro programa *Bueno por Dentro*. Además, reactivamos la bolsa de trabajo para personas con discapacidad en el marco del programa *Mi talento es único*.

Iniciativas de inclusión de la discapacidad en el sector farmacéutico:

Programa Inclúyeme

En Pharma Retail, nuestro programa "Inclúyeme" está dedicado a promover la inclusión de personas con discapacidad. En 2024, organizamos nuestra segunda feria de empleo, «Inclúyeme 2024», dirigida a personas con discapacidad (PCD), en colaboración con el Ministerio de la Mujer y de Poblaciones Vulnerables (MIMP), la Conadis, la Municipalidad Metropolitana de Lima y AddmeWork.

Entre nuestros hitos en materia de diversidad se encuentran el aumento de las oportunidades de empleo para personas con discapacidad y la realización de sesiones de sensibilización en diversas áreas de negocio. Damos prioridad a la diversidad cultural con iniciativas que representan a todas las regiones en las que opera Pharma.

Iniciativas de inclusión de la discapacidad en Shopping Malls:

Programa de Talento Inclusivo

En Real Plaza, lanzamos nuestro programa «Talento Inclusivo» para promover la contratación de personas con discapacidad, garantizando que tengan una experiencia laboral equitativa y enriquecedora en nuestros Shopping Malls. Esta iniciativa forma parte de nuestro compromiso más amplio por crear un entorno de trabajo diverso e inclusivo.

Empoderamiento del talento sénior

Iniciativas de inclusión del talento sénior: programa Experiencia de Oro

En InRetail Perú Corp, reconocemos el valor y la experiencia de los empleados senior, por lo que lanzamos el programa Experiencia de Oro para apoyar la inclusión de los empleados mayores de 60 años. Esta iniciativa tiene como objetivo mejorar la contratación aprovechando la amplia experiencia y sabiduría de los empleados senior. Actualmente, el programa Experiencia de Oro cuenta con 60 participantes activos.

La mayor parte de nuestra plantilla está formada por personas menores de 30 años. Muchos de estos empleados más jóvenes están desarrollando su carrera profesional con nosotros, mientras que otros aprovechan nuestra flexibilidad o la posibilidad de trabajar a tiempo parcial para realizar otras actividades y completar sus estudios.

Celebrando la diversidad cultural

Mejorar la diversidad étnica y cultural en 2024:

La diversidad cultural es una cuestión crucial en Perú, un país rico en patrimonio étnico y cultural con una población diversa que incluye diversas comunidades indígenas, mestizos y personas de ascendencia africana, asiática y europea. La aceptación de la diversidad cultural permite la inclusión y la representación de estos diferentes grupos, fomentando una sociedad más equitativa y respetuosa.

Según nuestro Censo de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI) de 2024, el 69.7% de los empleados se identificaron como mestizos, lo que pone de relieve la importancia de fomentar un lugar de trabajo étnica y culturalmente inclusivo que respete, valore y empodere a las personas de todos los orígenes.

Fomento de la inclusión a través de la contratación: hemos integrado una pregunta opcional en nuestro proceso de selección para que los candidatos identifiquen si pertenecen a un grupo minoritario, lo que nos ayuda a supervisar las tasas de contratación, el crecimiento y el rendimiento de los distintos grupos. Esta pregunta es voluntaria y no afecta al proceso de selección.

En 2024, desarrollamos el **Kit de herramientas para la diversidad cultural: El Perú que nos une**, diseñado para promover el respeto, la inclusión y la colaboración. Este recurso proporciona herramientas prácticas para fomentar una cultura que valora la diversidad y fomenta el orgullo por las contribuciones individuales, destacando la diversidad cultural como una fortaleza fundamental de nuestra organización.

Otras iniciativas relacionadas con la diversidad cultural:

- Impartimos formación sobre interculturalidad y prejuicios.
- Organizamos actividades culturales, como la presentación del grupo de danza «Morelli».
- Mapeamos y celebramos fechas conmemorativas de diferentes regiones.
- Realización de un censo y celebración de fiestas nacionales con murales y felicitaciones únicas.
- Celebración de festivales como la Fiesta de la Tomasa y el aniversario de Makro.

- Desarrolló una estrategia de contratación inclusiva, fomentando la inclusión de personal local en zonas con altos índices de pobreza y teniendo en cuenta a los empleados extranjeros.

Campaña farmacéutica: Integraciones Inkaraymis

Objetivo: Crear espacios de celebración y camaradería para nuestro equipo de farmacia.

Esta campaña llegó a 21 provincias de Perú, con 42 eventos celebrados entre junio y agosto. Un total de 56 líderes administrativos participaron en esta experiencia, viajando por todo el país.

Eventos InkaRaymis:

- Asistentes: 3,351
- Índice de satisfacción: 83.7% (N=2056), lo que supone un aumento de 12.7 puntos porcentuales con respecto a 2023.

Eventos de integración:

- Asistentes: 2,863
- Índice de satisfacción: 87.6% (N=2020), lo que supone un aumento de 12.6 puntos porcentuales con respecto a 2023.

Resultados DEI del censo IR:

En mayo de 2024, realizamos un censo de diversidad, equidad e inclusión (DEI) en el que encuestamos a 6,653 empleados para obtener una comprensión más profunda de la composición demográfica de la empresa. Los resultados revelaron lo siguiente:

- El 5.0% de los empleados tiene una lengua materna distinta del español.
- El 4.7% de los empleados forman parte de la comunidad LGBTIQ+.
- El 2.2% de los empleados considera que tiene una discapacidad.

Desbloqueando el potencial del talento

El poder del talento en InRetail Perú Corp.

(GRI 401-1)

En InRetail Perú Corp, creemos firmemente que nuestra gente es nuestro mayor activo. Los empleados talentosos y motivados impulsan nuestro éxito, alimentando la innovación y manteniendo nuestra ventaja competitiva en un mercado en constante evolución. Nuestro compromiso con la atracción, el desarrollo y la retención del mejor talento es el núcleo de nuestra estrategia de crecimiento y excelencia.

Retos para la atracción y retención del talento en Perú

Perú se enfrenta a importantes retos en materia de mano de obra, entre los que se incluyen la persistente falta de cualificación, la inestabilidad económica y la elevada rotación de empleados. Según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), siguen prevaleciendo problemas como la informalidad del mercado laboral y el subempleo, lo que repercute en la estabilidad laboral y las oportunidades de crecimiento profesional.

En InRetail Perú Corp, el reto más importante en materia de retención es la rotación temprana, que se produce en los tres primeros meses de empleo. Esta pérdida temprana de personal suele deberse a expectativas no cumplidas, experiencias de incorporación inadecuadas y dificultades para adaptarse a las nuevas funciones.

Conscientes de estos retos, nos comprometemos a mejorar la experiencia de nuestros empleados desde el primer día, garantizando que nuestro talento prospere en un entorno de trabajo que fomente el compromiso, el desarrollo y el crecimiento profesional a largo plazo.

Estrategias de atracción de talento corporativo

En InRetail Perú Corp, implementamos estrategias proactivas y equitativas para atraer al talento adecuado en nuestras diversas unidades de negocio. Nuestro enfoque prioriza la equidad, la diversidad y la eficiencia, lo que nos permite identificar y contratar a personas que se ajustan a nuestras necesidades y valores empresariales.

Nuestras estrategias clave incluyen:

- **Entrevistas basadas en competencias:** Nuestro proceso de entrevista está diseñado en torno a competencias específicas para el puesto, lo que garantiza que las preguntas evalúen las habilidades y la experiencia, en lugar de preguntas personales que podrían dar lugar a sesgos.
- **Preguntas sesgadas:** También contamos con un conjunto de preguntas prohibidas para garantizar que se eviten los sesgos durante el proceso de selección.
- **Entrevistas presenciales:** En 2024, reintroducimos las entrevistas presenciales con los responsables directos. Estas entrevistas permiten a los candidatos visitar las tiendas, conocer su posible entorno de trabajo y conocer a su supervisor directo, lo que ayuda a establecer expectativas claras antes de la contratación.
- **Paneles de evaluación diversos:** Para fomentar la contratación equitativa, nos aseguramos de que tanto hombres como mujeres participen como evaluadores en los paneles de entrevistas. También creamos listas de preseleccionados mixtas para promover equipos equitativos.
- **Colaboración con universidades e institutos:** Colaboramos activamente con universidades e institutos, organizando charlas y programas y publicando ofertas de empleo en bolsas de trabajo y en la CONADIS (Consejo Nacional para la Integración de las Personas con Discapacidad). Formamos parte de la RED (Red de Empresas y Discapacidad de Perú), una iniciativa que promueve la inclusión sociolaboral, el trabajo digno y la empleabilidad de las personas con discapacidad en Perú.
- **Alianzas inclusivas:** Colaboramos con grupos que promueven la inclusión laboral de personas con discapacidad, personas en situación de vulnerabilidad y mujeres sobrevivientes de violencia.
- **Contratación basada en IA:** En 2024, mejoramos nuestro proceso de contratación mediante la integración de herramientas de IA para analizar las solicitudes de empleo e identificar las características de los perfiles. Este enfoque basado en datos mejora la precisión de la contratación.

Atracción y retención de talento en Food Retail

En el dinámico sector de la Food Retail, atraer y retener el talento plantea retos únicos debido a las altas tasas de rotación y a las fluctuaciones estacionales de la demanda. Para mantener la eficiencia operativa y garantizar una plantilla estable, hemos desarrollado una estrategia de contratación proactiva que anticipa las necesidades de personal tanto para puestos administrativos como operativos. Para hacer frente a estos retos, hemos puesto en marcha varias iniciativas:

- **Talento administrativo:** Para los puestos administrativos, nos centramos en la eficiencia, la equidad y la puntualidad en nuestro proceso de contratación. Realizamos un seguimiento exhaustivo de la eficacia de nuestras iniciativas de reclutamiento, asegurándonos de que los procesos de contratación se completan dentro de los plazos establecidos. En 2024, superamos nuestro objetivo anual de reclutamiento al cerrar con éxito el 98% de los procesos de contratación a tiempo.
- **Talento operativo:** Dadas las altas tasas de rotación en los puestos operativos, hemos implementado modelos de empleo flexibles para atraer y retener a los jóvenes talentos. Nuestro enfoque incluye la contratación de empleados a tiempo parcial, a los que se les ofrecen horarios de trabajo que les permiten continuar su desarrollo académico y profesional mientras adquieren una valiosa experiencia en el sector. Esta iniciativa ayuda a cubrir las carencias de talento en un mercado laboral competitivo y dinámico.

En el formato Mass, eliminamos el requisito de haber completado la educación secundaria para poder trabajar, lo que amplió significativamente nuestra base de talento. Para apoyar la continuidad educativa, nos asociamos con EsHoy, un movimiento de líderes empresariales que aborda los retos más urgentes de Perú, que ofrece programas de educación

para adultos para ayudar a los empleados a completar voluntariamente su educación secundaria mientras trabajan en InRetail.

Atracción y retención de talento en el sector farmacéutico

El sector farmacéutico se enfrenta a retos únicos a la hora de atraer y retener el talento, sobre todo debido a la escasez de farmacéuticos y técnicos de farmacia. En Pharma, hemos desarrollado iniciativas específicas para garantizar una fuente constante de profesionales cualificados, al tiempo que mejoramos la satisfacción laboral y las oportunidades de desarrollo profesional. Nuestras iniciativas en este sector incluyen:

- **Programa de formación dual:** Hemos desarrollado un programa de formación dual en asociación con Zegel, una institución de educación superior que forma parte del Grupo InterCorp, registrada en el ministerio. Este programa permite a las personas sin acceso a la educación estudiar mientras trabajan, combinando la enseñanza en el aula con la formación práctica en el punto de venta. Este programa está diseñado exclusivamente para poblaciones vulnerables, dirigido a personas que no han tenido ni tendrán en el futuro cercano acceso a educación superior. Este criterio sirve como filtro principal para la selección.
- **Planes de retención personalizados:** En 2024 logramos una mejora notable en la contratación de personal administrativo, gracias al desarrollo de planes de retención personalizados. Estos planes se diseñaron a partir de una evaluación y de diagnóstico de las motivaciones, expectativas, preferencias de movilidad, intereses de formación y oportunidades de promoción de los empleados. De cara al futuro, nuestros planes de formación se basarán en este diagnóstico.

Hitos y logros: Un logro importante fue la integración de las funciones administrativas entre Química Suiza y Pharma Retail, lo que representa un paso significativo hacia la sinergia del talento. Además, nuestro programa Mi Primera Botica, diseñado para apoyar a los técnicos farmacéuticos recién graduados a través de un proceso integral de incorporación de 14 días, ha ayudado a reducir la rotación temprana. El programa incluye formación presencial en farmacología y técnicas de venta, seguida de experiencia práctica en farmacias de alto rendimiento con mentores experimentados. Desde su implementación, la tasa de rotación ha disminuido del 9% en enero al 7%.

Atracción y retención de talento en Shopping Malls

La captación y retención de talento en los Shopping Malls requiere un enfoque estratégico y personalizado que se adapte a las exigencias operativas y de los clientes de este sector. Nuestras iniciativas se centran en ofrecer una experiencia excepcional a los candidatos y empleados:

- **Contratación especializada:** contratamos talento administrativo a través de procesos especializados y adaptados a cada puesto. A lo largo del proceso de selección, supervisamos el cumplimiento de los plazos en cada etapa, para garantizar una experiencia estructurada y eficiente a todos los candidatos.
- **Experiencia de incorporación:** para facilitar la transición de los nuevos empleados, asignamos a los recién contratados un «amigo real», un compañero con experiencia que les guía durante sus primeras semanas. Además, proporcionamos un paquete de bienvenida, una introducción detallada al puesto y un pequeño obsequio para que su llegada sea especial. Como parte de nuestro compromiso con el respeto y la transparencia, enviamos un correo electrónico de agradecimiento a todos los participantes en el proceso de selección, independientemente de su estado en el proceso.
- **Satisfacción de los empleados:** Medimos la satisfacción de los empleados a través de la encuesta anual sobre la experiencia de los empleados. Esta iniciativa nos ayuda a comprender las necesidades de los empleados y a realizar mejoras basadas en datos para aumentar el compromiso, la motivación y la satisfacción general en el lugar de trabajo.

En 2024, la rotación voluntaria en los Shopping Malls disminuyó ligeramente, pasando del 15.3 % en 2023 al 13.2%, lo que refleja un cambio modesto pero positivo. Esta mejora está relacionada con los esfuerzos centrados en el bienestar y el compromiso de los empleados, como las iniciativas de escucha en áreas críticas y las acciones para fortalecer la cultura organizativa. Sin embargo, la tasa de rotación global se vio influida por los procesos de reestructuración interna.

Desarrollo y retención de empleados con alto potencial

En los Shopping Malls, nos comprometemos a identificar, desarrollar y retener a los empleados con alto potencial (HIPER e HIPO) que impulsan la innovación, el liderazgo y el crecimiento empresarial a largo plazo.

Empleados de alto potencial (HIPER): Los HIPER son profesionales con experiencia, mayores de 35 años, con sólidas habilidades de liderazgo y alto potencial. En 2024, ofrecimos planes de carrera personalizados, coaching, formación y viajes de aprendizaje para apoyar su desarrollo. También perfeccionamos nuestro proceso de selección combinando datos de rendimiento con revisiones en profundidad de los perfiles en colaboración con los gerentes. Como resultado, se ajustó el número de HIPER y se redujo su tasa de rotación.

Empleados jóvenes con alto potencial (HIPOs): Los HIPOs, por su parte, son empleados menores de 35 años que muestran un alto rendimiento y potencial, conocidos por su enfoque proactivo y orientado a los resultados. Los HIPOs siguen una trayectoria diferente, que hace hincapié en el desarrollo de habilidades y la aceleración de la carrera profesional.

En 2024, la tasa de rotación tanto de los HIPER como de los HIPOs mostró un descenso, debido principalmente a un cambio en la metodología que refinó el enfoque de cálculo. Este ajuste proporciona una representación más precisa de la dinámica de la plantilla, lo que garantiza una comprensión más profunda de las tendencias de retención.

Promociones y talento clave:

El número de ascensos fue mayor en 2023 que en 2024 debido a la reestructuración del equipo. La disminución del número de HIPER y HIPO en Real Plaza está relacionada con un proceso de calibración más riguroso en dos fases, primero a nivel de directores y luego con los gerentes, lo que permitió una evaluación más precisa del talento interno. Este enfoque reforzó la objetividad, minimizó los sesgos individuales y alineó la clasificación del talento con nuestros objetivos estratégicos.

Atracción y retención de talento en el ámbito digital

En nuestra división Digital, buscamos candidatos con perfiles creativos, analíticos y proactivos, con conocimientos previos sobre aplicaciones móviles, sistemas de pago online, herramientas de análisis de datos y otros elementos que impulsan la estrategia comercial de nuestro grupo.

Para garantizar que atraemos al talento adecuado, nuestro proceso de selección comienza con un análisis detallado con el responsable del puesto. A continuación, elaboramos una lista de candidatos utilizando CV semiciegos, lo que garantiza un proceso de selección objetivo para la fase de entrevistas. El 73% de nuestros procesos de selección han sido semiciegos, lo que garantiza la equidad y la imparcialidad. Una vez seleccionado el candidato, le ofrecemos un proceso de incorporación estructurado, que incluye el envío de un folleto con el flujo de trabajo del primer día y un kit de bienvenida. En 2024, cerramos con éxito el 100% de nuestros procesos de contratación dentro del plazo previsto.

Estrategias avanzadas de análisis de personas y compensación

Aprovechando el poder del análisis de personas en InRetail Perú Corp

En 2024, InRetail Perú Corp dio un importante salto adelante en el análisis de RR. HH. y la gestión de la remuneración al consolidar la función de remuneración dentro de la oficina corporativa e introducir el análisis de personas como nueva iniciativa. Esta medida estratégica de 2018 marcó el comienzo de una nueva era en la gestión del talento, respaldada por

conocimientos basados en datos y enfoques innovadores para optimizar las decisiones sobre la plantilla e impulsar el rendimiento empresarial.

Nuestro equipo de gestión de datos de desarrollo humano asumió la responsabilidad de salvaguardar y proteger los datos personales y garantizar la seguridad de los datos. A través de amplios esfuerzos de gobernanza de datos, que incluyen la limpieza, actualización y digitalización de datos, creamos una base de datos de empleados fiable para apoyar la toma de decisiones.

Para mejorar la transparencia y la eficiencia en la gestión del talento, en 2024 implementamos un panel de control de formación con el objetivo de lograr la digitalización completa de la gestión de personas para 2025. Esta iniciativa garantiza que nuestros procesos de desarrollo del talento estén optimizados y sean fácilmente accesibles.

Información basada en la inteligencia artificial para la gestión del talento

Uno de nuestros proyectos estrella en 2024 fue la Encuesta sobre el clima y el liderazgo, en la que utilizamos análisis basados en IA para procesar 45,000 comentarios de la encuesta de 2023, centrándonos en tres temas principales por empresa y área. Los conocimientos obtenidos de este ejercicio dieron lugar a planes de mejora viables, que se revisarán y perfeccionarán en 2025.

Además, lanzamos un **proyecto de crecimiento basado en la IA**, aplicando modelos de IA para apoyar la movilidad interna del talento para puestos administrativos, incluidos gerentes y subgerentes. De entre 3,000 empleados, se identificaron 150 candidatos potenciales utilizando datos obtenidos de LinkedIn. Esta iniciativa mejora las oportunidades de desarrollo profesional dentro de la empresa, al tiempo que optimiza los costes de contratación. En 2025, tenemos previsto automatizar completamente el proceso, lo que permitirá a los equipos de contratación emparejar a la perfección el talento interno con los puestos vacantes.

Hemos implementado con éxito 10 modelos diferentes de análisis de personas, manteniendo el mismo número que el año anterior, y logrando un ahorro de 2.8 millones de soles en 2024 gracias a la mejora de las estrategias de retención y la optimización de la asignación de recursos de RR. HH. Estos modelos predictivos nos ayudan a comprender mejor las tendencias de la fuerza laboral. Para 2025, tenemos previsto implementar dos modelos adicionales, que se espera que mejoren aún más el ahorro.

Una de nuestras conclusiones más interesantes ha sido la relación directa entre ciertos rasgos de personalidad y su impacto en el negocio. Por ejemplo, a través del análisis de datos, hemos observado que la personalidad de los farmacéuticos y los técnicos de farmacia influye significativamente en la productividad de las ventas.

Mejorar la experiencia de los empleados

Beneficios para los empleados en InRetail Peru Corp.

(GRI 401-2)

En InRetail Perú Corp., creemos que una experiencia positiva de los empleados es esencial para fomentar una fuerza laboral motivada, comprometida y de alto rendimiento. Nuestros gerentes de bienestar se dedican a garantizar la mejor experiencia y atención para nuestro equipo, ofreciendo una gama de beneficios tanto a nuestros empleados como a sus familias. Estos son algunos de los beneficios clave:

Finanzas:

- **Descuentos:** Disponibles en todas las empresas de InRetail Perú Corp, que incluyen productos y servicios educativos, de salud, restaurantes, entretenimiento, supermercados, entre otros.
- **Préstamos:** Se ofrecen con condiciones favorables y mejores tasas en la cuenta CTS.

Salud:

- **Atención psicológica gratuita:** apoyo emocional confidencial por parte de psicólogos profesionales.
- **Asesoramiento médico y nutricional general:** Consultas gratuitas para todos los empleados.
- **Seguros:** Cobertura para empleados y sus parejas, que permite acceder a atención médica en clínicas privadas de todo el país.

Deporte:

- **Campeonatos interempresariales:** Torneos de fútbol y voleibol que promueven el trabajo en equipo, la salud de los empleados y el espíritu comunitario.

Flexibilidad laboral y teletrabajo

- **Horario de verano:** se aplica durante los primeros meses del año.
- **Trabajo híbrido:** Disponible para el personal administrativo.
- **Trabajo a tiempo parcial:** Ofrecido a los empleados de Supermercados Peruanos.
- **Horario flexible:** tres horarios de trabajo diferentes para los empleados administrativos.
- **Permisos no remunerados:** hasta 30 días naturales por motivos de salud, fallecimiento de un familiar, estudios o accidentes.
- **Tiempo libre:** 30 horas de tiempo libre para el personal administrativo.
- **Permisos personales:** Seis días para el personal operativo para actividades personales, incluyendo ascensos y asuntos familiares.
- **Cuidado familiar: Beneficios** para empleados que cuidan a familiares con enfermedades terminales o graves. Esto incluye hasta 7 días de licencia remunerada para cuidar a familiares.

Beneficios para padres

- **Reincorporación gradual:** trabajo a tiempo parcial durante uno o dos meses después del permiso de paternidad y maternidad.
- **Permiso por maternidad remunerado:** permiso remunerado de 98 días que se aplica a todos los empleados de InRetail por ley. Estos días son adicionales, por lo que no se consideran días de vacaciones.
- **Permiso de paternidad ampliado:** días adicionales: 7 en el sector de la Food Retail, 6 en el sector farmacéutico y de distribución, y 5 en Shopping Malls.
- **Apoyo a la lactancia materna:** Una hora de permiso para la lactancia materna al día hasta que el niño cumpla un año, con salas de lactancia disponibles en todas las operaciones.
- **Políticas de adopción:** días de permiso adicionales a los establecidos por la ley.
- **Programa de maternidad para dos:** Responsabilidades compartidas en el hogar y la crianza de los hijos, con charlas y entrevistas virtuales con especialistas.
- **Baja por pérdida de un hijo durante el embarazo:** política que concede una baja para superar este difícil momento.

Beneficios para las familias

- **Subsidio familiar:** 102.5 soles al mes para empleados con hijos menores de 18 años o que cursen estudios superiores, hasta los 24 años.
- **Vacaciones productivas:** oportunidades de aprendizaje y desarrollo para los hijos de los empleados de entre 2 y 12 años a través de juegos.
- **Préstamos escolares:** Préstamos financieros en febrero para material escolar.
- **Premio a la excelencia académica:** cuadernos para los hijos de los empleados que obtengan las mejores calificaciones escolares.

Estos beneficios son exclusivos para los empleados a tiempo completo y no se extienden al personal a tiempo parcial o temporal. Las ofertas más amplias, como la cobertura de seguro integral, los horarios flexibles (incluidas las opciones híbridas y flexibles) y las iniciativas de apoyo parental específicas, solo se aplican a los puestos a tiempo completo.

Prosperar juntos: satisfacción y compromiso de los empleados

En InRetail Perú Corp., creemos que fomentar un entorno de trabajo positivo y motivador es fundamental para lograr resultados empresariales sobresalientes. Para garantizar que nuestros empleados se sientan valorados, apoyados y motivados, realizamos encuestas anuales sobre el clima y la cultura utilizando metodologías desarrolladas internamente. Estas encuestas proporcionan información basada en datos sobre aspectos clave de la satisfacción laboral, el propósito del trabajo, la felicidad en el trabajo y la gestión del estrés, lo que nos permite implementar mejoras significativas en toda nuestra organización.

Una de nuestras métricas clave es el Net Promoter Score (NPS), que mide la satisfacción y la lealtad de los empleados a través de la pregunta: "¿Recomendarías tu empresa como un buen lugar para trabajar?".

En 2024, nuestra última encuesta alcanzó una notable tasa de participación del 97.8% e incluyó un amplio conjunto de 24 preguntas, lo que ofrece una visión holística de las experiencias de los empleados.²

Great Place to Work® Perú 2024

El programa **Great Place to Work® Perú** forma parte de la organización global Great Place to Work®, dedicada a ayudar a las empresas a crear culturas laborales de alta confianza y alto rendimiento.

En 2024, las siguientes empresas de InRetail Perú Corp. fueron reconocidas entre las 30 mejores empresas para trabajar en Perú:

- **2.º puesto:** plazaVea y Vivanda
- **25.º puesto:** Farmacias Peruanas

Empleador Líder 2025

InRetail Perú Corp. ha sido recientemente reconocida como "EMPLEADOR LÍDER 2025", un premio otorgado por el Instituto de Investigación y Agregación de Datos, que sitúa a la empresa entre el 1% de los mejores empleadores de todo el mundo.

Este prestigioso reconocimiento, basado en un meta-análisis exhaustivo de más de 200,000 empresas, evaluó diversos aspectos como las prácticas ESG, la diversidad, la innovación, la satisfacción de los empleados, el bienestar y las políticas favorables a la familia.

La obtención de este galardón es una prueba de nuestro compromiso con la creación de un entorno de trabajo en el que los empleados puedan prosperar y desarrollarse.

Evaluación del rendimiento

(GRI 404-3)

En InRetail Perú Corp, nos comprometemos a fomentar una cultura de alto rendimiento a través de evaluaciones de desempeño estructuradas y retroalimentación continua. Nuestro proceso anual de evaluación del desempeño está diseñado para evaluar tanto los objetivos estratégicos como las competencias de los empleados.

Implementamos dos métodos de evaluación distintos, adaptados a los diferentes grupos de empleados:

- **Evaluación del equipo directivo:** evaluamos los objetivos estratégicos y nos aseguramos de que estén alineados con el plan estratégico de la organización. Además, evaluamos el progreso en el desarrollo de competencias y revisamos las oportunidades de mejora identificadas el año anterior. Tras la evaluación, definimos un plan anual de desarrollo de los empleados utilizando la metodología integrada 70:20:10.

² La tabla que detalla los niveles de satisfacción de los empleados por unidad de negocio y por año está disponible en el anexo.

- **Evaluación de los empleados operativos:** Proporcionamos evaluaciones de formación in situ diseñadas específicamente para mejorar las capacidades relacionadas con sus funciones específicas.

Feedbackton: Renombrado como «Coffee with Your Boss» en 2024

En 2024, revitalizamos nuestra iniciativa Feedbackton, renombrándola "Café con tu Jefe" para crear una experiencia de retroalimentación más accesible y atractiva. Esta iniciativa, que se celebra dos veces al año, tanto en Shopping Malls como en lugares céntricos, fomenta sesiones de retroalimentación abiertas y constructivas entre los empleados y sus supervisores directos, reforzando una cultura de mejora continua y compromiso de los empleados dentro de nuestra organización.

- 153 personas participaron en Feedbackton 2024
- Se mantuvieron 437 conversaciones
- Índice de satisfacción del 95%

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

- Gestión por objetivos: 4%
- Evaluaciones de rendimiento o multidimensionales: 2%
- Evaluación del rendimiento en equipo: 33%
- Conversaciones ágiles (feedback): 61%

Iniciativas de reconocimiento para Food Retail

Super Star (oficinas administrativas)

Cada unidad de negocio nombra anualmente a cinco personas destacadas por sus contribuciones excepcionales. Un proceso de votación interno justo e inclusivo, en el que los empleados no pueden votar a miembros de su propio equipo, garantiza la transparencia. Los ganadores son homenajeados en nuestro evento anual con un trofeo, un diploma y un pin, junto con un video sorpresa con mensajes sinceros de sus compañeros, líderes y familiares, lo que refuerza el impacto de su trabajo.

Líder Mandela

Este reconocimiento está reservado a los líderes que destacan de forma constante tanto en la encuesta sobre clima y liderazgo como en la evaluación del rendimiento (EVD). Se aplica a los líderes de los formatos central y masivo y se concede anualmente en marzo durante un almuerzo especial, en el que los directores expresan su agradecimiento por su liderazgo y su impacto excepcionales. Los galardonados reciben un diploma y un pin, mientras que aquellos que mantienen un rendimiento sobresaliente durante tres años consecutivos reciben un honor especial. El evento fomenta un compromiso significativo y refuerza una cultura de excelencia en el liderazgo.

Extra Milla (Personal administrativo)

Para promover el reconocimiento personalizado y oportuno, cada gerente recibe un kit de reconocimiento con diplomas, tarjetas e insignias adaptados a sus logros específicos. Esta iniciativa garantiza que los empleados que encarnan nuestros valores culturales lideran proyectos transformadores o muestran un compromiso excepcional sean reconocidos rápidamente. Al fomentar una cultura de reconocimiento, reforzamos la motivación, el compromiso y la alineación con la sostenibilidad y los valores corporativos de InRetail.

Iniciativas de reconocimiento para nuestros equipos farmacéuticos

Corazón de Oro 2024

La iniciativa Corazón de Oro reconoce a las mejores farmacias y colaboradores de todo Perú. Su objetivo es premiar el trabajo en equipo que impulsa el crecimiento de las ventas, al tiempo que refuerza nuestros valores ELICE: Eficiencia, Liderazgo, Integridad, Enfoque en el Cliente, y Trabajo en Equipo. Este programa destaca la dedicación y el compromiso de nuestros equipos, garantizando la excelencia en el servicio y el desempeño.

El proceso de reconocimiento se lleva a cabo en tres fases:

1. **Preselección por crecimiento:** Se revisó el crecimiento de las ventas de las farmacias en comparación con el año anterior (2024 vs 2023).
2. **Invitación a Lima para los mejores:** De cada grupo, se invitó a la farmacia mejor clasificada en cada categoría (oro, plata, bronce) al evento en Lima. Cada farmacia estuvo representada por el farmacéutico jefe y el mejor técnico farmacéutico.
3. **Ceremonia de entrega de los premios ELICE:** En el evento se eligieron los ganadores de cada uno de nuestros valores ELICE.

Ceremonias de entrega de premios:

- Mifarma: Celebrada el 10 de diciembre, con 105 farmacias y 210 invitados (jefes de farmacia y técnicos de farmacia), y un índice de satisfacción del 97% de los 146 encuestados.
- Inkafarma: Celebrada el 11 de diciembre, con 108 farmacias y 216 invitados (jefes de farmacia y técnicos farmacéuticos), con un índice de satisfacción del 95% de los 133 encuestados.

Testimonios:

"En mi experiencia personal, me sentí muy emocionado y honrado de formar parte de este gran evento, y espero volver a participar". - Ganador, provincia de Inkafarma.

"Me sentí especial y muy apreciado por la empresa. Sentí que mis esfuerzos valieron la pena". - Ganador, provincia de MiFarma

Este reconocimiento tiene como objetivo destacar y celebrar el excelente desempeño y las contribuciones de nuestras farmacias y nuestro personal, fomentando un sentido de orgullo y motivación dentro de nuestra organización.

Iniciativas de reconocimiento para Real Plaza

Programa de reconocimiento Japi Awards

Real Plaza reforzó los *Premios Japi*, un programa de reconocimiento diseñado en torno a tres pilares fundamentales para fomentar una cultura de agradecimiento y conexión:

1. De Real Plaza a sus empleados

Iniciativas de reconocimiento a nivel corporativo que destacan las contribuciones colectivas e individuales:

- **Clima laboral y liderazgo:** reconocimiento a los equipos y líderes que crean un lugar de trabajo positivo e inclusivo.
- **Hitos profesionales:** homenaje a los empleados por sus años de servicio y dedicación.
- **Viva Influencers:** reconocimiento a los colaboradores que participan activamente e inspiran a través de la red social interna de Real Plaza (*Viva*).
- **Mentalidades (trofeos):** premiar a quienes mejor encarnan las mentalidades culturales fundamentales de Real Plaza.

2. De los líderes a sus equipos

Herramientas y rituales diseñados para ayudar a los líderes a reconocer de manera significativa a los miembros de su equipo:

- **Kit de herramientas Mindsets:** tarjetas prácticas que utilizan los líderes para reconocer los comportamientos impulsados por la mentalidad.
- **Rituales Japi Time:** momentos dedicados dentro de los equipos para celebrar los pequeños y grandes logros.

3. Entre todos los empleados

Fomentar una cultura en la que todos se sientan empoderados para reconocerse mutuamente:

- **«Valorarnos es Japi»:** una iniciativa cultural que promueve el aprecio mutuo y la conexión emocional entre los equipos.
- **Kit de herramientas para la mentalidad:** tarjetas de reconocimiento disponibles para todos los miembros del equipo para celebrar comportamientos alineados con los valores de la empresa.

Desarrollo del capital humano

En InRetail Perú Corp., estamos comprometidos con el crecimiento y el desarrollo de nuestros empleados a través de programas de formación integrales diseñados para mejorar sus habilidades y prepararlos para los retos del futuro. Nuestras iniciativas se basan en la creencia de que invertir en nuestro personal es clave para lograr el éxito y la sostenibilidad a largo plazo.

Programas de formación

(GRI 404-2)

Colaboración entre empresas: el viaje InRetail

La iniciativa InRetail Trip es un sello distintivo de nuestro compromiso con el desarrollo del talento, diseñada para promover la colaboración entre empresas y el aprendizaje en el puesto de trabajo.

Este programa anima a los empleados a participar en proyectos estratégicos de diferentes empresas de nuestro grupo, ofreciéndoles la oportunidad de abordar diversos retos más allá de su unidad de negocio específica.

Cada año, identificamos proyectos estratégicos clave en los que los empleados pueden contribuir, independientemente de su empresa de origen. Por ejemplo, un profesional de farmacia puede trabajar en un reto en Promart, o un empleado de Química Suiza puede ayudar a resolver un problema en Supermercados Peruanos. Esta iniciativa mejora el intercambio de conocimientos y el reconocimiento del talento, amplía las oportunidades de networking y fomenta el trabajo colaborativo entre nuestras empresas.

Celebrando la excelencia: La Caravana del Reconocimiento

- Para motivar y reconocer a los empleados destacados, lanzamos La Caravana del Reconocimiento, una iniciativa en la que participan directamente 7,500 empleados de diferentes tiendas. Este programa de reconocimiento destaca a entre cuatro y cinco talentos por tienda, presentando sus principales contribuciones e indicadores de rendimiento, y fomentando el orgullo y la motivación entre nuestra plantilla.

Formando a los líderes del mañana: programas de liderazgo a medida

- En 2024, desarrollamos 15 programas de liderazgo adaptados a las necesidades específicas de cada unidad de negocio, con el objetivo de identificar y cerrar las brechas de liderazgo en toda la organización.

- En Real Plaza, siete de nuestros empleados participaron en el Congreso Anual de Marketing 2024 en Perú, cuyo objetivo era actualizar los conocimientos y fortalecer la red de contactos de nuestros principales empleados.

Transición digital: Data Rockers

Data Rockers es una iniciativa estratégica de formación para toda la empresa destinada a orientar, mejorar, unificar y complementar las mejores prácticas en materia de datos en todas las unidades de negocio de InRetail. Como programa marco para fomentar una sólida cultura de datos, capacita a los equipos para tomar decisiones basadas en datos, al tiempo que promueve la alineación y la colaboración en toda la organización.

El programa se basa en cinco pilares fundamentales:

- **Formación:** Implementación de siete itinerarios de aprendizaje para todos los empleados, estructurados en dos fases: certificación de formadores y transferencia de conocimientos a cada unidad de negocio.
- **Comunicación:** Compromiso continuo a través de noticias específicas y publicaciones internas.
- **Experiencias con datos:** actividades prácticas y significativas que simulan escenarios reales de uso de datos.
- **Conexión:** Sesiones de planificación estratégica entre los equipos de datos y análisis y los equipos comerciales de todas las unidades.
- **Autoservicio:** desarrollo de herramientas que permiten el acceso y el uso autónomos de los datos.

Hasta ahora, se han inscrito 507 participantes, 404 han completado la formación y 220 han obtenido la certificación oficial.

Potenciar el crecimiento: la IR Academy

La IR Academy es nuestro programa de desarrollo insignia, diseñado para ayudar a los empleados a salvar las brechas de competencias en sus funciones actuales y prepararse para futuras oportunidades profesionales. El programa consta de cuatro academias especializadas:

1. **Integridad/Formadores de IR (Ética y cultura corporativa):** esta academia se centra en reforzar nuestra cultura corporativa a través de cursos sobre seguridad y salud en el trabajo (SST), código ético, sostenibilidad, seguridad de la información y otras áreas relacionadas.
2. **Habilidades básicas/Servicio al cliente (Competencias DEC):** Esta academia tiene como objetivo mejorar las competencias corporativas para cerrar las brechas en los puestos actuales, mejorando el servicio al cliente y el rendimiento general.
3. **Habilidades técnicas/Plataformas cruzadas (habilidades técnicas):** esta academia tiene como objetivo mejorar las habilidades técnicas y de análisis de datos, preparando a los empleados para afrontar nuevos retos y destacar en sus funciones.
4. **Líder de crecimiento/Techme UP (Desarrollo del liderazgo):** Se centra en el desarrollo de competencias y herramientas de liderazgo para una gestión eficaz de los equipos, garantizando que nuestros líderes estén bien preparados para guiar a sus equipos hacia el éxito.

Durante 2024, IR Academy logró resultados notables, entre los que se incluyen:

- 5,110 horas de formación
- 94% de cobertura de nuestra plantilla
- Una puntuación de satisfacción de 4.57 sobre 5.
- 15 itinerarios formativos seleccionados y adaptados a necesidades de desarrollo específicas

Estas iniciativas ponen de relieve nuestro compromiso con la formación de una plantilla cualificada, motivada y de alto rendimiento. A medida que seguimos invirtiendo en nuestro capital humano, seguimos centrados en crear un entorno que favorezca el crecimiento personal y profesional, lo que, en última instancia, impulsa nuestro éxito colectivo.

Programas de formación en Food Retail

Retos de la formación del sector retail peruano

El sector retail en Perú se enfrenta a múltiples retos en materia de formación y desarrollo, entre los que se incluyen mantenerse al día con la rápida evolución de la tecnología, satisfacer las expectativas siempre cambiantes de los clientes, operar en un mercado altamente competitivo, atraer y retener a empleados cualificados y garantizar el cumplimiento de la normativa.

Trayectoria de aprendizaje

Las marcas Vivanda y plazaVea han implementado el "Proceso de aprendizaje", un plan de formación anual diseñado para dotar a todos los empleados de las tiendas de los conocimientos, habilidades y capacidades necesarios para desempeñar sus funciones de manera eficaz, al tiempo que se fomenta su crecimiento y desarrollo.

El Learning Journey se divide en dos componentes principales:

1. Cuadrícula de aprendizaje:

La Red de Aprendizaje ofrece formación estructurada en tres áreas clave:

- **Cursos normativos:** Estos cursos refuerzan los pilares culturales fundamentales de la empresa, entre los que se incluyen la ética, la seguridad, la salud en el trabajo, la calidad y la norma IRIS.
- **Cursos técnicos:** Diseñados para desarrollar conocimientos especializados en las áreas técnicas tanto de las tiendas como de los centros logísticos, estos cursos también abarcan áreas de conocimiento transversales.
- **Cursos Mandela:** Diseñados para desarrollar las habilidades personales y de liderazgo de los empleados, estos cursos se basan en el estilo de liderazgo de InRetail Perú Corp., el modelo de liderazgo Mandela.

2. Escuelas:

Para garantizar un aprendizaje práctico y la estandarización de habilidades, hemos creado escuelas de formación especializada para áreas operativas clave:

- **Escuela de Productos Frescos:** Tiene como objetivo garantizar un aprendizaje eficaz mediante la estandarización de la enseñanza teórico-práctica, con un enfoque principal en el dominio de las habilidades en el área de productos frescos.
- **Escuela de Cajeros:** Busca mejorar los procesos y procedimientos relacionados con la caja y la tesorería, enfatizando la importancia de los procesos de cajero sin descuidar el servicio al cliente.
- **Escuela FUM:** Se centra en enseñar los métodos correctos de reposición para mejorar la eficiencia y la productividad, al tiempo que proporciona una comprensión más profunda de los procesos clave de la «Unidad de Medida Frontal» (FUM).

Toda la formación se imparte mediante una combinación de aprendizaje virtual y presencial, en la que participan especialistas internos y externos. Para animar a los empleados a participar, estos pueden obtener premios de reconocimiento, como líder, estrella de plata y mejor del mes.

El programa Learning Journey ha dado lugar a mejoras significativas en las capacidades de la plantilla, especialmente en puestos técnicos especializados, lo que ha tenido un impacto positivo en la retención de empleados y en las tasas de rotación. Además, la plataforma de formación personalizada y el plan de estudios estructurado ayudan a identificar a los empleados con alto potencial para la promoción interna, lo que refuerza las oportunidades de crecimiento profesional dentro de Vivanda y plazaVea.

- 13,359 empleados formados pertenecen a poblaciones vulnerables
- NPS integral de 4.78 sobre 5
- 300,704 horas totales dedicadas

- 23.16 horas invertidas por empleado

Programas de formación farmacéutica

Programa de formación dual

El programa de formación dual ofrece una experiencia de aprendizaje integral, que combina la enseñanza en el aula con la formación profesional práctica en Pharma Retail. El enfoque garantiza que los alumnos desarrollen habilidades prácticas y conocimientos del sector desde el primer semestre, lo que les permite estar preparados para el mundo laboral al graduarse.

Las características principales del programa incluyen:

- Educación accesible y de alta calidad: los alumnos reciben formación técnica gratuita que integra el aprendizaje teórico con la experiencia real en farmacias.
- Ayuda económica: los participantes reciben una beca mensual fija para ayudar a cubrir los gastos personales relacionados con sus estudios y otros costes asociados.
- Oportunidades de empleo garantizadas: a los graduados se les ofrece la posibilidad de trabajar en Pharma Retail, lo que aumenta significativamente sus oportunidades de empleo formal y mejora sus perspectivas salariales.
- Fortalecimiento del sector farmacéutico: El programa beneficia al sector farmacéutico con personal altamente cualificado y profesional capaz de atender y asesorar a los clientes, así como de gestionar y controlar los procedimientos administrativos.

Desde su lanzamiento en 2019, el programa ha beneficiado a 163 jóvenes de la zona metropolitana de Lima. Inspirado en el modelo educativo alemán, combina la enseñanza teórica en el aula con la experiencia práctica en farmacias.

Participantes:

- 101 estudiantes
- 6 cohortes

Resultados:

- 41 graduados
- 80% de los estudiantes contratados por Inkafarma/Mifarma
- 140 formadores certificados por QF

El Programa de Formación Dual ha mejorado significativamente el desarrollo de una fuerza laboral altamente cualificada y profesional en nuestro negocio farmacéutico. El programa dota a los participantes de habilidades esenciales mediante la combinación de educación práctica y teórica, lo que da como resultado, graduados preparados para el mundo laboral. Esta iniciativa ha tenido un impacto positivo en las tasas de empleo, ofreciendo a los graduados oportunidades de trabajo formal y mejorando sus perspectivas salariales, al tiempo que satisface nuestra necesidad de personal cualificado.

Además, el programa fomenta el crecimiento profesional al apoyar a los estudiantes mediante ayuda financiera y opciones de empleo garantizadas. Inspirado en el modelo educativo alemán, se erige como una iniciativa transformadora que fortalece nuestro negocio y ejemplifica una combinación exitosa de colaboración entre la educación y la industria.

Lizbeth Francia, promoción 2024, actualmente colaboradora en Inkafarma:

«Estoy muy orgullosa de formar parte de la primera promoción del programa Formación Dual. Lo que más destaco es el apoyo económico que me permitió centrarme en mis estudios. Como profesional, espero seguir adquiriendo experiencia y aprovechar las oportunidades de crecimiento que ofrece Pharma Retail, como los acuerdos con universidades para continuar mi formación».

Nuestro galardonado programa de formación dual

Pharma Retail y Zegel fueron galardonados con el premio «Empresas que Transforman», otorgado por IPAE Acción Empresarial, RPP, USAID y la Asociación Frida y Manuel Delgado Parker, gracias a su innovador Programa de Formación Dual en Técnico Farmacéutico.

Escuela de Éxito Farmacéutico

En 2024, el programa «Escuela de Éxito Farmacéutico» llegó a 9,869 personas (el 62% del total de empleados), mejorando el servicio al cliente y los protocolos de venta, así como el compromiso de los empleados. Esta iniciativa contribuyó a un aumento significativo del Net Promoter Score (NPS) en el mostrador, que alcanzó un 64.3, un claro indicador de la mejora de la satisfacción del cliente.

Otras iniciativas de formación son el "Farmatour", una feria virtual con concursos y premios, y el «Simposio de Químicos Farmacéuticos», que reconoció a 187 químicos y farmacéuticos por su liderazgo, ventas y excelencia en el servicio al cliente.

Se centra en tres áreas clave:

1. **Desarrollo personal:** énfasis en el aspecto emocional de los empleados y su reconocimiento.
2. **Modelo de ventas:** enfoque en la satisfacción del cliente y las herramientas de venta.
3. **Formación en marcas blancas:** formación de especialistas en los productos que se ofrecen en las farmacias.

La formación es online e incluye contenidos formales e informales, así como retos de aprendizaje que los empleados deben resolver a lo largo del año. Este programa mejora directamente la estrategia de ventas en nuestras farmacias, aumentando el volumen total de ventas y las ventas complementarias, que consisten en vender productos adicionales que los clientes no buscaban inicialmente. Estudios internos de Pharma Retail muestran un aumento de las ventas totales y complementarias tras el curso. El programa también mejora el rendimiento y la confianza de los farmacéuticos, lo que se traduce en un mayor compromiso de los empleados. La participación de los empleados mejoró del 13% entre 2023 y 2024, con 2072 empleados de farmacia adicionales formados.

Corazón de Líder

El programa "Escuela Corazón de Líder" demuestra un fuerte compromiso con el desarrollo profesional y la excelencia en el liderazgo. A través de su innovadora plataforma de podcasts, el programa abarca una amplia gama de temas fundamentales, como la motivación del equipo, la orientación al cliente, la curiosidad, el análisis de datos, la ejecución decisiva y testimonios inspiradores de líderes destacados. Además, la "Escuela Corazón de Líder" constituye un recurso esencial para el crecimiento y el fortalecimiento de los líderes de Pharma Retail. Centrada en la integración del nuevo personal y la gestión eficaz de equipos, la "Escuela Corazón de Líder" emplea una metodología mixta que combina lo mejor de la formación presencial y virtual, garantizando una experiencia de aprendizaje completa y enriquecedora para todos los participantes.

PDE - Programa de Especialización en IA

Este programa, dirigido al personal administrativo, se centró en reducir la carga de trabajo operativo mediante el uso de herramientas de inteligencia artificial. Los participantes recibieron más de 590 horas de formación y 25 horas de orientación experta para apoyar sus proyectos. La iniciativa contó con 38 proyectos y 48 participantes, que colaboraron para mejorar sus habilidades de gestión y superar los objetivos de rendimiento. Cabe destacar que el 79% de los proyectos diseñados y el 50% de los implementados mejoraron con éxito los procesos habituales (BAU), lo que demuestra la eficacia de los programas para optimizar el flujo de trabajo y lograr mejoras operativas significativas.

Programas de formación en compras

Lidera JAPI 2.0

Nuestro programa *Lidera JAPI 2.0* forma parte de nuestros esfuerzos continuos por mejorar el desarrollo de nuestros empleados. Esta iniciativa, que lleva cuatro años en marcha, incluye una serie de acciones segmentadas y adaptadas a diferentes perfiles de liderazgo. Estos esfuerzos nos han ayudado a potenciar las fortalezas de nuestros líderes, que son aliados clave para promover nuestra cultura JAPI y reforzar el compromiso y el desarrollo de nuestros equipos.

Participantes: 67 empleados (subgerentes y jefes de equipo)

Potencia tu ADN JAPI

Este programa está diseñado para dotar a los empleados que no ocupan puestos de liderazgo de habilidades sociales que potenciarán su crecimiento personal y profesional. El objetivo es prepararlos para asumir funciones de liderazgo como parte de su trayectoria profesional.

Participantes: 400 empleados

Escuela de mantenimiento

Creemos en la mejora continua. Por eso, este año nos hemos asociado con los principales proveedores de infraestructura para impartir formación técnica sobre temas específicos, como el mantenimiento de ascensores y equipos eléctricos. Nuestros técnicos de mantenimiento también recibieron certificaciones y formación de SENATI.

Participantes: técnicos de mantenimiento

Escuela del Centro de Control

Este año, hemos colaborado con proveedores líderes en seguridad y electrónica para actualizar las habilidades de nuestros supervisores del centro de control mediante sesiones de formación técnica.

Participantes: Supervisores del centro de control

Escuela de Marketing

También inaugurada este año, nuestra Escuela de Marketing CMP tiene como objetivo actualizar los conocimientos y prácticas de nuestros asistentes y coordinadores comerciales de Shopping Malls. La escuela también sirvió como plataforma para compartir las mejores prácticas entre los Shopping Malls y reforzar la red profesional.

Participantes: Asistentes y coordinadores comerciales

Salud y seguridad en el trabajo

(GRI 403-1; GRI 403-4)

Aspectos destacados del año: salud y seguridad en el trabajo (OHS)

1. Reconocimiento por iniciativas en materia de cultura de la seguridad
 - Ganamos un premio del Congreso por programas innovadores que mejoraron indicadores clave de seguridad, como el Programa de Equipos Críticos en la Food Retail.
2. Apoyo proactivo a la salud mental
 - Reactivamos el programa "Sanamente", que ofrece sesiones de apoyo psicológico tanto grupales como individuales. Un total de 39 empleados utilizaron el servicio durante el año.
3. Liderazgo operativo en Shopping Malls
 - Mejora de las puntuaciones en auditorías externas de 62 en 2023 a 80 en 2024, fomentando una cultura de prevención a través de programas de liderazgo.

Garantizar el bienestar integral de nuestros empleados es un compromiso fundamental para nuestra empresa. Cumplimos estrictamente la Ley peruana n.º 29783 sobre Seguridad y Salud en el Trabajo y su modificación, la Ley n.º 30222, a través de nuestro Compromiso de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST). 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.

Nuestro enfoque multifacético de la salud y la seguridad garantiza que cada unidad de negocio implemente iniciativas personalizadas que se ajusten a la normativa del sector. Estas unidades operan con programas sólidos, herramientas de vanguardia y políticas y procedimientos exhaustivos. Además, hemos creado equipos de seguridad especializados dedicados a prevenir y gestionar los incidentes que afecten a nuestros empleados o a terceros dentro de nuestras instalaciones.

Este enfoque proactivo refleja nuestra firme dedicación a crear un entorno de trabajo seguro y saludable para todos.

Enfoque de la Food Retail en materia de SST

En el sector de la Food Retail, hemos establecido un sólido sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo (SST) para garantizar un entorno de trabajo seguro para nuestros empleados y partes interesadas. Este sistema incluye:

- Actualizaciones anuales de nuestra matriz de identificación y evaluación de riesgos.
- STOP, un canal de denuncia anónimo para cuestiones de seguridad.
- Colaboración continua con el área de Seguridad Transversal.
- Investigación de accidentes utilizando metodologías como los 5 porqués y SCAT para determinar las causas raíz e implementar medidas correctivas,
- Comités mixtos de SST, que involucran activamente a los empleados en iniciativas de seguridad, y
- Formación periódica centrada en temas de seguridad y prevención de accidentes.

En 2024, logramos una tasa de cumplimiento del 98% en una auditoría legal realizada por el Ministerio de Trabajo. Además, llevamos a cabo auditorías e inspecciones internas semestrales para mejorar continuamente nuestros estándares de seguridad.

Logros en materia de seguridad y salud en el trabajo para 2024

- Reducimos la tasa de accidentes del 37% al 20%, lo que supone una reducción del 97% entre 2020 y 2024.
- Implementamos un software de cumplimiento legal en la gestión de la seguridad y salud en el trabajo.
- Llevamos a cabo auditorías internas de nuestro sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo (OHS) con el objetivo de alcanzar una puntuación del 96% en la auditoría externa, y superamos este objetivo al obtener una puntuación del 98% en las inspecciones.
- Nos fijamos el objetivo de cerrar al menos el 95% de los informes STOP y lo superamos con un 99%, lo que garantiza una respuesta rápida a las cuestiones de seguridad. El aumento de los informes STOP refleja una cultura de seguridad más sólida, con más personas que identifican y notifican activamente actos y condiciones inseguros.

Canal de denuncias STOP: fomento de una cultura de prevención

En 2024, el canal de notificación anónima STOP de la división de Food Retail tramitó más de 43,000 informes, con una tasa de cierre del 99%. Para agilizar la notificación, se suprimió el buzón genérico anónimo de sugerencias y quejas y se implementó una segmentación temática de los informes STOP para mejorar la gestión de las respuestas. Además, en 2024 obtuvimos la certificación ISO 45001 en la planta de Punta Negra (OSLO), lo que confirma que nuestras normas de salud y seguridad en el trabajo se ajustan plenamente a los requisitos reglamentarios.

	2022	2023	2024
Número de denuncias	3,962	33,278	43,547

Cultura de prevención en materia de salud y seguridad en el trabajo

En 2024, dimos prioridad a las iniciativas culturales para reforzar nuestra cultura de SST, lo que nos valió un premio del congreso por mejorar los indicadores clave de seguridad gracias a estas iniciativas.

A lo largo del año, comenzando con la Semana de la Salud y la Seguridad en el Trabajo en abril, colaboramos con nuestros equipos de Gestión Humana y Comunicaciones para implementar el Plan de Cultura de Seguridad y Salud en el Trabajo. Esta iniciativa estratégica tenía como objetivo integrar la concienciación sobre la seguridad en las operaciones diarias y fomentar la participación proactiva en la prevención de riesgos.

Un componente clave de esta iniciativa fue el Programa de Equipos Críticos, que se centró en áreas de alto riesgo, en particular las áreas de producción y las carretillas elevadoras, con el fin de reducir los accidentes. El programa logró:

- Un 95% de cumplimiento en las auditorías.
- Una gestión eficaz de los riesgos de los equipos críticos.

Programa de Equipos Críticos (PEC)

El Programa de Equipos Críticos (PEC) tiene como objetivo identificar y mitigar los riesgos asociados a los equipos de alto riesgo en diferentes formatos operativos. El programa se divide en varias etapas:

1. Creación de documentos: desarrollo de procedimientos, instrucciones, listas de verificación y presentaciones para garantizar prácticas de seguridad estandarizadas.
2. Formación: Impartición de sesiones de seguridad y formación (SST) para educar a los empleados sobre el uso adecuado de los equipos y los procesos operativos.
3. Control de EPI y señalización: Implementación de protocolos SST relacionados con equipos de protección individual de alto riesgo.
4. Control de supervisión: Realización de mantenimiento preventivo y supervisión interna y externa.
5. Mejora continua: Establecimiento de un Comité de Equipos Críticos y realización de auditorías de seguimiento para mejorar las medidas de seguridad.

El programa ha dado como resultado una reducción del 10% en los accidentes relacionados con el uso de equipos, con una tasa de eficacia del 95% en la gestión de riesgos y más de 550 auditorías realizadas. Las puntuaciones medias de las auditorías de las diferentes empresas son las siguientes: plazaVea (95%), Oslo Logistics (98%), Makro (95%) y Mass (94%).

Enfoque farmacéutico de la SST

En el sector de la Pharma Retail y Distribución, nuestras farmacias Inkafarma y Mifarma, junto con Química Suiza, han estructurado sus sistemas de gestión de la SST en pleno cumplimiento de la normativa vigente. Nuestro enfoque integral incluye la implementación de políticas y programas destinados a mejorar la seguridad en el trabajo, reducir la tasa de accidentes e incidentes, promover las competencias y capacidades en materia de SST y llevar a cabo la vigilancia y el control de los riesgos laborales. Además, realizamos exámenes médicos ocupacionales, campañas de salud y ofrecemos formación específica a nuestros empleados.

Logros en materia de SST 2024:

- Se han creado cinco comités obligatorios.
- Se han difundido el 100% de las políticas en todas las unidades de negocio y en 250 empresas autorizadas.
- Se crearon campañas de seguridad y salud (vídeos con recomendaciones) para facilitar la incorporación, incluyendo la formación de brigadas y la formación de contratistas.

- Certificación ISO 45001 obtenida para nuestro sistema de gestión de la SST.
- Para finales de 2024, el 100% de los empleados de Pharma Retail y Distribución habrán participado en la formación en SST, de conformidad con los requisitos legales.

Nuestra política y nuestro programa de SST son aprobados anualmente por el Comité de SST, y los objetivos del programa de SST son los siguientes:

Programa de SST – Pharma Retail

El programa de SST se centra en seis objetivos clave:

1. Mejorar el cumplimiento: mejorar y reforzar las medidas de seguridad relacionadas con los requisitos legales de SST aplicables a la empresa.
2. Desarrollar el sistema de gestión de la SST: reforzar los elementos de nuestro sistema de gestión de la SST, garantizando una implementación estructurada y eficaz.
3. Reducir los incidentes en el lugar de trabajo: reducir la tasa de accidentes e incidentes laborales.
4. Crear una cultura de SST: reforzar las competencias, las capacidades y la cultura de SST.
5. Implementar la vigilancia de la salud.
6. Gestionar los riesgos laborales: controlar los riesgos laborales en el entorno de trabajo para prevenir accidentes y enfermedades profesionales.

Programa de SST – Química Suiza

El Programa de SST de Química Suiza se refleja en los siguientes objetivos clave:

1. Garantizar la seguridad y el bienestar en el lugar de trabajo: proteger la salud y la seguridad de todos los miembros de la organización mediante la prevención de accidentes, enfermedades e incidentes relacionados con el trabajo, y proporcionar condiciones de trabajo seguras y saludables a los trabajadores.
2. Gestión de peligros y riesgos: implementar una jerarquía de controles para identificar, evaluar y mitigar los peligros y riesgos de SST.
3. Cumplimiento normativo: cumplir con todos los acuerdos, reglamentos y legislación vigente pertinentes, incluidos los compromisos voluntarios adquiridos con los clientes u otras partes interesadas.
4. Compromiso y participación de los empleados: garantizar que se consulte a los empleados y a sus representantes y que participen activamente en todos los elementos del sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo.
5. Formación y sensibilización: proporcionar formación y sensibilización continuas entre los programas para los empleados y el personal contratado con el fin de cumplir los objetivos y metas de SST.
6. Mejora continua: promover la mejora continua en materia de SST.

Para alcanzar estos objetivos de manera eficaz, implementamos un conjunto de herramientas y procesos estructurados:

- Lista de verificación de cumplimiento interno
- Comité de SST: comité paritario compuesto por empleados elegidos y representantes de la empresa, responsable de investigar las cuestiones de seguridad y proponer oportunidades de mejora.
- Matriz IPER C: herramienta de identificación y evaluación de riesgos utilizada para mitigar de forma proactiva los riesgos potenciales mediante medidas de acción.
- Procedimientos de investigación de accidentes y fatalidades: un enfoque estructurado para analizar los incidentes en el lugar de trabajo, identificar las causas fundamentales y prevenir que se repitan en el futuro.
- Matriz de requisitos documentales para empresas externas: garantiza que los contratistas y las empresas externas cumplan con la normativa de seguridad y salud en el trabajo antes de iniciar sus operaciones comerciales.
- Proceso de aprobación de transportistas y contratistas: sistema de verificación que garantiza prácticas seguras y el cumplimiento de la normativa por parte de los socios logísticos y los proveedores de servicios.

Logros clave en 2024

- Reducción del 40% de los accidentes en el lugar de trabajo.
- Ausentismo medio de 1.5 días.
- Certificación ISO 45001 obtenida para nuestro sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo.
- Durante la Semana Mundial de la Seguridad y la Salud en el Trabajo (Química Suiza), se reconoció a las empresas del sector por sus buenas prácticas en materia de seguridad y salud en el trabajo.

Plan de SST para 2025

En 2025, nuestra división farmacéutica implementará un plan estructurado de salud y seguridad en el trabajo (OHS) con iniciativas trimestrales. Las actividades incluyen la gestión de los contratistas de TITAN, la distribución de material de SST, la homologación de transportistas, el lanzamiento del programa de Embajadores de SST y del sistema TITAN (primer trimestre); la realización de reconocimientos médicos y la celebración del Día de la SST (segundo trimestre); la celebración de elecciones al Comité de SST y la formación en emergencias (tercer trimestre); y la realización de auditorías internas y corporativas en IRP y TITAN (cuarto trimestre). Estas acciones reflejan nuestro firme y continuo compromiso con la salud y la seguridad en el trabajo.

Enfoque de los Shopping Malls en materia de OHS

En nuestros Shopping Malls, hemos implementado un sistema de gestión integrado certificado según las normas ISO 9001 (gestión de la calidad), ISO 14001 (gestión medioambiental) e ISO 45001 (gestión de la seguridad y la salud en el trabajo). Este sistema garantiza un control integral de los riesgos, el cumplimiento normativo y la mejora continua de la seguridad en el lugar de trabajo. Entre sus componentes clave se incluyen:

- Control de riesgos para empresas externas: procedimientos estrictos para gestionar los riesgos asociados a los contratistas y proveedores de servicios externos.
- Notificación de riesgos y condiciones deficientes: se anima a los empleados a notificar cualquier riesgo potencial para la seguridad con el fin de que se tomen medidas correctivas inmediatas.
- Investigación de accidentes (metodología TASC): aplicamos la técnica de análisis sistemático de causas (TASC) para identificar las causas fundamentales y evitar que se repitan.
- Programas de formación en materia de salud y seguridad en el trabajo: cursos de formación periódicos para garantizar que todos los empleados estén bien equipados con conocimientos sobre seguridad y buenas prácticas.
- Participación y consulta de los empleados: los empleados eligen a sus representantes en el Comité de SST y pueden aportar sus opiniones a través de un buzón de sugerencias, lo que fomenta una cultura de colaboración y mejora continua.

Nuestro enfoque de gestión de riesgos mantiene un enfoque preventivo del 80% y un enfoque de emergencia del 20%. Evaluamos la gestión de nuestras unidades de negocio basándonos en auditorías internas realizadas bajo el marco legal peruano y auditorías externas realizadas por auditores registrados en el MTPE. Además, las unidades de negocio certificadas son evaluadas por auditorías externas requeridas para la certificación ISO 45001.

Logros en materia de salud y seguridad en el trabajo para 2024:

- Programa de índice de liderazgo operativo: se ha puesto en marcha un programa para los responsables de los Shopping Malls con el fin de fomentar una cultura de prevención, junto con el programa STOP y las Reglas de Oro para informar sobre actos inseguros.
- Certificación ISO 45001: obtenida en materia de salud y seguridad.
- Auditoría externa: Se ha llevado a cabo una auditoría de los trabajadores externos (limpieza, seguridad, aparcamiento) con una mejora en la puntuación, que ha pasado de 62 en 2023 a 80 en 2024.

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

Preparación y respuesta proactiva en materia de salud y seguridad en el trabajo

En línea con nuestro compromiso de ser la empresa más segura para trabajar, en InRetail, nuestra gestión de la salud y la seguridad en el trabajo busca integrar la seguridad como un valor fundamental en todos los empleados. Garantizamos que nuestras instalaciones funcionen de forma segura y eficiente mediante el cumplimiento estricto de todos los programas, políticas, procedimientos y mejores prácticas de seguridad de la empresa.

Tanto los empleados como la dirección tienen la responsabilidad de identificar y corregir rápidamente las prácticas de trabajo inseguras. Cuando se observa, identifica o notifica un riesgo para la salud o la seguridad, especialmente aquellos que pueden causar enfermedades o lesiones, la dirección debe tomar las siguientes medidas de inmediato:

- Identificar y analizar para determinar la naturaleza y la existencia del peligro.
- Evaluar el riesgo para determinar la gravedad y el impacto potencial del peligro.
- Implementar medidas correctivas para eliminar, corregir o mitigar el peligro.
- Tomar medidas correctivas y garantizar que, si un supervisor o gerente carece de la autoridad o los recursos necesarios para abordar el peligro, el problema se remita rápidamente al siguiente nivel de la dirección.
- Implementar medidas preventivas para minimizar la posibilidad de que se repita.

Identificación de riesgos, evaluaciones de riesgos y controles de salud y seguridad en el trabajo

(GRI 403-2)

Cada unidad de negocio ha implementado una Matriz de Gestión de Incidentes (IPERC) para garantizar la notificación oportuna de los incidentes y la evaluación eficaz de las medidas preventivas para mitigar riesgos futuros. Esta matriz se aplica a todos los incidentes que involucren a personas dentro de nuestras operaciones, incluidos nuestros propios empleados y los proveedores de servicios de empresas contratadas en nuestras instalaciones.

La matriz proporciona directrices para evaluar los incidentes (la evaluación de riesgos se calcula en función de la probabilidad y la gravedad), describe el proceso de comunicación y gestión de los incidentes (gestión existente) y establece mecanismos para determinar las medidas de control pertinentes para recopilar información y aprender de estos eventos (acciones). El enfoque proactivo fomenta una cultura de seguridad, responsabilidad y mejora en nuestras operaciones.

La siguiente tabla ofrece una visión general del proceso IPERC, detallando las etapas desde la entrada y el trabajo en un almacén hasta la llegada de las mercancías, el envío de las mercancías a las tiendas y la apertura de las tiendas.

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

	PELIGRO	RIESGO	GESTIÓN EXISTENTE	EVALUACIÓN DE RIESGOS	VALOR	ACCIÓN
Entrada en el almacén	Uso de escaleras fijas.	Caídas desde altura.	1. Charla de inducción sobre SST. 2. Recomendaciones de SST según el puesto de trabajo. 3. Normativa interna SST. 4. Capacitación SST. 5. Concentración en todo momento. 6. Uso de barandillas.	Admisible	Tolerable	
Trabajo dentro del almacén Trabajos dentro de la recepción de mercancías (inventario, pesaje de productos y pedidos)	Uso de equipos logística (almacenes, elevador carretilla elevadora apilador eléctrico).	Aplastamiento, golpes, impactos.	1. Charla de inducción del SST. 2. Recomendaciones de SST por puesto de trabajo. 3. Reglamento Interno de SST. 4. Capacitación en SST. 5. Mantenimiento preventivo. 6. Controles PEC. 7. Sesiones informativas del SST. 8. Uso de EPP. Concentración en todo momento.	Sustancial	No tolerable	1. Supervisión constante. 2. Programa de jefes de seguridad.
Puestos de trabajo en recepción de mercancías (inventario, pesaje de productos y pedidos)	Mercancía ubicada en altura.	Rotura, caída de un agente material superior (que cae sobre la víctima).	1. Inducción general sobre SST 2. Impartición de RISST. 3. Recomendaciones de SST 4. Directrices de SST: Apilamiento correcto de materiales/mercancías. No dejar objetos desprotegidos sobre muebles. • Responsable: todos los empleados	Moderado	Tolerable	1. La inspección continúa con el apilamiento de materiales.
Envío de mercancía al área de ventas	Transferencia de mercancías utilizando las existencias.	Contusiones; Lesiones; Traumatismos; Fracturas.	1. Charla de inducción sobre SST. 2. Recomendaciones de SST por puesto de trabajo. 3. Reglamento Interno de SST. • 4. EPP: Casco, calzado de seguridad con puntera de acero, guantes de seguridad.	Sustancial	No tolerable	1. Instrucciones de uso del telar de lanzadera (rapier). 2. Capacitación en el uso del material (stock).
Apertura de tienda	Apertura de la puerta enrollada.	Contusiones; Lesiones.	1. Charla de inducción de SST. 2. Reglamento Interno de Seguridad y Salud Laboral. 3. Protocolo de Apertura y Clausura.	Trivial	Tolerable	

Comité de SST

Como parte de nuestro compromiso con el fomento de una sólida cultura de la seguridad y con el objetivo de convertirnos en la empresa más segura para trabajar, nuestra gestión de la SST integra la seguridad como un valor fundamental entre todos los empleados.

Garantizamos que nuestras instalaciones funcionan de forma segura y eficiente mediante el cumplimiento de todos los programas, políticas, procedimientos y mejores prácticas de seguridad de la empresa. La dirección tiene la tarea de observar y rectificar rápidamente cualquier práctica de trabajo insegura. Al observar, identificar o ser notificada de un peligro para la salud o la seguridad que pueda causar enfermedades o lesiones, la dirección debe tomar las siguientes medidas inmediatas:

Metodologías: Las 5 preguntas y SCAT

(GRI 403-4)

En todas nuestras unidades de negocio, investigamos los accidentes utilizando las metodologías de «las 5 preguntas» y la «Técnica de Análisis Sistemático de Causas (SCAT)».

La metodología de las 5 preguntas: Esta técnica consiste en preguntar repetidamente «¿por qué?» sobre un incidente, profundizando cada vez más en la causa raíz del problema. Al preguntar «¿por qué?» cinco veces consecutivas, nuestro objetivo es ir más allá de los síntomas evidentes y abordar las causas fundamentales. Este método nos ayuda a comprender mejor la cadena de acontecimientos que condujeron al accidente y a tomar medidas correctivas eficaces para evitar que se repita.

Técnica de análisis sistemático de causas (SCAT): La SCAT es un enfoque más estructurado y de varios pasos que utiliza una serie de pasos para identificar las causas de un accidente. Emplea diversas herramientas, como diagramas de flujo, para visualizar y comprender las relaciones entre las diferentes causas. La SCAT se centra en tres tipos de causas:

- Causas inmediatas: acontecimientos físicos que se produjeron justo antes del accidente.
- Causas subyacentes: factores que contribuyeron indirectamente al accidente.
- Causas básicas: variables organizativas o de gestión que permitieron que se produjeran las causas subyacentes.

Mediante el uso de estas metodologías, nuestro objetivo es investigar a fondo los accidentes, identificar sus causas fundamentales y aplicar medidas para evitar que se repitan, promoviendo así un entorno de trabajo más seguro.

Riesgos para la salud y la seguridad identificados por unidad de negocio

(GRI 403-2)

Todas nuestras unidades de negocio han implementado un proceso de gestión de riesgos y una matriz de riesgos, en línea con nuestro compromiso con el bienestar de nuestros empleados y en cumplimiento de la ley peruana de salud y seguridad en el trabajo.

Formación en salud y seguridad para los trabajadores

(GRI 403-5)

La formación desempeña un papel fundamental en la prevención de accidentes en el ámbito de la salud y la seguridad en el trabajo (SST), ya que dota a los empleados de los conocimientos y habilidades necesarios para identificar y mitigar los riesgos en el lugar de trabajo.

En Perú, el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo reporta miles de incidentes laborales cada año, muchos de los cuales podrían evitarse con una formación adecuada.

Para InRetail Perú, la formación continua es esencial para garantizar un entorno de trabajo seguro y saludable. Al impartir formación periódica en materia de salud y seguridad en el trabajo, InRetail Perú no solo cumple con los requisitos legales, sino que también fomenta una cultura de la seguridad, reduce las tasas de accidentes y mejora la productividad general.

Se ha alcanzado un 96% de finalización de la formación en 2024, superando el objetivo de cumplimiento del 95%, con una media de 160 horas de formación por persona.

Formación en SST en Food Retail

En InRetail Perú, nos aseguramos de que nuestro personal de Food Retail reciba una formación integral en materia de SST adaptada a sus funciones y responsabilidades específicas. Nuestros programas de formación se ajustan a los requisitos normativos y se centran en temas clave de seguridad en el lugar de trabajo. Entre ellos se incluyen la ergonomía, el trabajo fuera de la oficina, los protocolos de seguridad para los equipos de logística, el orden y la limpieza, las medidas contra los peligros y riesgos, y la respuesta ante emergencias. Además, reforzamos los protocolos, los procedimientos y otros temas relevantes dos veces al año.

Logros clave en 2024:

- En 2024, ampliamos nuestro programa #ZeroAccidentes, centrándonos en tres áreas clave para mejorar la seguridad en el lugar de trabajo: la prevención de accidentes comunes, la promoción de buenas prácticas de salud y seguridad en el trabajo y el fomento del cuidado mutuo. Estas acciones incluyeron sesiones de formación interactivas, campañas de sensibilización en el lugar de trabajo y la implementación de protocolos mejorados de salud y seguridad en el trabajo. También establecimos canales de comunicación abiertos para que los empleados compartieran sus preocupaciones y sugerencias, reforzando así nuestra cultura de seguridad y bienestar en toda la organización.

Formación en salud y seguridad en el trabajo en el sector farmacéutico

Ofrecemos a nuestros empleados al menos cuatro sesiones de formación reglamentaria al año, que abarcan temas como la identificación de peligros y riesgos en el trabajo, las infraestructuras, las emergencias y el manejo seguro de herramientas y equipos. Además, utilizamos herramientas de comunicación digitales o físicas en Farmacias Peruanas y Química Suiza para informar a los empleados sobre la identificación de peligros asociados a sus actividades y cómo notificarlos a través de nuestra plataforma GISSAT. Esto permite a los empleados informar de forma eficaz sobre actos y condiciones inseguros.

Para fomentar una cultura interna sólida y la comunicación bidireccional, hemos introducido una red social interna similar a Facebook, llamada "Workplace".

Principales logros en 2024:

- 100 % de difusión de las políticas y procesos de SST,
- 100 % de los grupos de empleados recibieron formación en SST en 2024.
- Se impartieron 84 sesiones de formación presenciales a gran escala y 48 sesiones de iniciación, en las que participaron 459 nuevos empleados.
- Se impartió el taller para líderes sobre «Productividad y seguridad» y «Percepción del riesgo».

Formación en SST en Shopping Malls

Hemos desarrollado un programa integral de formación y educación en materia de SST para todos los empleados, que incluye cursos obligatorios sobre cultura de la seguridad, evacuación en caso de terremoto y primeros auxilios, seguridad basada en el comportamiento (BBS), prevención de trastornos musculoesqueléticos y mitos y verdades sobre la alimentación saludable y los estilos de vida.

También desarrollamos cursos específicos sobre soporte vital básico, RCP y uso de un desfibrilador externo automático (DEA); gestión de la información, estadísticas y registros de SST; y el sistema de gestión de SST en el marco de la legislación vigente. Para nuestras empresas externas habituales, abordamos temas como la SST, el acoso sexual, el servicio al cliente

y los derechos humanos. Además, al comienzo de cada turno, realizamos charlas de 5 minutos para reforzar estos conceptos.

Logros clave en 2024:

- Reactivación del programa de salud mental "Sanamente": En 2024, relanzamos el programa «Sanamente», creado originalmente durante la pandemia, a través de una nueva colaboración con un proveedor de servicios de psicología profesional. La iniciativa incluía encuestas a los empleados, sesiones de apoyo en grupo y sesiones de terapia individual. Un total de 39 empleados se beneficiaron del programa durante el año.

Requisitos de salud y seguridad en el trabajo para proveedores

(GRI 403-7)

Todos nuestros proveedores se someten a un riguroso proceso de aprobación gestionado por una empresa externa, que valida su cumplimiento de nuestro sistema de gestión. También aplicamos controles estrictos a los empleados de terceros, exigiéndoles el uso de equipos de protección individual (EPI), un seguro complementario de riesgos laborales (SCTR) y la asistencia sanitaria adecuada para su actividad específica.

Además, celebramos reuniones bimensuales con los proveedores de mantenimiento que realizan actividades de alto riesgo, así como con los proveedores que trabajan en nuestras instalaciones. Estas reuniones tienen por objeto garantizar el cumplimiento de las medidas de seguridad y revisar cualquier aspecto relevante para la protección de nuestro personal y nuestras instalaciones.

Nuestros clientes

Nuestros clientes son el centro de todo lo que hacemos. Estamos firmemente comprometidos con la creación de valor a largo plazo para ellos, al tiempo que generamos un impacto social y medioambiental medible.

Las relaciones sólidas con los clientes se basan en la confianza, la lealtad y el crecimiento compartido. Al integrar la sostenibilidad en nuestras estrategias de compromiso con los clientes, no solo cumplimos con las expectativas del mercado, sino que también contribuimos al bienestar de la comunidad, promovemos el consumo responsable y reducimos nuestro impacto medioambiental.

Este enfoque integrado no sólo refuerza nuestro liderazgo en el sector, sino que también refleja nuestro compromiso con el equilibrio entre el rendimiento económico y la responsabilidad social y medioambiental.

Propuesta de valor distintiva por división

Food Retail

Cada formato de nuestra división de Distribución de Alimentación ofrece un valor único adaptado a los diversos perfiles de nuestros clientes:

- Hipermercados y supermercados: a través de plazaVea y Vivanda, ofrecemos una amplia gama de productos diferenciados, incluidas nuestras propias marcas blancas, diseñados para satisfacer las necesidades de personas y familias de todos los niveles socioeconómicos.
- Hard-Discount: Mass se centra en productos básicos de consumo esenciales a precios muy competitivos, garantizando la asequibilidad y el acceso a todas las comunidades.

- **Cash and Carry:** Makro presta servicio principalmente a profesionales del sector HoReCa (hoteles, restaurantes y catering), ofreciendo productos a granel a precios competitivos y apoyando al mismo tiempo a los empresarios locales a través de soluciones comerciales a medida. Este apoyo incluye descuentos especiales, ventajas por fidelidad y programas de formación diseñados para mejorar las operaciones y la eficiencia de los negocios.
- Además, Makro ha puesto en marcha "Noche de Aliados", una iniciativa de fidelización que ofrece noches de descuentos exclusivos para los clientes más habituales. Este programa refuerza las relaciones con los clientes clave, proporcionándoles oportunidades de compra especiales y reforzando el compromiso de Makro con su éxito.
- **Plataformas online:** Plataformas como plazaVea.com, Vivanda.com y Agora Shop mejoran la experiencia en la tienda física, mientras que nuestras soluciones digitales, como Jokr, ofrecen comodidad e innovación a los clientes conectados digitalmente.

Pharma Retail y Distribución

- **Inkafarma:** Comprometida con la asequibilidad y la accesibilidad, Inkafarma se centra principalmente en proporcionar acceso a medicamentos esenciales a los precios más bajos a las comunidades desfavorecidas de todo el país.
- **Mifarma:** combina formatos tradicionales, de autoservicio y centrados en la belleza, respaldados por el programa de fidelización Monedero del Ahorro, que ofrece descuentos exclusivos, puntos canjeables por dinero y promociones específicas adaptadas a las preferencias de los clientes.

Shopping Malls

Nuestros centros Real Plaza van más allá del retail: son espacios comunitarios llenos de vida. Al acoger eventos culturales, deportivos y familiares, transformamos nuestros Shopping Malls en puntos de encuentro sociales esenciales que fomentan la inclusión, el ocio y la conexión con la comunidad local.

Digital

A través de Agora, ofrecemos una experiencia integrada que combina monederos digitales, programas de fidelización y servicios de última milla, impulsando la innovación centrada en el cliente y promoviendo la inclusión digital. Esta plataforma refuerza las relaciones al ofrecer un acceso fluido a herramientas financieras, recompensas personalizadas y compras online eficientes. También refuerza nuestro compromiso con la innovación, la sostenibilidad y las prácticas comerciales éticas, garantizando un acceso equitativo y una participación significativa para todos.

Nuestras marcas

Nuestras marcas propias desempeñan un papel fundamental en el enriquecimiento de la experiencia del cliente y el fortalecimiento de nuestro liderazgo en el mercado. Con más de 15 marcas privadas en la Food Retail y casi 30 en la distribución farmacéutica, ofrecemos líneas de productos exclusivas diseñadas para satisfacer las necesidades cambiantes de los clientes.

Estas marcas reflejan nuestro enfoque en:

1. **Innovación y diferenciación:** nuestros productos destacan por su envase innovador y su surtido selecto. Estos elementos nos ayudan a responder a las nuevas tendencias de consumo y a mantenernos a la vanguardia en mercados competitivos.
2. **Rentabilidad y competitividad:** al ofrecer unidades de stock exclusivas (SKU) en todas las categorías, ofrecemos propuestas de valor sólidas a una amplia gama de consumidores, equilibrando la asequibilidad con márgenes sostenibles.
3. **Cumplimiento normativo y excelencia:** en 2023, logramos el cumplimiento total de con los estándares del sector, reforzando nuestro compromiso con la seguridad, la transparencia y la calidad constante de los productos.

Marcas de en Food Retail:

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

Marcas de venta en Pharma Retail y Distribución:

- NINET
- SECOS
- TOTAL DENT
- CELL SKIN
- LADYFREE
- NO SOL
- MEDCELL
- BIU
- COLLAFLEX
- BIOCORD
- BABYMA
- CAPILATIS
- AVENE
- AGRADO NATURE
- CLUNY
- CREIGHTONS

Privacidad del cliente

La privacidad y la protección de los datos personales de nuestros clientes es una prioridad para nuestra organización. Durante el período del informe, no se registraron violaciones de datos, ningún cliente se vio afectado y no se comprometió ninguna información de identificación personal, lo que refleja nuestro compromiso con la seguridad de la información.

Los datos que recopilamos incluyen nombre, apellidos, dirección de correo electrónico, número de teléfono, número de identificación y dirección. Esta información se procesa de conformidad con la Ley N.º 29733, Ley de Protección de Datos Personales, y sus reglamentos, garantizando el cumplimiento de todos los principios y obligaciones establecidos por la normativa peruana.

El uso principal de esta información es con fines publicitarios, como campañas de cupones, felicitaciones de cumpleaños, promociones exclusivas y otras iniciativas destinadas a mejorar la experiencia del cliente. Aproximadamente el 50 % de los datos se utiliza para estos fines secundarios, respetando siempre los derechos y el consentimiento de los interesados.

2024	Food Retail	Shopping Malls	Pharma Retail y Distribución
% de clientes cuyos datos se utilizan para fines secundarios.	50	40	53

Nuestra política de privacidad garantiza que los clientes tengan control sobre el tratamiento de su información personal. Le proporcionamos mecanismos para:

- i) Darse de baja de las comunicaciones.
- ii) Dar su consentimiento antes de ser incluido en nuestras bases de datos.
- iii) Solicitar la corrección de sus datos y solicitar su eliminación.

Las bases de datos se almacenan de conformidad con los deseos del interesado. Si un cliente solicita la eliminación de su información, procederemos de acuerdo con la ley.

Para proteger la confidencialidad e integridad de la información, aplicamos las directrices establecidas en nuestra Política General de Seguridad de la Información y nuestra Política de Navegación, garantizando medidas técnicas para evitar el acceso no autorizado, la pérdida o el uso indebido.

Nuevos mercados: crecimiento de los canales digitales

Estrategia digital

Nuestra estrategia digital es la piedra angular de nuestra visión para revolucionar la experiencia de los clientes y reforzar nuestra posición en un mundo cada vez más digital. Al adoptar tecnologías de vanguardia y anticiparnos a las tendencias del mercado, ofrecemos soluciones innovadoras e interacciones personalizadas en todos los puntos de contacto con los clientes. Este enfoque integral nos permite impulsar el crecimiento, optimizar las operaciones y profundizar la fidelidad de los clientes, al tiempo que incorporamos la sostenibilidad en todo nuestro ecosistema digital.

En 2024, hemos logrado avances sustanciales en nuestras plataformas digitales, reforzando su papel fundamental en nuestro modelo de negocio:

Food Retail

Nuestra plataforma opera en dos frentes estratégicos: categorías alimentarias y no alimentarias.

- Alimentación: hemos integrado Agora Shop, nuestro servicio de entrega de última milla, con las marcas plazaVea, Vivanda y Makro. Paralelamente, JOKR ofrece entrega urgente a domicilio, en función de la disponibilidad y la ubicación. Estos esfuerzos reflejan nuestra continua inversión en la expansión de los canales digitales y la mejora de la comodidad del cliente.
- No alimentaria: hemos implementado un modelo de marketplace con 603,744 productos, gracias a una mejor integración con Seller Center. Es importante destacar que todos los emprendedores de nuestro programa Perú Pasión tienen una gran presencia, lo que le da acceso a un mercado más amplio y apoya el crecimiento inclusivo.

Como resultado, el comercio electrónico en la Food Retail logró un notable aumento del 1% en la cuota de mercado en 2024.

Pharma Retail y Distribución

Nuestra plataforma Mi Química mejoró significativamente el servicio a más de 6,000 farmacias y droguerías independientes.

- La plataforma ofrece ahora un catálogo completo de medicamentos y suplementos adaptados a las necesidades cambiantes del mercado.
- Las opciones de compra bajo demanda permiten gestionar el inventario en tiempo real, lo que reduce las roturas de stock y mejora la eficiencia operativa.

Estas mejoras han dado lugar a un crecimiento del 22% en las ventas digitales y a un aumento del 2% en el total de pedidos. Además, contamos con la aplicación Inkafarma y MiFarma, que ofrece una plataforma fácil de usar para los clientes de las farmacias.

Shopping Malls

En 2024, continuamos construyendo espacios digitales (físicos y digitales) a través de Real Plaza, mejorando la comodidad y el compromiso.

- Nuestro servicio "Click & Collect" mantuvo su buen rendimiento, alcanzando una penetración del 35%.
- Elevamos el marketing digital como pilar estratégico, impulsando el tráfico cualificado hacia los inquilinos a través de la aplicación Real Plaza mejorada. La aplicación ahora ofrece ofertas exclusivas, acceso a eventos y funcionalidades

omnicanal, lo que ayuda a posicionar nuestros Shopping Malls como centros comunitarios dinámicos y tecnológicamente avanzados. Como parte de esta evolución, la aplicación también permite a los visitantes pagar el estacionamiento, localizar tiendas, acceder a las mejores ofertas y registrarse para eventos del Shopping Malls. Estas características no solo mejoran la experiencia del usuario, sino que también nos permiten personalizar la comunicación, aumentar la frecuencia de las visitas y el gasto, y fortalecer la preferencia por la marca.

Aspectos más destacados en 2024

- Implementación de la IA:
En 2024, lanzamos nuestra agenda interna de IA para fomentar la colaboración entre los líderes de nuestras diferentes unidades de negocio. Se evaluaron más de 31 iniciativas, de las cuales se implementaron 6 con resultados destacados, como la optimización de las rutas de entrega mediante algoritmos basados en IA, lo que redujo significativamente las emisiones y mejoró la eficiencia logística. Además, las herramientas de IA de Real Plaza permitieron el procesamiento a gran escala de los comentarios cualitativos de los clientes, transformando los datos sobre el sentimiento en información útil para mejorar la experiencia del cliente.
- Expansión de los medios minoristas:
Nuestra estrategia de medios minoristas redefinió la publicidad digital al monetizar las plataformas de comercio electrónico mediante la colocación de anuncios de proveedores en plazaVea, Agora Shop y Jokr. Esto creó nuevas fuentes de ingresos y profundizó el compromiso con la marca. En particular, la internalización de la publicidad digital en la mayoría de las unidades de negocio fue un hito importante, impulsado por nuestros equipos de SEO y análisis de datos, que superaron los objetivos anuales de tráfico en un 247 %.

Comercio electrónico: canales digitales

Nuestras unidades de negocio están diseñadas para satisfacer las diversas necesidades de nuestros clientes a través de una variedad de canales adaptados a sus preferencias y expectativas:

% de clientes que utilizan plataformas digitales			
Unidad de negocio	2022	2023	2024
Total InRetail	7.1	6.0	5.5

Nuestro objetivo para el porcentaje de clientes que utilizan plataformas digitales para 2024 era del 5%.

% de los ingresos totales generados por las ventas online			
Unidad de negocio	2022	2023	2024
Total InRetail	3.6	4.0	3.2

Nuestro objetivo para el porcentaje de ingresos generados por las ventas online para 2024 era del 4%.

Satisfacción del cliente (NPS) por unidad de negocio

Medir y mejorar la satisfacción del cliente es una prioridad clave en todas nuestras unidades de negocio. Nuestro Net Promoter Score (NPS) nos proporciona información valiosa sobre cómo estamos cumpliendo y superando las expectativas de los clientes. A continuación, se muestra el rendimiento de nuestras unidades de negocio:

Rendimiento del NPS por unidad de negocio

Unidad de negocio	2022	2023	2024
Food Retail	52.3	56.33	58.8
Pharma Retail y Distribución	55.3	52.23	64.1
Shopping Malls	53.9	67.10	69.5

Cronología de la satisfacción del cliente (NPS):

- **2022:** Alcanzamos una cobertura del NPS del 90% de los ingresos, superando con creces nuestro objetivo del 55 %. Esto supuso un hito fundamental en la institucionalización de la satisfacción del cliente como métrica estratégica en todas las unidades de negocio.
- **2023:** Alcanzamos una cobertura del NPS del 100% de los ingresos procedentes de empresas con interacción directa con los clientes, superando nuestro ambicioso objetivo del 59%. Además, nuestros esfuerzos colectivos en todas las unidades de negocio dieron lugar a un NPS medio del 54.8%, lo que refleja una sólida base de referencia en la experiencia general de los clientes.
- **2024:** Logramos una cobertura del NPS del 100% de los ingresos de las empresas con interacción directa con los clientes, cumpliendo nuestro compromiso de medir de forma sistemática la experiencia del cliente. Además, superamos nuestro ambicioso objetivo de NPS del 60%, alcanzando una puntuación media del 64.2%, lo que refleja el fortalecimiento de una cultura centrada en el cliente en todas las unidades de negocio.

Gobernanza en materia de salud y nutrición

Nuestro compromiso con la salud y la nutrición de los clientes está integrado en las políticas y programas implementados en todas las unidades de negocio. Estas iniciativas están diseñadas para garantizar la calidad y la seguridad de los productos, fomentar estilos de vida más saludables y abordar las nuevas tendencias nutricionales.

Política corporativa de salud y nutrición

(GRI 416- 1) (GRI 417- 1)

Hemos establecido una Política Corporativa de Salud y Nutrición integral, aplicable a todos nuestros negocios alimentarios y farmacéuticos, así como a los proveedores de marcas blancas. Esta política define nuestros compromisos para:

- Diversificar la oferta de productos para satisfacer una variedad de necesidades nutricionales.
- Colaborar con los proveedores para mantener altos estándares de investigación y calidad de los productos.
- Promover la transparencia comunicando claramente la composición de los productos y sus beneficios para la salud.
- Fomentar una vida saludable a través de iniciativas educativas y un marketing responsable.
- Supervisar y mejorar continuamente el perfil nutricional de nuestra cartera de productos.

En este marco, nuestro objetivo es mejorar el valor nutricional de nuestros productos, manteniendo al mismo tiempo su accesibilidad y asequibilidad. Adoptamos un enfoque responsable en cuanto al tamaño de las porciones y la colocación de los productos, desalentando el consumo excesivo y apoyando la toma de decisiones informadas.

Nuestras comunicaciones de marketing se basan firmemente en pruebas científicas y reflejan con precisión las características de los productos. Además, proporcionamos información nutricional complementaria en todas nuestras líneas de productos y zonas geográficas, lo que refuerza la transparencia y fomenta la confianza de los consumidores. Las

prácticas estandarizadas de divulgación de información nutricional refuerzan aún más nuestro compromiso con la salud pública.

Ingresos por salud y nutrición

Ingresos por productos de marca propia con:	2021	2022	2023	2024
% Sistemas de clasificación de la calidad nutricional	100%	100%	100%	100%
Ingresos totales por productos saludables	545,097,673	692,559,461	850,882,681	1,091,107,711
Ingresos totales por alimentos y bebidas	677,062,861	847,585,373	1,061,596,106	1,351,656,796
% Ingresos por productos saludables	80.5%	81.7%	80.2%	80.7%

Supervisión y mejora de la nutrición

Supervisamos y evaluamos continuamente el valor nutricional de nuestra cartera de productos, centrándonos en los siguientes indicadores:

- Composición nutricional
- Reformulación de productos: el 39% de las ventas de marcas propias son productos e es clasificados como saludables (con una composición o valor nutricional más alto).
- Rendimiento de las ventas: En 2024, la cuota de ingresos de los productos con mayor valor nutricional, como los que contienen vitaminas esenciales, minerales, fibra o fitoquímicos, fue del 39% y aumentó un 19% en comparación con 2023.

Marketing y etiquetado

Cumplimos rigurosamente con los requisitos legales vigentes en materia de información y etiquetado de productos y servicios, garantizando una comunicación clara, veraz y transparente con nuestros consumidores. Todos nuestros productos incluyen la información exigida por la normativa, como la lista de ingredientes y las advertencias sanitarias, así como los octógonos de advertencia nutricional.

Durante el periodo analizado, se registraron tres incidentes de incumplimiento en el etiquetado y la comercialización. De estos, un caso correspondió a una infracción normativa que dio lugar a una sanción, mientras que no se comunicaron advertencias ni infracciones de códigos voluntarios. En cuanto a las comunicaciones de marketing, se identificaron y sancionaron dos casos de incumplimiento normativo, lo que nos motiva a seguir reforzando nuestros procesos de control y cumplimiento.

Casos de incumplimiento	Relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	Relacionados con las comunicaciones de comercialización
Con normativas que dan lugar a multas o sanciones	1	2

Con normativas que dan lugar a una advertencia	0	0
Con códigos voluntarios	0	0

Seguimos comprometidos con la mejora continua de nuestras prácticas de etiquetado y comercialización, dando prioridad a la confianza de los consumidores y al cumplimiento de los más altos estándares normativos y éticos.

Programas de nutrición para Food Retail

En línea con nuestra Política de Nutrición y Salud, implementamos programas específicos diseñados para mejorar los hábitos alimenticios y promover el bienestar general. Estas iniciativas se centran en mejorar la calidad nutricional de los productos, garantizar su accesibilidad y abordar problemas de salud específicos entre las poblaciones prioritarias.

A través de alianzas estratégicas, la investigación científica y la participación de la comunidad, establecemos objetivos es y medibles para:

- Reducir los ingredientes nocivos (por ejemplo, azúcar añadido, sodio, grasas saturadas).
- Fortalecer los productos con nutrientes esenciales (por ejemplo, fibra, vitaminas, minerales).
- Aplicar estrategias de control de las raciones e innovación de productos para apoyar las decisiones informadas de los consumidores (hemos llegado a más de 4 millones de usuarios a través de nuestras cuentas en redes sociales).

Estos esfuerzos se guían por normas nutricionales reconocidas, como las del Codex Alimentarius de la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura), que aplicamos al desarrollar recetas en nuestro centro de fabricación. Estas directrices también se integran en nuestra Política de Agricultura Sostenible y en nuestro Manual HACCP, lo que garantiza un enfoque coherente y basado en la ciencia para la formulación de productos y la seguridad alimentaria.

Además, invertimos en iniciativas de investigación y desarrollo destinadas a mejorar la asequibilidad y la accesibilidad de los productos saludables. Esto incluye la optimización de las formulaciones de los productos para reducir los costes sin comprometer la calidad nutricional, la exploración de ingredientes alternativos ricos en nutrientes y la mejora de la logística de distribución para garantizar que las opciones más saludables lleguen a las comunidades más desfavorecidas. Estos esfuerzos están en consonancia con nuestro compromiso más amplio con la equidad en materia de salud y nutrición.

En línea con este compromiso, seguimos ampliando nuestra cartera con líneas de productos inclusivos y saludables. En 2024, lanzamos nuestra línea vegana La Florencia (marca propia) con dos referencias, que ofrece opciones asequibles y de origen vegetal sin comprometer la nutrición. Nuestra línea sin gluten La Florencia, introducida en 2023, también está creciendo, con dos productos adicionales en fase de evaluación este año.

Estas iniciativas forman parte de nuestros esfuerzos más amplios de I+D para desarrollar productos saludables y accesibles. También colaboramos estrechamente con nuestros proveedores para negociar mejores condiciones de precios, con el objetivo de reforzar nuestra estructura de costes y hacer que las opciones más saludables sean más atractivas y asequibles para todos.

La transparencia es un valor fundamental: realizamos un seguimiento periódico de nuestros progresos y nuestro impacto, y elaboramos informes al respecto para mantener la responsabilidad y orientar la mejora continua.

Nuestras secciones «Mundo saludable» en plazaVea y Vivanda destacan productos más saludables, como productos ecológicos, sin azúcar, sin gluten, vegetarianos y veganos. En 2024, reforzamos esta iniciativa a través de la campaña «Productos frescos», que utilizó guías digitales y redes sociales para destacar los beneficios de las frutas y verduras. Esta iniciativa refuerza nuestro compromiso de orientar a los consumidores hacia mejores opciones, dando mayor visibilidad a las opciones nutritivas.

- A lo largo del año, la página de destino registró 64,108 visitas y atrajo a 48,671 usuarios activos, lo que refleja el gran interés y la creciente demanda de alternativas más saludables.
- Los productos ecológicos representaron aproximadamente 38 referencias, lo que supone un 0.035% del total de ventas. Aunque todavía supone una pequeña parte del total de ventas, estas cifras reflejan una creciente demanda de alimentos más saludables y funcionales, y sirven de referencia para nuestros objetivos de expansión futura.

Pharma Retail y Distribución: Mejora de la oferta

En nuestra unidad de venta al por menor y distribución farmacéutica, un equipo dedicado de especialistas colabora con marcas privadas y comerciales para desarrollar medicamentos enriquecidos con nutrientes y mejorados, como la aspirina fortificada con vitaminas. Estas innovaciones están en consonancia con nuestro objetivo más amplio de abordar las necesidades nutricionales emergentes y promover la salud preventiva a través del desarrollo de productos.

Calidad y seguridad de productos: (Market Recall)

Mantenemos rigurosos estándares de calidad y seguridad en todas nuestras operaciones retail de alimentación y productos farmacéuticos:

Food Retail:

Aplicamos un procedimiento integral de gestión de incidentes de calidad, que permite la detección y resolución tempranas de problemas derivados de las entregas de productos, las quejas de los clientes o las inspecciones rutinarias. En caso de que se detecten lotes defectuosos, activamos un proceso de retirada estructurado con plazos claramente definidos. Además, realizamos auditorías de calidad periódicas en las tiendas y los centros logísticos para mitigar de forma proactiva los riesgos y mantener la integridad de los productos.

Certificación ISO 9001

Nuestras prácticas de gestión de la calidad están verificadas externamente por SGS, lo que garantiza el estricto cumplimiento de las normas internacionales en todos los procesos clave de nuestra cadena de valor. Esta verificación abarca: auditorías de calidad en las tiendas, garantía de calidad en los centros de distribución, cualificación y supervisión de los proveedores de alimentos procesados y análisis de laboratorio de los productos, entornos, superficies y manipuladores de alimentos. Esta evaluación independiente refuerza nuestro compromiso con la seguridad alimentaria, el cumplimiento de la normativa y la mejora continua en la entrega de productos seguros y de alta calidad a nuestros clientes.

Formación interna en calidad

En Food Retail, formamos a nuestro personal a través de un programa de iniciación a la calidad alineado con los estándares que promovemos en todas nuestras operaciones. En 2024, se impartieron un total de 24 sesiones de formación a través de nuestra plataforma académica WeConnect, con 199,637 horas de formación, lo que garantiza un aprendizaje coherente y accesible para nuestros equipos. Esta iniciativa obtuvo la cobertura de:

- 91% de los empleados de plazaVea y Vivanda
- 98% de los empleados en Makro
- 100% de los empleados en Oslo

Estos resultados reflejan nuestro firme compromiso con la creación de una cultura de calidad y seguridad alimentaria desde el primer día.

Canales de opinión y reclamación de los clientes

En Food Retail, nos comprometemos a escuchar a nuestros clientes y a mejorar continuamente su experiencia. Para garantizar la transparencia, la accesibilidad y la resolución oportuna, hemos implementado una variedad de canales a

través de los cuales los clientes pueden presentar quejas, reclamaciones y sugerencias en todas nuestras marcas (plazaVea, Mass, Vivanda y Makro):

- **Centros de atención al cliente:**
 - plazaVea y Mass: 625-8000
 - Vivanda: 620-3000
- **Asistentes virtuales:**
Disponibles a través de Facebook Messenger para plazaVea, Vivanda y Makro, así como a través de los mensajes directos de Instagram.
- **Correo electrónico:**
 - plazaVea y Vivanda: servicioalcliente@spsa.pe
 - Masivo: servicioalcliente@tiendasmass.pe
 - Makro: servicioalcliente@makro.pe
- **Libros de reclamaciones:**
Hay libros de reclamaciones físicos y virtuales disponibles en todas las tiendas y en nuestros sitios web, de conformidad con la normativa local de protección del consumidor.

Estos mecanismos nos permiten recopilar de manera eficiente los comentarios de los clientes y responder a sus necesidades de manera oportuna y responsable. Son una parte fundamental de nuestra estrategia de atención al cliente y de nuestro compromiso más amplio con la sostenibilidad, la confianza y la responsabilidad.

Pharma Retail:

Nuestras operaciones se adhieren estrictamente a los protocolos de salud y seguridad, certificados por autoridades reguladoras nacionales como la DIGEMID. Cada etapa, desde el almacenamiento hasta la distribución de los productos, está sujeta a rigurosas evaluaciones para garantizar el cumplimiento, la seguridad y la confianza continua de los clientes.

Por otra parte, cuando se decide retirar un producto, se informa a la DIGEMID o a la DIGESA (Dirección General de Sanidad Ambiental). De hecho, el proceso de retirada está regulado y la autoridad sanitaria concede un plazo de 60 días para retirar el producto de las farmacias una vez que se ha declarado la retirada.

Retiradas de productos	2023		2024	
	FAPE	QS	FAPE	QS
Número de retiradas	195	29	143	81
Cantidad de productos retirados	7,722	36,109	13,412	26,740

Retiradas de productos	2021	2022	2023	2024
Número de retiradas	196	238	224	224
Cantidad de productos retirados	43,075	38,126	43,831	40,152

Calidad y seguridad de los productos

Resultados de las auditorías de calidad en las tiendas	2022		2023		2024	
	Logro	Objetivo	Logro	Meta	Logro	Objetivo
	93.8%	93.5%	91.3%	92.6%	93.2%	92.0%

Proveedores

RESUMEN 2024

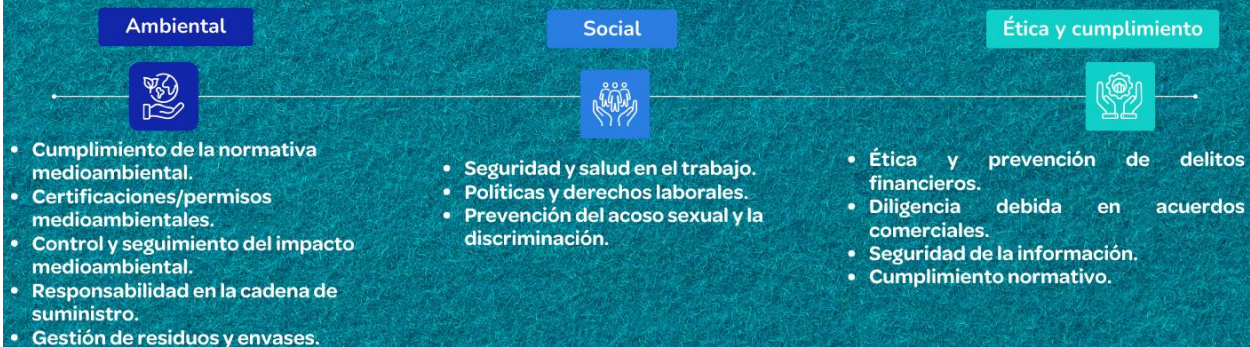
“Nuestro objetivo para el 2026 es que que el 100 % de nuestros **proveedores críticos** cumplan con buenas prácticas ambientales, sociales y de gobernanza”



Proveedores críticos

- Proveedores con la mayor facturación de cada unidad de negocio.
 - Proveedores de nuestras propias marcas.
 - Proveedores con pocos sustitutos.
- Proveedores con alta exposición a riesgos ambientales, sociales y de gobernanza (ESG).

Identificación de proveedores con “Alto riesgo ASG”



Cadena de suministro responsable 2.0



Nuestros proveedores

(GRI 204-1)

En 2024, InRetail Perú contaba con 3,192 proveedores comerciales y 4,525 proveedores no comerciales. Esto representó un aumento del 1.7% en comparación con el número de proveedores en 2023.

Además, el 87% de estos proveedores son proveedores locales críticos.

- Proveedores críticos: 182
- Total de proveedores: 7,717
- Sin fines comerciales: 4,525
- Comerciales: 3,192
- Nacionales: 6,734 (87%)
- Internacionales: 983 (13%)

Impulsando el progreso: cadena de suministro sostenible

Para InRetail Perú Corp., la gestión sostenible de los proveedores es fundamental para garantizar prácticas éticas, la gestión medioambiental y la responsabilidad social en todas nuestras operaciones. Al establecer relaciones sólidas y transparentes con los proveedores, no solo nos alineamos con nuestros valores fundamentales, sino que también mejoramos la resiliencia de la cadena de suministro, impulsamos la eficiencia, garantizamos el cumplimiento normativo y fomentamos la innovación. Estas prácticas refuerzan nuestra reputación como empresa responsable, al tiempo que apoyan el trabajo justo y generan un impacto positivo en las comunidades a las que servimos.

Programa de cadena de suministro responsable

(GRI 308-1; GRI 414-1)

Hemos desarrollado un Programa de Cadena de Suministro Responsable, dirigido a nivel corporativo por nuestro equipo de Sostenibilidad y aplicado en estrecha colaboración con los equipos comerciales y de compras de todas nuestras unidades de negocio. En el entorno competitivo actual, una sólida colaboración con los proveedores es clave para el éxito empresarial a largo plazo.

Nuestro programa se centra en identificar, evaluar, formar y supervisar a los proveedores expuestos a un alto riesgo ESG, a través de cuatro áreas de actuación principales:

1. Registro y evaluación de proveedores
2. Identificación basada en el riesgo Aprobación y auditorías
3. Programas de formación específicos

Además, el 100% de nuestros proveedores deben cumplir con nuestras Directrices de sostenibilidad corporativa para proveedores y nuestro Código ético.

Registro y evaluación de proveedores

En 2024, desarrollamos un nuevo modelo de evaluación ESG para proveedores en colaboración con los equipos de sostenibilidad de las empresas de InRetail. Este modelo se construyó a través de tres pasos clave:

1. Creación de la base de datos de proveedores: establecimiento de una base completa de datos de proveedores para garantizar un proceso de evaluación estructurado.
2. Reuniones de retroalimentación: colaboración con las principales partes interesadas para perfeccionar los criterios de evaluación y abordar los retos específicos del sector.
3. Ajustes del modelo: incorporación de las conclusiones de las sesiones de retroalimentación para reforzar la metodología y mejorar la aplicabilidad.

Clasificación estructurada por sectores

Como parte de este enfoque perfeccionado, implementamos un proceso estructurado para clasificar los sectores utilizando el Estándar de Clasificación Global de Industrias (GICS). La clasificación incluye 26 categorías de sectores, divididas en sectores retail (16) y no retail (10), lo que garantiza una evaluación precisa y estandarizada.

Modelo de evaluación de proveedores

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

Para evaluar a los proveedores de manera eficaz, hemos establecido un marco de evaluación multicriterio basado en cuatro pilares fundamentales:

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

a. Evalúa el riesgo ESG utilizando la clasificación industrial (GICS) y marcos de evaluación teóricos reconocidos internacionalmente, como SASB, MSCI, S&P Global, Allianz y el Foro Económico Mundial.

2. Criticidad del negocio

a. Determina la importancia del proveedor en la cadena de suministro, evaluando si las interrupciones en la capacidad de entrega podrían afectar significativamente al rendimiento operativo o comercial.

b. Tiene en cuenta el porcentaje de participación del proveedor en las ventas (proveedores retail) y el porcentaje de facturación (proveedores no retail), junto con los criterios comerciales establecidos por algunas empresas.

3. Origen

a. Clasifica a los proveedores en función de su lugar de origen, distinguiendo entre proveedores locales e internacionales.

4. Participación

a. Evalúa el nivel de implicación del proveedor en InRetail, identificando el número de empresas a las que el proveedor presta servicios o suministra productos.

Este modelo perfeccionado permite un enfoque estratégico y sensible al riesgo en la gestión de proveedores, garantizando la alineación con los objetivos de sostenibilidad y la resiliencia empresarial a largo plazo.

	FAPE	SPSA	RP	Total
Retail (productos)	31	84	-	115
No Retail (servicios, activos y suministros)	15	21	31	67

Declaración jurada de evaluación de la sostenibilidad

(GRI 308-1; GRI 414-1)

Introducida a finales de 2022, la Declaración Jurada de Evaluación de Sostenibilidad es una parte fundamental de nuestro proceso de registro de proveedores, que refuerza nuestro compromiso con unas cadenas de suministro éticas, transparentes y responsables. Todos los nuevos proveedores deben completar una evaluación ASG adaptada a su sector específico. El número de preguntas varía en función del sector, con un máximo de 23 preguntas que abarcan aspectos sociales, medioambientales y éticos. Este proceso nos permite identificar riesgos, evaluar el rendimiento y planificar medidas correctivas de forma eficaz. Para los proveedores existentes, la evaluación está integrada en nuestro marco de cumplimiento y es administrada por nuestros equipos comerciales y de compras, funcionando como una declaración jurada que requiere la divulgación honesta de las prácticas ASG. Este enfoque integral abarca nuestras unidades de Food Retail, Pharma Retail y Distribución y Shopping Malls, lo que garantiza que la sostenibilidad se mantenga de forma coherente en toda nuestra cadena de suministro.

Proveedores con alto riesgo ASG

Como conglomerado diversificado que gestiona múltiples marcas y relaciones con proveedores, reconocemos el riesgo potencial de tratar con proveedores de alto riesgo ASG. Para mitigar estos riesgos, aplicamos un riguroso proceso de

selección, realizamos auditorías ESG periódicas e implementamos planes de medidas correctivas para los proveedores que no cumplen con estas medidas garantizan la transparencia y la responsabilidad en toda nuestra cadena de suministro.

Identificación de proveedores con "Alto riesgo ESG"

(GRI 308 -1)

Los proveedores son evaluados en diversos aspectos sociales, medioambientales y éticos, entre los que se incluyen:

1. **Salud y seguridad:** garantiza que se aplican prácticas adecuadas de salud y seguridad para proteger a los trabajadores y reducir los riesgos laborales.
2. **Derechos laborales:** garantiza que los empleados sean tratados con dignidad y respeto, reciban un salario justo y se respeten sus derechos laborales básicos.
3. **Acoso sexual en el lugar de trabajo:** evalúa si la empresa cuenta con una política o procedimiento para prevenir, abordar y sancionar los casos de acoso sexual, así como un canal de denuncia para informar sobre ellos.
4. **Medio ambiente:** evalúa el cumplimiento de las leyes y normativas medioambientales, así como las prácticas de sostenibilidad y la gestión responsable de los recursos naturales.
5. **Ética empresarial:** Investiga prácticas empresariales corruptas o poco éticas, como el soborno o el tráfico de influencias.
6. **Seguridad de la información:** verifica si el proveedor cuenta con una política de seguridad de la información con medidas para proteger la confidencialidad, la integridad y la información sensible de sus clientes.
7. **Código ético:** evalúa si la empresa cuenta con un código ético que abarque la prevención de la corrupción, el blanqueo de capitales y la financiación del terrorismo. También verifica si el proveedor forma periódicamente a sus empleados sobre el contenido del código y mantiene un canal de denuncia activo.

Paralelamente, realizamos una calificación de cumplimiento con puntuaciones, siendo 5 la más alta.

Calificación de cumplimiento			
Alta	Medio	Bajo	Crítico
4.5 - 5	2.5 – 4.49	1.5 – 2.49	0 – 1.49

- **Cumplimiento alto:** El proveedor demuestra un alto grado de compromiso con los aspectos ASG evaluados y cumple con más del 90% de los estándares requeridos.
- **Cumplimiento medio:** El proveedor demuestra un compromiso satisfactorio con los aspectos ASG evaluados y cumple con el 50% de los estándares requeridos.
- **Bajo cumplimiento:** El proveedor demuestra un bajo compromiso con los aspectos ASG evaluados y cumple con el 30% de los estándares requeridos, por lo que se requiere la implementación de un plan de mejora.
- **Cumplimiento crítico:** El proveedor no cumple con los aspectos ASG evaluados y requiere la implementación de un plan correctivo.

Los proveedores reciben notificaciones por correo electrónico con los resultados de su evaluación, incluyendo puntuaciones detalladas de para cada evaluado dimensión y el identificado oportunidades de mejora esbozadas en su plan de trabajo personalizado.

Es importante señalar que no existe un punto de corte en las cuestiones ASG para la selección de proveedores.

Identificación de proveedores	Total
Número total de proveedores de primer nivel	7,717

Número total de proveedores significativos de nivel 1	182
% del gasto total en proveedores significativos del nivel 1	43.5

Proveedores evaluados en 2024	Total
Número total de proveedores evaluados mediante evaluaciones documentales/evaluaciones in situ	2,323
Número total de proveedores significativos evaluados	117
% de proveedores significativos evaluados	64
Número de proveedores significativos con impactos negativos reales o potenciales significativos	2
% de proveedores significativos con impactos negativos reales/potenciales sustanciales con medidas correctivas/plan de mejora acordados	100
Número de proveedores significativos con impactos negativos reales o potenciales sustanciales con los que se ha rescindido el contrato	0

El objetivo para los proveedores importantes evaluados era alcanzar una cobertura del 50% para 2024.

Medidas correctivas/Desarrollo de capacidades	Total
Número total de proveedores que recibieron apoyo en la implementación del plan de medidas correctivas	2
% de proveedores evaluados con impactos negativos reales o potenciales sustanciales que recibieron apoyo en la implementación del plan de medidas correctivas	100
Número total de proveedores significativos que participan en programas de desarrollo de capacidades	3
% de proveedores significativos en programas de desarrollo de capacidades	1.7

Excelencia en auditorías de sostenibilidad

Como parte de nuestro compromiso con la integridad de la cadena de suministro, llevamos a cabo rigurosas auditorías ESG de nuestros proveedores no comerciales. Estas auditorías garantizan el cumplimiento de nuestras normas de sostenibilidad y nuestras prácticas comerciales éticas. Cada unidad de negocio cuenta con su propio procedimiento de auditoría de proveedores para mantener el cumplimiento de los procesos de calidad.

Auditoría de proveedores en Food Retail

Evaluación de proveedores no comerciales

En la unidad de Food Retail, los proveedores no comerciales se someten a procesos de homologación basados en dos criterios clave: el tipo de servicio prestado y el importe de la oferta. Existen dos tipos de homologaciones por terceros — SQR (financiera) y salud y seguridad en el trabajo (OHS)— que dependen de la categoría del servicio y del valor de la adquisición, lo que garantiza una selección transparente y adecuada de los proveedores.

Evaluación de proveedores comerciales

Dado que Food Retail se considera una categoría de alto riesgo, el 100% de nuestros proveedores retail de alimentos son auditados por un tercero.

Estas auditorías evalúan la calidad, las condiciones higiénico-sanitarias, la infraestructura, las buenas prácticas y las certificaciones pertinentes. El equipo de calidad garantiza el cumplimiento de las normas necesarias, incluidas las certificaciones HACCP, y realiza auditorías in situ.

- Si un proveedor comercial no supera la auditoría de calidad, se implementa un plan de medidas correctivas para las deficiencias leves, mientras que las deficiencias graves dan lugar a la rescisión del contrato.
- Los proveedores no comerciales deben completar las homologaciones requeridas antes de poder optar a contratos de servicios.

Auditoría de proveedores en Pharma Retail y Distribución

Evaluación de proveedores no comerciales

En Pharma Retail y Distribución, todos los proveedores no comerciales deben someterse a un proceso de aprobación por terceros que incluye una evaluación exhaustiva en quince áreas, entre las que se incluyen recursos humanos, legalidad, tecnología de la información, medio ambiente, salud y seguridad en el trabajo (OHS) y logística y procesos.

Los nuevos proveedores que accedan a nuestros centros de distribución deben cumplir los requisitos internos de homologación de OHS.

Evaluación de proveedores comerciales

En el caso de los proveedores comerciales, la verificación se lleva a cabo a través de laboratorios acreditados por el Ministerio de Salud, lo que garantiza el cumplimiento de las normas de seguridad farmacéutica. Además, todos los medicamentos que se venden en nuestras farmacias deben estar registrados en la Dirección General de Medicamentos, Suministros y Drogas (DIGEMID), lo que refuerza nuestro compromiso con la seguridad de los productos y el cumplimiento de la normativa.

Auditoría de proveedores en Shopping Malls

En Real Plaza, las auditorías de terceros son obligatorias para los proveedores no comerciales, ya que la empresa no vende productos como Food Retail o Pharma. Estas auditorías se aplican a los proveedores que prestan servicios esenciales o clasificados como críticos, aquellos cuyos servicios repercuten directamente en la eficiencia operativa y la seguridad de los clientes. El formulario de evaluación abarca cinco áreas clave: responsabilidad social, sostenibilidad, medio ambiente, salud y seguridad en el trabajo (OHS) y calidad.

Se evalúa a los proveedores en función de sus sistemas de gestión, políticas, formación y certificaciones, incluidas las normas ISO 14001, ISO 45001 e ISO 9001.

Mejora de los estándares de los proveedores en materia de embalaje: auditorías ESG

En septiembre de 2024, InRetail Perú Corp. reforzó la sostenibilidad del embalaje al adoptar la Guía de Publicidad Ecológica de Indecopi, que exige a los proveedores proporcionar datos verificables para todas las declaraciones medioambientales, lo que ayuda a prevenir el greenwashing y a proteger la integridad de la marca.

Para garantizar la transparencia y la precisión, los proveedores deben cumplir requisitos técnicos específicos al realizar declaraciones de sostenibilidad, y el incumplimiento de estos requisitos puede dar lugar a medidas correctivas o restricciones en el etiquetado de los productos.

Como parte de esta iniciativa, realizamos diagnósticos de envases en 11,000 productos de marca propia, verificando el cumplimiento de la sostenibilidad a través de las fichas técnicas proporcionadas por los proveedores.

Para garantizar aún más la precisión, establecimos parámetros de etiquetado claros, desarrollamos matrices de verificación y verificaciones, e implementamos controles a la llegada para mantener la integridad de todo el etiquetado ecológico.

Retos para 2025

En 2024, desarrollamos una nueva metodología para nuestra Cadena de Suministro Responsable 2.0, estructurada en torno a cuatro frentes de acción clave: identificación de proveedores ASG críticos, evaluación de proveedores, formación y reconocimiento. Durante el año, implementamos el primer frente, el mapeo de proveedores ESG críticos, al tiempo que continuamos con las evaluaciones y la formación de los proveedores según la metodología anterior. La nueva metodología estableció cómo se ejecutarán los cuatro frentes, y su implementación completa está en marcha para 2025.

Identificación de proveedores críticos

- Durante 2024, logramos clasificar a los proveedores activos según el Estándar de Clasificación Global de Industrias (GICS).
- La clasificación de un proveedor como crítico en materia de ASG se basa en una evaluación ponderada de cuatro criterios clave. Estos criterios evalúan el nivel de riesgo ASG del proveedor en función del sector en el que opera y los retos específicos de sostenibilidad a los que se enfrenta.
- Establecimiento de umbrales de puntuación de riesgo.

Evaluación de proveedores prevista para 2025.

- Fortalecimiento de la plataforma actual de evaluación de proveedores.
- Segmentación del cuestionario según los riesgos del sector al que pertenecen los proveedores.
- Envío de sugerencias de mejora en las medidas de prevención y mitigación.

Formación de proveedores prevista para 2025

- Identificación de las carencias y necesidades de nuestros proveedores.
- Personalización de los temas de formación por sectores.
- Desarrollar la formación en diferentes formatos y medios.
- Seguimiento de la participación de los proveedores.

Reconocimiento previsto para 2025

- Identificar las mejores prácticas ASG en nuestros proveedores.
- Desarrollo de un programa de reconocimiento.

Programas de formación para proveedores

Ofrecemos dos programas completos de formación para proveedores: el Programa de Cadena de Suministro Responsable y el Symposium de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI). Estos programas se ajustan a nuestras políticas de sostenibilidad y dotan a los proveedores de herramientas disponibles en el mercado, garantizando que la información sea práctica y aplicable a sus operaciones.

En nuestra primera edición presencial, dimos prioridad a dos temas clave: salud, seguridad y trabajo (HSL) y discriminación.

Para garantizar una experiencia atractiva e informativa, adoptamos diversos formatos, como exposiciones con stands, charlas de expertos, mesas redondas, vídeos informativos y espacios para establecer contactos. Colaboramos con expertos de primer nivel, entre los que se incluyen:

- ELSA
- Interseccionale
- GVO Abogados
- Presente ONG

Los participantes también recibieron un kit de herramientas, un certificado y ventajas exclusivas de nuestras organizaciones colaboradoras.

Impacto y logros del symposium:

- 43 empresas proveedoras formadas, con un total de 46 participantes.
- Un NPS de 94/100, lo que refleja la alta satisfacción de los participantes.
- Más de 184 horas de formación impartidas a los proveedores.
- Satisfacción media con las charlas: 4.5/5. La sesión más valorada fue «Marco legal y normativo de HSL y discriminación».
- El 87.5% consideró que el contenido era «muy aplicable» a sus empresas, mientras que el 12.5% lo consideró aplicable.

Cadena de suministro responsable:

Este programa ofrece formación específica sobre temas medioambientales vinculados a nuestras políticas corporativas, con el objetivo de transformar a los proveedores en socios estratégicos que compartan nuestro propósito organizativo. La participación se prioriza en función de la relevancia; por ejemplo, se invitó a los proveedores de frutas y verduras a asistir al taller sobre agricultura regenerativa.

Tema	Descripción	Proveedores participantes	Proveedores significativos participantes	Expositores
Cambio climático y huella de carbono	Introducción al cambio climático y presentación de ejemplos de empresas que están llevando a cabo acciones climáticas en Perú y América Latina. Además, se presentó la plataforma del Ministerio del Ambiente para medir la huella de carbono de las empresas en Perú y América Latina.	15	0	Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF) y Ministerio de Medio Ambiente
Agricultura sostenible	Introducción a la agricultura sostenible y la agricultura regenerativa, destacando sus principios y la importancia de su implementación.	21	0	Agencia de Protección Ambiental

Envasado sostenible	Explicación de la importancia de contar con envases sostenibles e información sobre bosques certificados en Perú. Además, obtener la certificación FSC (Forest Stewardship Council).	19	1	FSC
Bienestar animal	Influencia del bienestar animal en nuestra cadena de valor, incluyendo las 5 libertades del bienestar animal, principios y legislación en Perú. Además, se realizó una comparación de la legislación con otros países y se presentó una lista de certificaciones de bienestar animal, así como las tendencias y compromisos en materia de bienestar animal.	7	0	Arba
Eficiencia energética	Introducción a la eficiencia energética y medidas para reducir el consumo de energía en las operaciones.	25	2	InterCorp Retail

El Simposio sobre Diversidad, Equidad e Inclusión tiene como objetivo sensibilizar, formar y dotar a todos los proveedores del grupo de herramientas para promover y gestionar la diversidad, la equidad y la inclusión dentro de sus organizaciones. En su primera edición, el evento formó a representantes de 43 empresas proveedoras (46 asistentes), impartiendo más de 184 horas de formación. El simposio obtuvo una puntuación de satisfacción de 4.5/5 y un Net Promoter Score (NPS) de 94/100, y el 87.5% de los participantes consideraron que el contenido era «muy aplicable» a sus organizaciones.

Proveedores formados por unidad de negocio en 2024				
Programa	Food Retail	Distribución farmacéutica	Shopping Malls	Total
Proveedores formados	8	35	34	77
% de proveedores importantes formados	2	0	2	4

Empoderamiento de las MIPYMES: el papel de las MIPYMES en la economía peruana

Las micro y pequeñas empresas (MIPYMES) son la columna vertebral de la economía peruana, impulsando el empleo y la innovación en todo el país. Con más de 2.2 millones de MIPYMES en funcionamiento, estas empresas generan más del 61 % del empleo total y proporcionan medios de vida a muchos peruanos. Su influencia económica es igualmente significativa, ya que contribuyen entre el 21% y el 25% del PIB nacional, lo que demuestra que el emprendimiento no es solo un camino hacia el crecimiento personal, sino una fuerza que da forma a la producción y la prosperidad del país.

Consciente del papel fundamental que desempeñan las MIPYMES, InRetail apoya activamente su desarrollo a través de Perú Pasión, un programa diseñado para capacitar y empoderar a las micro y pequeñas empresas. Al dotar a los emprendedores de las herramientas, los conocimientos y las redes que necesitan para tener éxito, Perú Pasión fortalece tanto a las empresas individuales como al ecosistema económico en general. Porque fomentar el emprendimiento no solo consiste en crear oportunidades, sino en construir un futuro más sostenible e inclusivo para el Perú.

Perú Pasión

Perú Pasión es nuestro programa de desarrollo para micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) de los sectores de la Food Retail, farmacéutico y Shopping Malls, diseñado para ampliar su acceso a tanto canales de venta físicos como digitales.

Las MIPYMES participantes se benefician de condiciones comerciales preferenciales, que incluyen plazos de pago de 30 días para las ventas en tiendas físicas y de 7 días para las ventas en el mercado digital .

Para fomentar prácticas sostenibles, ofrecemos descuentos en las comisiones de pago a las empresas que demuestren un impacto social o medioambiental positivo en las ventas digitales.

El programa se centra en tres pilares fundamentales:

1. **Impulso comercial:** proporcionamos a las micro, pequeñas y medianas empresas una exposición preferencial en tiendas digitales y redes sociales mediante activos de marketing específicos, como banners, cintas y etiquetas que destacan los productos locales. Además, llevamos a cabo campañas publicitarias exclusivas para impulsar las ventas y la visibilidad de la marca.
2. **Formación:** Ofrecemos un programa de formación gratuito que abarca marketing digital, gestión comercial, finanzas e innovación, impartido por expertos internos de las empresas de InRetail Perú Corp. y expertos externos como Google, TikTok For Business, Zegel y Colectivo 23. Además, un programa de mentoría exclusivo apoya anualmente a las 40 MIPYMES más destacadas, guiándolas a través de los retos empresariales durante 5 semanas con la mentoría de líderes empresariales.
3. **Financiamiento:** Ofrecemos tres tipos de fondos para impulsar el crecimiento de las MIPYMES: subvenciones para campañas comerciales, fondos publicitarios y fondos competitivos. En 2023, se otorgaron los primeros fondos competitivos a las tres MIPYMES más destacadas con mayor potencial de crecimiento comercial.

Principales resultados

1. Más de 95,000 referencias de productos peruanos: nuestro variado catálogo incluye más de 95,000 referencias únicas de productos peruanos.
2. Más de 400 empresas: Colaboramos con más de 400 empresas, fortaleciendo y ampliando nuestro ecosistema empresarial.
3. Más de 6,300 horas de capacitación: hemos impartido más de 6,300 horas de capacitación para apoyar y desarrollar a nuestros socios.
4. Ventas superiores a los S/55 millones: Nuestros esfuerzos han dado como resultado ventas que superan los S/55 millones, lo que refleja nuestro compromiso con el crecimiento y el éxito.

Campaña Perú Pasión en Food Retail

En 2024, realizamos un diagnóstico con pequeñas empresas comerciales e identificamos 900 pymes con productos en los lineales de nuestras tiendas retail. Un segundo diagnóstico en 2025 se centrará en distinguir a los productores de los intermediarios, lo que nos permitirá orientar mejor el apoyo a los productores locales.

Objetivos clave para 2025

1. Apoyar a las micro y pequeñas empresas (MIPYMES) existentes en la ampliación de sus canales de venta.
2. Colaborar con ocho emprendedores y un consultor durante un periodo de dos años para ayudarles a hacer crecer sus negocios.
3. Ayudar a los emprendedores amazónicos a entrar en el mercado de Lima.
4. Aumentar el volumen de ventas digitales y seleccionar proveedores orientados al crecimiento.
5. Contratar consultores para apoyar el desarrollo y el crecimiento de los proveedores.

Prioridades estratégicas para 2025

1. MIPYMES con impacto: Priorizar las MIPYMES que generan un impacto ambiental y/o social positivo o que operan bajo un modelo de economía circular.
2. Frutas y hortalizas: promover la descentralización de los proveedores de frutas y hortalizas para mejorar el suministro nacional y dar prioridad a las compras directas a los agricultores.
3. MIPYMES para materias primas: Centrarse en apoyar y desarrollar las MIPYMES con alto potencial dentro de la cartera de marcas propias de la empresa.
4. Regionalización: Ampliar la variedad de productos regionales según la ubicación de cada tienda. Por ejemplo, plazaVea Cusco ofrece queso de Cusco, sal de Maras y otros productos de origen local.

Creación de alianzas

Colaboración con cooperativas y organizaciones internacionales como la FAO para fortalecer las cadenas de suministro agrícolas y mejorar el abastecimiento sostenible.

Campaña Perú Pasión en Pharma

La iniciativa Peru Pasión Pharma amplía nuestro compromiso con las MIPYMES de los sectores de la salud y el cuidado personal. En 2024, identificamos y apoyamos a pequeños proveedores de productos sanitarios proporcionándoles una mayor exposición en el mercado, oportunidades de desarrollo empresarial y formación en sostenibilidad. Se puso en marcha un programa de aprendizaje electrónico para promover el aprendizaje y el desarrollo continuos tanto de los proveedores como de los empleados internos.

Todos los emprendedores del programa Perú Pasión están integrados en nuestra estrategia de mercado, ampliando su mercado alcance y apoyando el crecimiento de sus negocios.

Además, a través de nuestra unidad de negocio Pharma Retail, hemos establecido un Plan de Negocio Conjunto Ecológico (GJBP) con el Grupo L'Oréal , un plan de sostenibilidad colaborativo que incluye:

- Formación de los proveedores en el uso de materiales ecodiseñados.
- Implementación de estrategias de transporte sostenible para reducir las emisiones de CO2.
- Promoción de iniciativas sociales y medioambientales, entre las que se incluyen:
 - Programas de voluntariado.
 - Reciclaje consciente.
 - Inclusión laboral de poblaciones vulnerables en ambas empresas.

Mentoring Perú Pasión

Nuestro programa de mentoría de 5 semanas empareja a emprendedores destacados de la comunidad Perú Pasión con empleados de las empresas de InRetail para resolver retos empresariales, fomentando el crecimiento y el desarrollo. Más de 40 micro, pequeñas y medianas empresas se asociaron con ejecutivos profesionales.

Aspectos destacados del año: proveedores

1. Fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas (pymes)
 - Se prestó apoyo a 900 pymes que venden productos en puntos de venta retail como parte de la campaña Perú Pasión en 2024.
2. Sostenibilidad a través de normas de envasado
 - Avanzamos en la sostenibilidad del empaque mediante la implementación de la Guía de Publicidad Verde del Indecopi y la realización de diagnósticos en 11,000 productos de marca propia para verificar su cumplimiento en 2024.
3. Formación integral de proveedores
 - Impartimos más de 6,300 horas de formación a proveedores en 2024, incluyendo talleres sobre agricultura regenerativa y marketing digital.
4. Colaboración en sostenibilidad en el sector farmacéutico
 - Se ha establecido un Plan de Negocio Conjunto Verde con el Grupo L'Oréal, que promueve materiales ecodiseñados, estrategias de reducción de CO2 e iniciativas de inclusión social. Se ha formado a un total de 750 empleados de forma presencial en Lima sobre *la prevención del acoso callejero*. Además, los empleados también han recibido formación virtual sobre el mismo tema, ampliando aún más el alcance del programa.
 - En 2025, se llevará a cabo una colaboración conjunta con Ransa para ampliar el programa Recicla Botica con dos nuevas rutas de recogida de cajas de cartón.

* Las tablas detalladas de proveedores por tipo y proveedores por origen se encuentran disponibles en el anexo de este informe.

Programa Impulso MYPE (MIPYMES): Socios en el emprendimiento peruano

El Programa Impulso MYPE, lanzado en 2024, es una nueva iniciativa diseñada para fomentar el crecimiento de los proveedores y fortalecer el ecosistema empresarial peruano. A través de este programa, InRetail pretende desarrollar el 70% de las MIPYMES de su cadena de valor para 2030, posicionándose como socio estratégico de los emprendedores de todo el país. Para lograrlo, la empresa ha seleccionado a ocho proveedores con alto potencial de crecimiento y les ofrece asesoramiento personalizado gratuito para ayudarles a abordar un reto empresarial clave, garantizando así su sostenibilidad y expansión a largo plazo.

El programa sigue un proceso estructurado que comienza con la selección de los proveedores, seguida de la diligencia debida y la firma de un acuerdo para formalizar la participación. A continuación, los proveedores presentan un reto empresarial, para el que se desarrolla e implementa un plan estratégico personalizado con la orientación de expertos. Por último, se lleva a cabo un seguimiento de los resultados para evaluar el impacto y los progresos realizados por cada proveedor.

Nuestra comunidad

RESUMEN

2024

“Más de 100,000 vidas transformadas gracias a nuestro compromiso con las comunidades que nos rodean.”



Bueno por dentro

Rescatando alimentos, multiplicando la esperanza. Transformamos los excedentes en millones de comidas nutritivas para comunidades de todo Perú.



Más de 24,6 millones de raciones de comida donadas.



Más de 1,900 pequeñas tiendas capacitadas.

Bodegas de Éxito

Empoderar a las tiendas de barrio de Perú con herramientas digitales y educación financiera para que prosperen dentro de sus comunidades.



Farmacia vecina

Un puente entre la atención médica y la comunidad. Proporcionamos medicamentos y oportunidades donde más se necesitan, a través de alianzas clave.

Voluntariado corporativo

Cuando el propósito se une a la acción. Nuestros voluntarios dedican su tiempo, talento y corazón para crear un impacto duradero en las comunidades.



3,824 horas de voluntariado dedicadas.



La Placita del Emprendimiento

Abriendo nuestros espacios al talento local. Cada feria conecta a los emprendedores peruanos con nuevos clientes y nuevos sueños.



1,535 emprendedores beneficiados.

Lo que no llega a los estantes llega a quienes más lo necesitan. Donamos productos valiosos y reducimos el desperdicio innecesario.

Donaciones de logística inversa



“Crecemos con nuestras comunidades: más que un negocio, somos parte de su historia”

Nuestra comunidad

(GRI 413-1)

En InRetail creemos firmemente en la creación de valor compartido con nuestros grupos de interés a través de programas estratégicos que impulsan tanto el impacto social como la eficiencia empresarial. Nuestras iniciativas comunitarias reflejan nuestro compromiso con la sostenibilidad, la inclusión y los resultados medibles.

Inseguridad alimentaria y malnutrición infantil en Perú

La inseguridad alimentaria sigue siendo un problema acuciante en Perú, que afecta a una parte importante de la población. Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), el 36.1% de los peruanos carece de acceso a una nutrición adecuada (INEI, 2023). En Lima Metropolitana, este problema es especialmente grave, ya que el 43.5% de los residentes sufre déficit calórico debido a limitaciones económicas (INEI, 2023). Además, la malnutrición infantil sigue siendo una preocupación importante, ya que el 40.2% de los niños de 6 a 35 meses padecen anemia, mientras que la malnutrición crónica entre los niños menores de cinco años ha aumentado hasta el 8.1% (INEI, 2023). Estos retos ponen de relieve la urgente necesidad de iniciativas integrales de seguridad alimentaria e intervenciones nutricionales específicas en las comunidades vulnerables. Food Retail.

• Bueno por Dentro: Redefiniendo la seguridad alimentaria

A través de nuestro programa insignia Bueno por Dentro (BxD), combatimos activamente la inseguridad alimentaria mediante la donación de alimentos que siguen siendo seguros y nutritivos a pesar de no cumplir con los estándares comerciales. Como primer supermercado de Perú en implementar esta iniciativa, hemos liderado los esfuerzos para formalizar las prácticas de donación de alimentos y hemos desempeñado un papel fundamental en la promulgación de la Ley de Donación de Alimentos. Este programa involucra al 100% de nuestras tiendas plazaVea, Vivanda, Makro, Mass y JOKR, así como a los centros de distribución OSLO en todo el país, cubriendo 18 regiones y 97 distritos de Perú.

Zona de influencia:

- 184 tiendas participan en donaciones de alimentos
- 113 tiendas plazaVea y Vivanda
- 27 tiendas Makro
- 9 tiendas JOKR
- 6 centros de distribución Oslo
- 29 tiendas Mass

En 2024, alcanzamos:

- 18.5 millones de raciones de alimentos donadas
- 110,409 beneficiarios
- 371 organizaciones sociales

Población beneficiada:

- El 4.3% de la población en situación de pobreza extrema se benefició directamente del programa.
- El 53% de nuestro excedente de alimentos, incluidos productos próximos a su fecha de caducidad y productos dañados pero aptos para el consumo, se donó a través del programa.

Un informe 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.

Mejora de la eficiencia del programa:

InRetail implementó varias mejoras en 2024 para optimizar la ejecución del programa:

- Realizó auditorías in situ en todas las organizaciones sociales participantes.
- Mejoraron los protocolos de manipulación de alimentos y reforzaron las normas de seguridad.
- Se adoptó una nueva metodología para medir las donaciones de alimentos, pasando de métricas basadas en el coste a un modelo basado en el impacto y centrado en el valor calórico y los macronutrientes, lo que garantiza una ingesta nutricional óptima por beneficiario.

Censo y resultados de la auditoría: Bueno por Dentro

Manipulación de alimentos y cumplimiento de las normas de seguridad

Para garantizar la eficiencia operativa y la seguridad alimentaria, InRetail llevó a cabo una auditoría exhaustiva como parte del programa *Buenos por Dentro*. Durante un período de 18 semanas (abril-julio de 2024), una consultora especializada, Muna&CO, realizó evaluaciones in situ en 164 organizaciones sociales de 18 regiones y 88 distritos. Las auditorías se centraron en las condiciones de la infraestructura y el cumplimiento de las normas de manipulación de alimentos, lo que dio como resultado un diagnóstico exhaustivo que sentó las bases para un sólido plan de mejora adaptado a cada organización. Se trató de un esfuerzo monumental para mejorar la seguridad alimentaria y la calidad operativa en todo el país.

Estas evaluaciones proporcionaron información valiosa sobre la infraestructura, los perfiles de los beneficiarios y los niveles de dependencia alimentaria.

Principales conclusiones:

- El 61% de los beneficiarios son niños, adolescentes y jóvenes.
- El 46% tiene entre 6 y 12 años.
- El 99% de las personas encuestadas reconocen a Supermercados Peruanos como una empresa socialmente responsable.
- El 35% de las organizaciones participantes dependen de Bueno por Dentro para más del 50% de su suministro de alimentos.
- El 42% de las organizaciones operan en instalaciones con más de 20 años de antigüedad.
- Entre los socios sociales del programa, el 87% de sus edificios están contruidos con materiales duraderos.
- El 69% de la infraestructura está totalmente terminada, mientras que el 15% está operativa, el 8% está paralizada y el 2% entra en otras categorías.

Resultados de la auditoría - Niveles de cumplimiento en la manipulación de alimentos:

- 38% aceptable
- 46% En proceso
- 16% No aceptable

Plan de acción Pathway 2025: Fortalecimiento de la seguridad alimentaria y la infraestructura

InRetail ha definido una hoja de ruta estratégica para 2025 centrada en mejorar la seguridad, la eficiencia y la sostenibilidad dentro de Bueno por Dentro. El plan describe seis áreas clave para mejoras específicas:

1. Ubicación e infraestructura
 - Programas de formación y donaciones para apoyar mejoras rentables
 - Desarrollo de un manual de normas para las instalaciones.
2. Instalaciones sanitarias
 - Formación sobre sistemas de ventilación para un mejor almacenamiento de los alimentos.
3. Manipuladores de alimentos
 - Estrategia de comunicación sobre higiene y seguridad alimentaria.

- Creación de materiales educativos sobre buenas prácticas.
- 4. Mejores prácticas en la manipulación de alimentos
 - Formación sobre almacenamiento y distribución
 - Evaluación de conocimientos para reforzar el cumplimiento
- 5. Programas de higiene y saneamiento
 - Solicitud y verificación de certificados de fumigación
 - Formación en limpieza, desinfección y gestión de residuos
- 6. Medidas de seguridad
 - Donación de señalización y botiquines de primeros auxilios
 - Formación en primeros auxilios para el personal de la organización

Estimación del costo de las raciones: un modelo basado en nutrientes

Como parte de su compromiso con la calidad nutricional y la rentabilidad, Bueno por Dentro ha adoptado un modelo basado en los nutrientes para estimar el coste de las raciones alimentarias. Este enfoque va más allá de los métodos tradicionales de medición de costes, ya que se centra en el valor calórico y de los macronutrientes por donación.

En 2024, esta metodología perfeccionada dio como resultado:

- Una reducción del coste estimado de las raciones de 3.50 soles en 2023 a 3.43 soles en 2024.
- Una mejor asignación de las donaciones, manteniendo altos estándares nutricionales.

Pharma Retail y Distribución:

Retos en el acceso a la atención sanitaria en Perú

Perú sigue enfrentándose a importantes retos en el acceso a la atención sanitaria, con disparidades profundamente arraigadas que afectan a las infraestructuras, la prestación de servicios y la accesibilidad financiera. El 95% de los centros de salud públicos funcionan en condiciones inadecuadas, lo que pone de manifiesto las graves deficiencias en materia de infraestructuras (Ministerio de Salud, 2024). Además, la fragmentación del sistema sanitario, dividido entre EsSalud, SIS, las fuerzas armadas y los proveedores privados, genera ineficiencias y deja solo al 43% de la población con acceso adecuado a los servicios de atención primaria (ComexPerú, 2024). Los gastos de salud por cuenta propia aumentaron un 29% en 2023, lo que supone una carga desproporcionada para los hogares con ingresos más bajos, ya que los más pobres gastan hasta el 8.3% de sus ingresos en atención médica, frente al 4% de las familias más ricas (Ministerio de Economía y Finanzas, 2024). Estos retos sistémicos ponen de relieve la urgencia de ampliar la accesibilidad a la atención sanitaria y de aplicar iniciativas específicas para garantizar una atención sanitaria equitativa para todos los peruanos.

Transformar el acceso a la atención sanitaria

Las iniciativas de InRetail en materia de salud están diseñadas para reducir las barreras al tratamiento, ampliar el acceso en las zonas desatendidas y mejorar la resiliencia del sistema sanitario mediante la colaboración público-privada y la innovación digital.

Plan de Apoyo al Paciente (PAP): eliminando las barreras al tratamiento

Reconociendo la carga financiera que suponen las enfermedades crónicas, el programa PAP ofrece beneficios que mejoran la asequibilidad de la terapia, el cumplimiento del tratamiento y la concienciación sobre la enfermedad. En 2024, el programa contaba con 85,000 usuarios registrados en todo Perú, lo que garantiza el acceso a medicamentos asequibles y a una red de apoyo nacional.

Donaciones de logística inversa: sostenibilidad e impacto social

A través de nuestra iniciativa de donaciones de logística inversa, reutilizamos productos farmacéuticos y de consumo con daños externos menores o cerca de su fecha de caducidad, garantizando su seguridad y usabilidad para la donación. En

colaboración con instituciones como la Lima Charity, la Asociación de las Bienaventuranzas, el Patronato de Bomberos del Perú y VidaWasi, un centro de salud en Urubamba, Cusco, hemos logrado:

- 6,865 productos donados
- S/ 1 millón en valor total

Esta iniciativa refleja nuestro doble compromiso con la sostenibilidad y la equidad social.

Farmacia Vecina: ampliando el acceso a la atención sanitaria

Una alianza estratégica con EsSalud y Salog ha permitido que más de 1,000 farmacias asociadas dispensen medicamentos a pacientes crónicos, lo que ha reducido significativamente el tiempo de desplazamiento y ha mejorado la continuidad del tratamiento. Por cada receta dispensada, se destinan fondos para patrocinar a estudiantes a través de Perú Champs, con una contribución total de 72,500 soles en 2023.

En 2024, los resultados incluyeron:

- 148 farmacias afiliadas
- 148,376 recetas dispensadas
- 22 becarios apoyados

Mi Química & Aliviamed: Digitalización de los servicios farmacéuticos

Nuestro ecosistema de salud digital sigue creciendo a través de dos plataformas innovadoras:

- **Mi Química:** permite una gestión fluida del inventario y reabastecimiento frecuente para 8,087 farmacias de barrio en todo Perú.
- **Aliviamed:** Aliviamed ha proporcionado más de 64,000 consultas médicas por teléfono en 2,300 comunidades, eliminando las barreras de acceso a la atención sanitaria. En Perú, los largos tiempos de desplazamiento, los hospitales saturados y los retrasos en las citas dificultan la búsqueda de atención médica, especialmente para el 70% de la población que trabaja en el sector informal y pierde ingresos cuando se ausenta del trabajo. Al utilizar simples llamadas telefónicas en lugar de la telemedicina por vídeo, la iniciativa garantiza una orientación médica eficiente y asequible para quienes no tienen teléfonos inteligentes ni acceso a Internet.

Food Retail: empoderamiento económico y circularidad

El segmento de Food Retail de InRetail sigue fomentando el crecimiento económico inclusivo y promoviendo la circularidad a través de iniciativas escalables e impulsadas por la comunidad.

Bodegas de Éxito: impulsando los negocios locales

Hemos puesto en marcha Bodegas de Éxito, un programa de educación financiera y transformación digital que apoya a las pequeñas tiendas de conveniencia locales.

En 2024, el programa piloto tuvo un impacto en 1,900 negocios locales de Lima y Arequipa, lo que se tradujo en un aumento del 52% en las ventas de los comerciantes participantes. Tras este éxito, la iniciativa se ampliará a nuevas regiones en 2025.

Shopping Malls:

El emprendimiento en Perú:

Perú cuenta con un ecosistema emprendedor dinámico, pero la informalidad sigue siendo un reto importante. En 2024, el 70.9% de la población activa trabajaba en condiciones informales, sin seguridad social, protección laboral ni acceso a

servicios financieros (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2025). Este problema es especialmente grave en las zonas rurales, donde el 94% de los trabajadores son informales. A pesar de estos obstáculos, el emprendimiento sigue prosperando, impulsado por la necesidad y la innovación. Perú cuenta con más de 12 millones de trabajadores informales, muchos de los cuales se dedican al comercio a pequeña escala, los servicios y las empresas digitales (INEI, 2025).

La economía informal desempeña un papel crucial en el panorama económico de Perú, pero también presenta obstáculos para el crecimiento empresarial sostenible. Estas realidades subrayan la importancia de los programas de emprendimiento y las iniciativas culturales que empoderan a las pequeñas empresas, fomentan la innovación y crean oportunidades económicas sostenibles.

Impulsando el emprendimiento y el impacto cultural

Nuestros Shopping Malls siguen siendo plataformas de inclusión económica y conexión cultural, empoderando a los emprendedores locales, apoyando la salud pública y reforzando nuestros valores corporativos a través de la acción comunitaria.

Programa "Emprende con Real Plaza":

Una iniciativa de emprendimiento que ofrece formación y tutoría a productores y emprendedores locales (no arrendatarios), incluyendo al menos un espacio de venta y un componente de aprendizaje. Este programa tiene como objetivo apoyar y promover el desarrollo de los emprendedores locales ofreciendo orientación, capacitación y exposición comercial.

En 2024, el programa logró los siguientes resultados:

- 189 emprendedores formados.
- 10 sesiones de formación (2 horas cada una).
- Certificados entregados en 7 regiones.
- Se celebraron 4 ferias comerciales, en las que participaron 27 empresarios.
- Más de 70,000 soles en ventas generadas.
- 12 emprendedores asesorados por empleados de Real Plaza.

Perú Pasión: una plataforma para emprendedores locales

Desde su creación, Perú Pasión ha empoderado a las microempresas y pequeñas empresas (MIPYMES) proporcionándoles acceso a financiación, canales de distribución retail y formación empresarial. En 2024, su impacto incluyó:

- S/ 18.82 millones en ventas
- Más de 119,000 productos peruanos distribuidos
- Más de 460 microempresas se han unido a nuestros canales
- +1,583 horas de formación.

Iniciativas de participación comunitaria

A través de La Placita del Emprendimiento y las ferias locales, creamos oportunidades económicas para 1,535 emprendedores, generando S/ 6.47 millones en ventas de microempresas.

Además, nuestras campañas de salud, implementadas en 15 Shopping Malls, brindaron acceso a 11 especialidades médicas, incluyendo servicios de donación de sangre, a 33,951 personas, reforzando nuestro papel como centro de salud comunitario.

Voluntariado: fortaleciendo nuestra cultura corporativa

Fomentamos una cultura de servicio a través del voluntariado corporativo, promoviendo la educación, la salud, la conciencia ambiental y la inclusión social.

Aspectos destacados de 2024:

- 12 programas de voluntariado
- 551 voluntarios movilizados, de los cuales el 79% son mujeres y el 21% hombres.
- 2,488 horas de voluntariado
- 1,522 beneficiarios
- S/ 58,899 ahorrados por las ONG
- 75% de participación femenina, lo que refuerza la inclusión de género
- Net Promoter Score: 4.91, lo que demuestra el compromiso de los empleados

Además, realizamos 4 expediciones solidarias y sensibilizamos a 37 líderes de Intercorp sobre el liderazgo centrado en la comunidad.

Durante 2024, se llevaron a cabo 12 actividades de voluntariado, entre las que se destacan:

- 1. Abrazos que sanan:** Voluntariado enfocado en la prevención de la automedicación entre madres adultas y adolescentes del albergue Hope House en Jicamarca. Se promovió el bienestar emocional a través de talleres de relajación y actividades para fortalecer la autoestima. Al mismo tiempo, se realizaron actividades recreativas con los niños, como manualidades, pintura y decoración.
- 2. Perú Champs:** Voluntariado en alianza con Perú Champs e Innova Schools Bertello, donde se diseñó e implementó un plan de acción con los alumnos beneficiarios (Champs) para abordar un problema social identificado en su comunidad.
- 3. Jardín de Todos:** Iniciativa que buscó promover la inclusión mediante la construcción de huertos y mesas adaptadas para niños y jóvenes con discapacidad en el centro Cerrito Azul. Además, se realizaron talleres de cuentacuentos, germinación de plantas y arte.
- 4. Villa Wetlands 2024:** Jornada de limpieza del ecosistema natural de Villa Wetlands, uno de los humedales más importantes del país, contribuyendo a la conservación del hábitat de diversas especies de fauna silvestre.
- 5. Programa de Voluntariado Japi 2024:** Actividad realizada en el refugio para perros Vida Digna con la organización Matchcota, donde se prestó apoyo en la limpieza de las perreras, la organización del inventario y el aseo y cepillado de las mascotas.
- 6. Día Mundial contra el Desperdicio de Alimentos – SPSA:** en el marco de esta fecha conmemorativa, voluntarios participaron en la preparación y entrega de alimentos en el Comedor Parroquial María Auxiliadora, en colaboración con la Fundación Don Bosco y el programa Banco de Alimentos.
- 7. Concurso Inspira 2024:** En la plataforma de sostenibilidad de Retail, INSPIRA, e Ikigai co-diseñaron y co-gestionaron dos iniciativas ganadoras del Concurso Inspira 2024, promoviendo el liderazgo social de los empleados a través de la presentación de sus propias ideas de voluntariado.
- 8. Engriendo Abuelitos:** Servicio voluntario en el hogar de ancianos Centro COPRODELI Santo Domingo, donde se realizaron actividades como conversación, mentoría, pintura, narración de cuentos, baile, paseos, juegos de mesa y más con los adultos mayores.
- 9. InspiArte:** Intervención artística y mejora del espacio en la escuela Aldeas Infantiles Lima Norte. Las actividades incluyeron pintar el comedor, el patio y la creación de un mural colaborativo con el apoyo de la escuela de arte Corriente Alterna.
- 10. Volunpatas – Matchcota:** Voluntariado en el refugio Vida Digna, donde se prestó apoyo en la gestión del inventario y el cuidado de los animales mediante la limpieza de las perreras, el aseo y el cepillado.

- 11. Limpieza de playas – MUNLIMA:** Actividad realizada en coordinación con la Municipalidad de Lima, centrada en la recolección de residuos en zonas costeras, contribuyendo a la conservación del litoral y a la concienciación medioambiental.
- 12. La Lombriz Feliz – PROMART y SPSA:** Visitas educativas al centro "La Lombriz Feliz", donde los equipos de Promart y SPSA aprendieron sobre el proceso de conversión de residuos orgánicos en compost y humus, promoviendo la economía circular y la gestión responsable de los residuos.

Voluntarios y horas de voluntariado por unidad de negocio				
Unidad de negocio	2023		2024	
	Número de voluntarios	Número de horas de voluntariado	Número de voluntarios	Número de horas de voluntariado
Food Retail	666	2,264	269	1,382
Pharma Retail y Distribución	60	261	127	60
Shopping Malls	123	976.50	71	182
Digital	23	212.50	84	425
Total	872	3,714	551	2,589

Planeta

En InRetail Perú Corp., reconocemos que la gestión medioambiental es esencial para nuestro éxito a largo plazo. La sostenibilidad es el núcleo de nuestra estrategia en los sectores de Food Retail, farmacéutico y Shopping Malls, impulsando nuestros esfuerzos para abordar los retos medioambientales y generar un impacto positivo en las comunidades a las que servimos.

Implementamos iniciativas para mejorar la eficiencia energética, reducir los residuos y promover el uso responsable de los recursos naturales, asegurando que nuestras operaciones estén alineadas con nuestro compromiso con la sostenibilidad y un futuro mejor para todos. Desde 2022, nuestra división de Shopping Malls ha implementado un Sistema de Gestión Integrado certificado bajo las normas ISO 9001 (calidad), ISO 14001 (medio ambiente) e ISO 45001 (salud y seguridad ocupacional). A finales de 2024, este sistema cubre el 43.5% de la superficie alquilable total de InRetail, lo que nos posiciona como la primera cadena de Shopping Malls del Perú en alcanzar este nivel de certificación.

En línea con los estándares globales y las mejores prácticas de la industria, InRetail mitiga los riesgos climáticos al tiempo que fortalece la resiliencia y genera valor para los grupos de interés.

InRetail Perú Corp. reconoce el cambio climático como un desafío global crítico y está abordando activamente sus riesgos e impactos en todas sus unidades de negocio. Dado que Perú es el tercer país más vulnerable al cambio climático según la ONU, la empresa se ha comprometido a desarrollar soluciones resilientes y sostenibles. Guiada por el objetivo del Acuerdo de París de limitar el calentamiento global a 2°C, la empresa ha desarrollado una estrategia climática integral alineada con los estándares internacionales de sostenibilidad y las prioridades nacionales.

Iniciativas a nivel corporativo

Gobernanza climática

InRetail Perú Corp. integra los objetivos climáticos en su estructura de gobernanza vinculando el 20% de la evaluación del desempeño de su Gerente de Sostenibilidad Corporativa y del Director de Sostenibilidad a los resultados ambientales, porcentaje que se incrementará al 30% para 2025, promoviendo la rendición de cuentas e impulsando los resultados.

Huella de Carbono

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

En 2022, InRetail Perú Corp. estableció su línea de base de huella de carbono, seleccionando este año para garantizar la coherencia tras las perturbaciones causadas por la pandemia de COVID-19. Sobre esta base, la empresa lanzó en 2023 un Plan de Reducción de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI), alineado con la Iniciativa de Objetivos Basados en la Ciencia (SBTi). El plan tiene como objetivo reducir las emisiones de CO₂e de los Alcances 1 y 2 en un 44% para 2031, mediante 34 medidas de mitigación específicas que abordan tanto las emisiones directas como las indirectas, incluyendo la participación de los proveedores y la eficiencia operativa.

Para realizar un seguimiento de los avances, InRetail mide y verifica las emisiones de los alcances 1, 2 y 3 utilizando la herramienta Huella de Carbono Perú del Ministerio de Medio Ambiente, que cumple con las normas ISO 14064-1 y el Protocolo de Gases de Efecto Invernadero. Además, los resultados son auditados externamente por un tercero independiente, lo que garantiza la transparencia y la rendición de cuentas en los esfuerzos de la empresa en materia de acción climática.

Logros en materia de huella de carbono

InRetail Perú Corp. ha logrado avances significativos en la gestión de la huella de carbono, lo que demuestra un fuerte compromiso con la sostenibilidad en todas las unidades de negocio.

- Medición integral: el 100% de las unidades de negocio han medido y verificado con éxito su huella de carbono, adhiriéndose a rigurosas normas de transparencia y responsabilidad.
- Hito en la reducción: En 2024 se logró una notable reducción del 4% en la huella de carbono en comparación con 2023, lo que demuestra la eficacia de las iniciativas en curso para mitigar el impacto medioambiental.
- Reconocimiento nacional: InRetail recibió elogios del Ministerio de Medio Ambiente (MINAM) del Perú por sus esfuerzos:
 - 2 estrellas (medición y verificación): otorgadas a Real Plaza.
 - 3 estrellas (medición, verificación y reducción): otorgadas a SPSA, Farmacias Peruanas y Química Suiza. Estos logros subrayan el liderazgo del grupo en la integración de prácticas respetuosas con el clima en sus operaciones y su compromiso con el fomento de un futuro más sostenible.

Objetivos de cambio climático para 2025

- Reducir nuestras emisiones relativas de huella de carbono (alcances 1 y 2) en un 15% con respecto a 2022.
- Disminuir nuestro consumo de energía en un 15% con respecto a 2022.

El detalle por unidad de negocio es el siguiente:

Ámbito	Unidad de negocio	2022 tCO ₂ e	2023 tCO ₂ e	2024 tCO ₂ e	Objetivo para 2024
Alcance 1	Total	34,138.90	74,659.19	62,740.4	70,926.2
Alcance 2	Total	65,723.50	85,192.40	63,071.2	80,932.8
Alcance 3	Total	4,188,054.45	4,054,843.93	4,028,029.5	4,108,348.7

Desglose del alcance 3

Categoría	tCO ₂ e
Bienes y servicios adquiridos	3,426,889.47
Bienes de capital	918.70
Actividades relacionadas con el combustible y la energía	1,227.37

Transporte y distribución	18,203.38
Residuos generados en las operaciones	1,564.24
Viajes de negocios	461.77
Desplazamientos de los empleados	9,561.10
Transporte y distribución	37.58
Uso de productos vendidos	541,666.67
Activos arrendados en actividades posteriores	27,132.15
Otros activos upstream - Consumo de agua	367.11
Total	4,028,029.52

Esfuerzos de Food Retail en la mitigación del cambio climático

Food Retail ha logrado avances notables en la reducción de su huella de carbono, reforzando su compromiso con la acción climática. Mediante la medición y verificación de las emisiones en los alcances 1, 2 y 3 utilizando la herramienta Huella de Carbono Perú, garantiza la transparencia y la precisión. En 2024, la unidad obtuvo 3 Estrellas de Huella de Carbono del Ministerio del Ambiente (MINAM) de Perú, en reconocimiento a su éxito en la medición, verificación y reducción de emisiones, lo que reafirma su liderazgo en un sector retail sostenible.

Contribuciones de Pharma en la mitigación del cambio climático

El sector Pharma Retail y Distribución ha demostrado su excelencia en la gestión de su huella de carbono, utilizando la herramienta Huella de Carbono Perú para garantizar una medición y verificación precisas en todos los ámbitos. En reconocimiento a sus avances, la unidad recibió 3 estrellas de Huella de Carbono del MINAM en 2024, lo que subraya su compromiso con la reducción de emisiones y la transparencia. Estos esfuerzos reflejan la firme alineación de Pharma con las prioridades medioambientales nacionales y su liderazgo en la promoción de la sostenibilidad en los sectores de la salud y la distribución.

Liderazgo en Shopping Malls

Real Plaza ha adoptado un enfoque integral para el seguimiento de la huella de carbono utilizando la herramienta Huella de Carbono Perú. En su evaluación de 2024, las emisiones de Alcance 3, principalmente procedentes del consumo energético de los inquilinos, el consumo de GLP y los residuos, representaron el 77.3% del total de las emisiones, seguidas por las de Alcance 2 (22.3%) y Alcance 1 (0.4%). Por su transparencia y progreso, Real Plaza obtuvo su segunda Estrella de Huella de Carbono del Ministerio de Medio Ambiente de Perú.

La creación de un equipo dedicado a la huella de carbono refleja aún más su compromiso con la eficiencia operativa y la reducción de emisiones. Estos esfuerzos refuerzan la alineación de InRetail Perú Corp. con los objetivos nacionales de sostenibilidad y posicionan a Real Plaza como líder en gestión energética y medioambiental dentro del sector de los Shopping Malls.

Riesgos financieros del cambio climático (TCFD)

Además, analizamos y mitigamos activamente los riesgos financieros asociados al cambio climático. Siguiendo las recomendaciones del Grupo de Trabajo sobre Divulgación de Información Financiera relacionada con el Clima (TCFD), la empresa evalúa múltiples escenarios relacionados con el clima (RCP 2.6, 4.5 y 8.5) para comprender mejor los posibles retos y adoptar medidas preventivas.

Este análisis sirve de base para decisiones como la ubicación de nuevos proyectos fuera de zonas de alto riesgo de desastres naturales, según lo identificado por el Instituto Nacional de Defensa Civil (INDECI). Cuando los riesgos son

inevitables, se adaptan los diseños de las infraestructuras para mejorar la resiliencia. Para apoyar estos esfuerzos, se creó el Comité Cibeles con el fin de promover 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.	Promoción de tecnologías de adaptación al cambio climático en la agricultura.
Implementar y promover la adopción de energías renovables.	Promover la participación en proyectos de inversión.
Aumentar la eficiencia energética y del agua.	Adoptar medidas preventivas y reactivas en caso de emergencias y desastres naturales.
Optar por suministros de bajas emisiones (refrigerantes, extintores, etc.).	Promover medidas para la protección de la biodiversidad y los recursos naturales.
Adoptar tecnologías y medios de transporte con bajas emisiones de carbono en la distribución de productos y en las operaciones.	Evaluar a los proveedores en función de los riesgos y oportunidades relacionados con el cambio climático.
Tomar medidas basadas en el análisis del ciclo de vida de los productos.	Implementar criterios de eficiencia energética y hídrica en el diseño y la construcción de las instalaciones.
Reducir la generación de residuos, aumentar las tasas de reciclaje y desviar los alimentos de los vertederos mediante donaciones.	Implementar un plan de contingencia para la distribución de productos en caso de emergencia.
Trabajar en estrecha colaboración con los proveedores agrícolas para desalentar el cambio de uso del suelo y el uso responsable de fertilizantes.	Implementar programas de economía circular.

Oportunidades derivadas del cambio climático (TCFD)

El marco TCFD también hace hincapié en las oportunidades de crecimiento e innovación, que InRetail ha aprovechado mediante el uso de productos financieros verdes. En 2022, Supermercados Peruanos fue pionera al obtener un préstamo verde a medio plazo de 100 millones de soles para apoyar sus iniciativas de sostenibilidad. A esto le siguieron dos préstamos verdes adicionales en 2023, por un importe adicional de 400 millones de soles, lo que refuerza su compromiso con la inversión sostenible.

En 2024, la empresa cambió su enfoque hacia líneas de crédito a corto plazo para satisfacer las necesidades operativas. Sin embargo, de cara a 2025, Supermercados Peruanos tiene previsto buscar nueva financiación verde para avanzar en sus objetivos de sostenibilidad y ampliar su infraestructura.

Este enfoque de financiación ha permitido invertir en la apertura de nuevas tiendas en todo el país, con compromisos claros para:

- 1. Objetivo medioambiental: Alcanzar más del 75% de reciclaje de residuos en las tiendas plazaVea, Vivanda y Mass.
- 2. Objetivo social: Beneficiar a más de 80,000 personas a través del programa de donación de alimentos "Bueno por Dentro".

Eficiencia energética para combatir el cambio climático

Gobierno corporativo en la gestión energética

InRetail Perú Corp. se dedica a la gobernanza estratégica de la gestión energética en todas sus operaciones con el fin de mitigar los impactos del cambio climático.

Ecoeficiencia

Acciones de Intercorp Retail



El indicador de consumo energético disminuyó un 5%.



Acciones de eficiencia energética generaron ahorros de hasta 3.2 millones de soles.



Gestión de reclamos por facturación de energía (SPSA) y gestión de inquilinos (OE), logrando la recuperación de 240 mil soles.



Automatización de iluminación, implementación de termostatos para climatización e hibernación de oficina.

Cronología de iniciativas de gestión energética

- 2022: Lanzamiento del Proyecto de Energía para el Sector Retail, que sienta las bases para la eficiencia energética en todas las unidades de negocio.
- 2023: Introducción de una Política Corporativa de Eficiencia Energética, haciendo hincapié en las decisiones basadas en datos. Implementación de un software avanzado de gestión energética en varias tiendas para mejorar el monitoreo y el rendimiento.
- 2023-2025: Participación en la Red de Aprendizaje sobre Sistemas de Gestión Energética, financiada por Euroclima y GIZ, para alinear las prácticas con la norma ISO 50001, realizar diagnósticos energéticos y recibir asistencia técnica.

Objetivos para 2025 y más allá: Ser la primera plataforma retail con la mejor gestión energética del país.

- Énfasis en la gestión de los sistemas energéticos según la metodología ISO 51000.
- Implementar nuevos proyectos de monitoreo y paneles solares en las tiendas.
- Nuevas acciones de eficiencia energética que incluyen la monitorización, la gestión y la implementación de tecnología eficiente.
- Gestionar los contratos de electricidad a nivel corporativo con una visión a largo plazo para las energías renovables.
- Implementar criterios de construcción sostenible en los nuevos edificios de IR.

Gestión energética por unidad de negocio

Food Retail:

La unidad de Food Retail ha dado pasos importantes para reducir su impacto medioambiental y abordar los riesgos climáticos. Desde 2022, el Proyecto de Energía para el sector Retail ha promovido tecnologías y prácticas eficientes desde el punto de vista energético para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero. Lo que comenzó como una iniciativa se ha convertido en un programa permanente con gestión y apoyo técnico continuos para garantizar mejoras duraderas en la eficiencia energética.

Entre los logros más destacados se encuentra la instalación de paneles solares en la tienda plazaVea Moquegua, que generaron aproximadamente 220,000 kWh en 2024 y supusieron un ahorro superior a 100,000 soles. Además, todas las tiendas plazaVea han completado la transición a la iluminación LED, lo que ha mejorado significativamente la eficiencia energética en todas las operaciones. Se ha introducido la monitorización de la energía en tiempo real mediante el software Power Monitoring Expert en 26 tiendas, con un ambicioso plan para ampliar la cobertura al 40% de las tiendas plazaVea para 2024.

La estrategia de eficiencia energética de la unidad se apoya en objetivos claros, entre los que se incluye el de abordar 25 tiendas al año y completar las mejoras en 53 tiendas para finales de 2024. Este enfoque estructurado refleja el compromiso de Food Retail con la consecución de los objetivos de sostenibilidad a largo plazo. Estos esfuerzos subrayan la alineación estratégica de la unidad de negocio con la misión general de InRetail Perú Corp. de impulsar iniciativas respetuosas con el clima en todas sus operaciones. Además, contamos con un Comité de Eficiencia Energética que se reúne periódicamente para supervisar el rendimiento, optimizar el uso de los recursos e implementar las mejores prácticas, reforzando así su compromiso con la sostenibilidad.

Pharma Retail y Distribución:

La división Pharma ha logrado avances notables en materia de eficiencia energética, lo que refleja su firme compromiso con la sostenibilidad. La transición a la iluminación LED en los centros de distribución de Santa Anita y Chorrillos supuso una reducción del 40% en el consumo de energía. Este cambio se replicó en más de 2,000 farmacias de todo el país en 2023, lo que permitió un ahorro energético del 30%. Además, se remodelaron 2,300 farmacias con equipos más eficientes, lo que supuso un ahorro financiero de 1 millón de soles.

Estas iniciativas ponen de relieve la firme dedicación de Pharma a integrar soluciones energéticamente eficientes en sus operaciones, garantizando tanto la reducción del impacto medioambiental como la mejora de la eficiencia operativa.

Shopping Malls:

Real Plaza sigue liderando la implementación de tecnologías e iniciativas de ahorro energético de vanguardia para impulsar la eficiencia en todos sus Shopping Malls. Uno de los momentos cruciales de este viaje fue la auditoría energética realizada en Real Plaza Salaverry en 2024, que supuso el primer gran paso en materia de eficiencia energética. La auditoría facilitó el desarrollo de un plan integral destinado a la optimización energética de este emblemático Shopping Malls, debido a su importancia y proximidad a las oficinas corporativas.

Principales logros en Real Plaza Salaverry

- Eficiencia de la iluminación en las zonas de aparcamiento: Se realizaron mejoras específicas en las zonas de aparcamiento, que abarcan cuatro niveles subterráneos, donde se sustituyeron 850 luminarias de un total de aproximadamente 1,500 como parte de una iniciativa piloto. Esto no solo redujo el consumo de energía, sino que también mejoró la experiencia de los clientes.
- Sensores de proximidad: se instalaron sensores en las escaleras de emergencia (17 en 5 plantas), los pasillos traseros y las zonas de almacenamiento, lo que garantiza que la iluminación solo se active cuando es necesario.
- Mejoras en el aire acondicionado: se introdujeron sensores de temperatura para controlar el consumo y evitar el enfriamiento excesivo, mejorando la eficiencia energética en las zonas comunes.
- Células energéticas sin CF6: como logro pionero, Real Plaza se convirtió en el primer Shopping Malls de Perú en utilizar células energéticas sin CF6, superando las normas reglamentarias sobre refrigerantes.

Iniciativas más amplias de ahorro energético

- Sistema automático de medición de electricidad: Real Plaza implementó la medición automática del consumo energético de los inquilinos, alcanzando una cobertura del 97% en 2024. Esta innovación centraliza los datos de consumo en un sistema basado en la nube, lo que permite un seguimiento preciso y la identificación de averías. Los inquilinos se benefician de una mayor transparencia y de la posibilidad de desarrollar sus propios planes de eficiencia, y muchos de ellos han mostrado un gran interés en adoptar medidas de ahorro energético.
- Supervisión de las zonas comunes: Se ha mejorado la supervisión energética en espacios como los sótanos y los pasillos traseros, que representan el 80% del consumo energético de las zonas comunes.

Resultados en todas las operaciones

- Eficiencia energética en los supermercados: La supervisión del consumo energético se amplió a 53 tiendas, y el 50% adoptó un software de seguimiento en tiempo real. La sustitución de lámparas y la mejora de los sistemas de refrigeración dieron lugar a un ahorro sustancial, que contribuyó con 2.6 de los 3.2 millones de soles ahorrados en costes energéticos en 2024.
- Ampliación de las iniciativas: Los proyectos de eficiencia energética se ampliaron a cinco Shopping Malls adicionales, incluyendo mejoras en los sistemas de aire acondicionado, equipos más eficientes y la incorporación de cortinas de aire para un mejor control de la temperatura.
- Sistemas fotovoltaicos: En un hito significativo para la sostenibilidad en 2024, se instalaron paneles fotovoltaicos en cinco supermercados: una tienda plazaVea en Moquegua y cuatro tiendas Makro en Ica, Trujillo, Surco y Villa El Salvador. Además, hay planes para instalar paneles solares en dos supermercados MASS en el futuro.

Mirando hacia el futuro

En 2025, Real Plaza tiene previsto replicar el éxito de la iniciativa piloto de Salaverry en otros cuatro Shopping Malls, seleccionando los que tengan un mayor consumo energético. Estas iniciativas seguirán impulsando un ahorro energético sustancial, al tiempo que reforzarán el compromiso de Real Plaza con la innovación y la sostenibilidad.

Sistema de gestión energética: reforzar la sostenibilidad a través de la innovación

En agosto, InRetail Perú Corp. puso en marcha un proyecto integral de gestión energética en el marco de la Red de Aprendizaje Euroclima, cofinanciado por Euroclima y GIZ. La iniciativa tiene como objetivo implementar un Sistema de Gestión Energética (SGEn) alineado con las normas ISO 50001.

Incluye asistencia técnica, diagnósticos energéticos y formación a medida para los equipos de mantenimiento centrada en la eficiencia energética, dotándoles de herramientas y prácticas para optimizar el uso de la energía en todas las instalaciones. El proyecto se prolongará hasta marzo de 2025, con una fase de seguimiento en agosto de 2025 para evaluar su impacto y perfeccionar las estrategias.

Este esfuerzo de colaboración pone de relieve el compromiso de InRetail con la eficiencia energética y la sostenibilidad global, incorporando prácticas estructuradas para obtener beneficios medioambientales y operativos a largo plazo.

Consumo energético

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

En 2024, InRetail Perú Corp. consumió un total de 325,991 MWh de energía. Gracias a los mayores esfuerzos del equipo de gestión del mantenimiento, la empresa logró una reducción del 5% en el indicador kWh/m², lo que se traduce en un ahorro de 3.2 millones de soles.

El objetivo de reducción de energía del 5% para 2025 se cumplió antes de lo previsto. De cara al futuro, InRetail se propone reducir el consumo en un 15% para 2030. Estas métricas solo incluyen el consumo energético de la empresa, sin tener en cuenta a los inquilinos. Las operaciones de los supermercados siguen siendo las que más energía consumen, mientras que Real Plaza registra un consumo menor, ya que los inquilinos representan el 50% de su consumo energético.

A pesar de los retos operativos, el 43% del consumo total de energía procedió de fuentes renovables en 2024, tanto mediante autogeneración como mediante adquisición externa, lo que refuerza la sostenibilidad de la diversidad energética de la empresa.

Con estas medidas, InRetail sigue liderando la eficiencia energética, alineándose con los estándares de sostenibilidad nacionales e internacionales y construyendo una resiliencia operativa a largo plazo.

Consumo total de energía	Unidad	2022	2023	2024
Combustibles no renovables comprados y consumidos	MWh	48,926	87,878	10,863.6
Energía eléctrica no renovable comprada	MWh	143,347	183,853	126,157.0
Total de energía renovable comprada	MWh	174,125	205,973	188,841.8
Energía renovable total generada	MWh	164	228	128.6
Energía renovable total consumida	MWh	174,387	204,496	188,970.4
Energía no renovable consumida total	MWh	192,273	271,731	137,020.6
Energía total consumida	MWh	366,562	476,227	325,991.1

Programas de gestión eficiente del agua: nuestro compromiso con la gestión responsable del agua

(GRI 303-2) (GRI 303-5)

En InRetail Perú Corp., reconocemos el papel fundamental que desempeña el agua en el mantenimiento de la vida y los ecosistemas, y nos comprometemos a implementar prácticas que protejan este valioso recurso.

Los Shopping Malls representan el mayor consumo de agua entre nuestras unidades de negocio, por lo que son una prioridad en nuestras iniciativas de eficiencia hídrica. Para reducir el consumo y proteger la calidad de las aguas residuales, realizamos auditorías exhaustivas de los valores máximos admisibles (VMA) en todos los establecimientos de restauración, garantizando el cumplimiento de la normativa y abordando directamente los riesgos de contaminación. Estas medidas específicas reflejan nuestro compromiso con la gestión sostenible del agua donde más importa.

Programas de eficiencia hídrica

InRetail Perú Corp. se compromete a gestionar el agua de forma responsable y a identificar nuevas oportunidades para mejorar la eficiencia en todas sus operaciones. En 2024, InRetail comenzó a evaluar oportunidades para mejorar la eficiencia hídrica mediante diagnósticos específicos y auditorías internas en instalaciones de alto consumo. Estas evaluaciones tienen como objetivo identificar áreas operativas en las que se puede reducir el uso de agua sin comprometer la seguridad o la calidad, como los sistemas de refrigeración, los baños y los procesos de limpieza. La empresa tiene previsto ampliar este enfoque en 2025 a todos los Shopping Malls y centros de distribución.

Basándose en iniciativas innovadoras como el sistema de reutilización de aguas grises implantado en las tiendas Vivanda, donde el condensado del aire acondicionado se utiliza en las instalaciones sanitarias, InRetail está explorando soluciones circulares similares en otros lugares de alto consumo. Entre ellas se incluyen posibles proyectos piloto de recogida de agua de lluvia y una mayor implantación de sistemas de fontanería eficientes que se ajusten a las normas de construcción sostenible.

Además de las medidas técnicas, InRetail invierte en la sensibilización de los empleados mediante sesiones de formación centradas en el uso responsable del agua, la detección de fugas y los protocolos de mantenimiento. En 2024, se actualizaron los módulos de formación para incluir prácticas de eficiencia hídrica, con la participación de los gerentes de las tiendas, los equipos de mantenimiento y el personal de restauración.

Consumo de agua

(GRI 303-5)

Consumo total de agua *	Unidad	2022	2023	2024
Food Retail	m ³	713,964.4	728,741.4	760,511.1

Pharma Retail y Distribución	m ³	358,009.6	488,991.3	610,634.4
Shopping Malls	m ³	945,260.4	1,018,812.9	1,042,013.1
Total	m³	2,017,234.4	2,236,544.7	2,313,427.2

* El consumo de agua es igual a la extracción

Para 2024, nos habíamos fijado el objetivo de alcanzar un consumo de agua de 2,018,330.2 m³. Sin embargo, no logramos cumplir este objetivo debido al aumento del consumo en nuestros Shopping Malls, impulsado principalmente por una mayor ocupación de los locales y una creciente afluencia de visitantes, como consecuencia de la recuperación económica y el aumento de las actividades presenciales.

En el caso de Pharma Retail, el consumo también registró un aumento, que se explica por dos factores principales:

- (1) la implementación de un bot automatizado que nos permitió recopilar información precisa de las facturas de agua de cada tienda, sustituyendo las estimaciones realizadas en años anteriores basadas en los importes facturados y las proyecciones; y
- (2) la apertura de 105 nuevas farmacias durante el año, lo que generó naturalmente un mayor consumo de este recurso.

Para 2025, nuestro enfoque se ha centrado en garantizar el cumplimiento de los requisitos normativos en materia de calidad del agua. Más allá del volumen consumido o del tratamiento de las aguas residuales, hemos dado prioridad a garantizar que el agua que gestionamos cumple con los estándares de calidad y seguridad, tanto para nuestros usuarios como para el medio ambiente.

Afrontar los retos y establecer objetivos

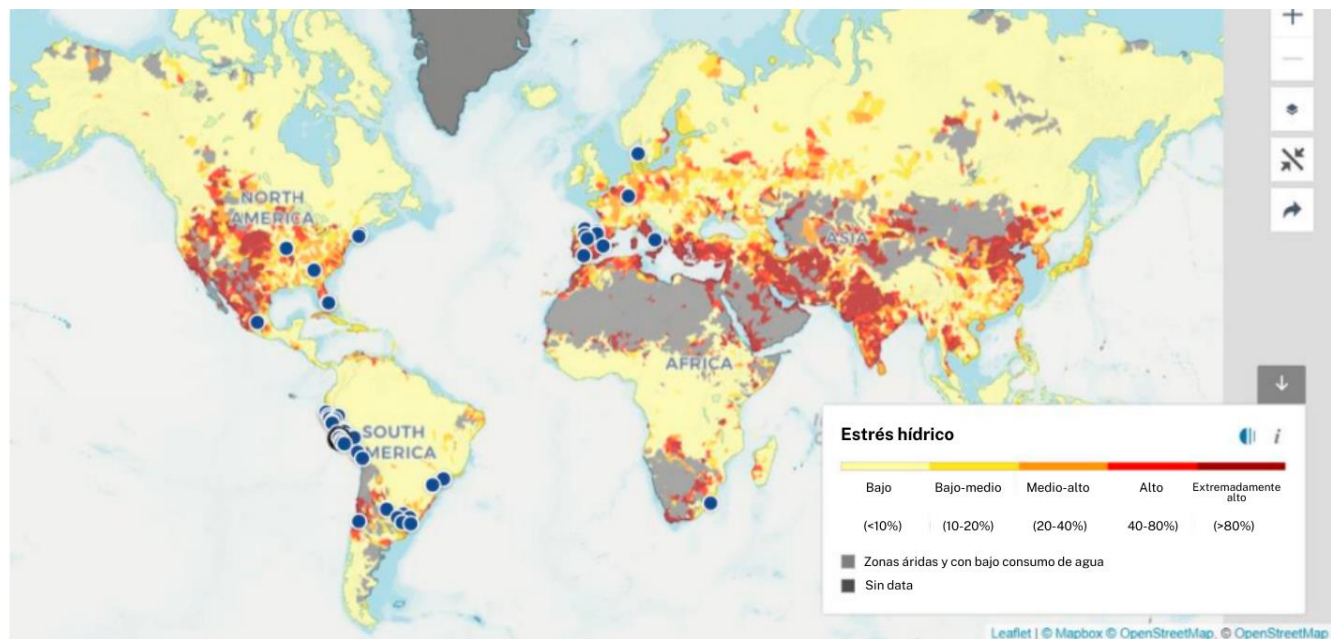
A pesar de nuestros esfuerzos, nuestro objetivo de consumo de agua para 2024, de 2,018,330.2 m³, no se ha cumplido debido al aumento del consumo en los Shopping Malls y en las operaciones de Pharma Retail. Este aumento se debió a una mayor ocupación, al tráfico de visitantes y a la mejora de la precisión de los datos gracias a los bots automatizados. De cara a 2025, nuestro objetivo es dar prioridad a la mejora de la calidad del agua para cumplir los requisitos reglamentarios, sin dejar de centrarnos en la seguridad medioambiental.

Abordar los riesgos hídricos en nuestra cadena de suministro

Llevamos a cabo una evaluación del riesgo de escasez de agua para 176 proveedores utilizando la herramienta Aqueduct. Los resultados mostraron que el 78% de nuestros proveedores operan en zonas que se enfrentan a riesgos "extremadamente altos" o "altos" relacionados con el agua. En 2025, estableceremos una comunicación directa con estos proveedores para compartir los resultados y recabar información sobre sus estrategias de mitigación.

A través de estos esfuerzos, nos mantenemos firmes en nuestra misión de gestionar el agua de forma responsable, reducir nuestro impacto medioambiental e inspirar el cambio en toda nuestra cadena de suministro y operaciones.

Mapa de evaluación del estrés hídrico de nuestros proveedores utilizando la herramienta Aqueduct



Exposición de los proveedores al estrés hídrico

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

Formación y prácticas innovadoras

Ofrecemos formación continua a los empleados de las tiendas y a los jefes de sección sobre las mejores prácticas en materia de conservación del agua e higiene. Para proteger la calidad de las aguas residuales, se han instalado trampas de grasa en las tiendas, cuyo mantenimiento se realiza anualmente. Además, las válvulas de ahorro de agua que utilizan tecnología eficiente ayudan a reducir el consumo total.

Una iniciativa destacada es la recogida y conversión del aceite vegetal usado de las zonas avícolas de las tiendas plazaVea y Vivanda en biocombustibles para la industria química, lo que pone de relieve nuestro compromiso con la transformación de los residuos en recursos sostenibles.

Para complementar nuestras mejoras en infraestructura y operaciones, estamos implementando programas de formación para el personal de las tiendas y los centros de distribución, centrados en la separación adecuada de residuos, los protocolos de reciclaje y las prácticas de economía circular. Estas iniciativas tienen como objetivo capacitar a los colaboradores de todas las unidades de negocio para que contribuyan a los objetivos de reducción de residuos y al cumplimiento normativo de InRetail. En 2024, las iniciativas de formación se ampliaron para incluir al personal de primera línea de las operaciones de alimentación y farmacia, con planes de ampliarse aún más en 2025.

Iniciativas de gestión del agua y resiliencia

En Vivanda, un innovador sistema recicla el agua de los aparatos de aire acondicionado para su uso en instalaciones sanitarias, lo que reduce la dependencia del suministro público de agua. También se han instalado contadores de agua para controlar y mejorar la eficiencia del consumo.

En respuesta a los riesgos del Fenómeno de El Niño (FEN), desarrollamos un plan de inversión proactivo para mejorar la impermeabilización y el drenaje de los techos. Con un presupuesto de 5 millones de soles asignados para 2024, estas medidas fueron diseñadas para mitigar los posibles daños causados por las fuertes lluvias. Aunque el impacto del FEN fue menos grave de lo previsto, nuestras medidas preventivas desempeñaron un papel fundamental para garantizar la resiliencia de nuestras operaciones.

Gestión de residuos: impulsando una economía circular

(GRI 301-2) (GRI 306-1) (GRI 306-4)

En Perú, la gestión de residuos presenta tanto retos como oportunidades. Con una tasa de reciclaje de solo el 1.9%, gran parte del país lucha por aprovechar el valor potencial de los residuos. Sorprendentemente, el 40% de los residuos se eliminan de forma inadecuada y acaban en vertederos abiertos, ríos u océanos, causando un daño medioambiental significativo. Sin embargo, el potencial de recuperación es inmenso: se estima que el 78.4% de los residuos municipales podrían reciclarse o reutilizarse, lo que pone de manifiesto la necesidad crítica de prácticas sostenibles y una gestión responsable de los residuos.

En InRetail Perú Corp., estamos abordando activamente estos problemas mediante estrategias innovadoras de gestión de residuos en todas las unidades de negocio.

Resultados clave: Avanzando en la sostenibilidad a través del reciclaje

- El 71% de los residuos se reciclan, lo que supone un aumento del 3% con respecto al 68% de 2023.
- Se reciclaron más de 4 toneladas de residuos en comparación con el año anterior (2023).
- +S/5 millones en ingresos por ventas, lo que refleja un crecimiento del 30% con respecto a 2023.
- 1.25 toneladas de residuos reutilizados.

Aspectos destacados de la economía circular

- Valorización de residuos orgánicos: revalorización de 370 toneladas de residuos orgánicos a través de nuestra colaboración con La Lombriz Feliz, lo que supone un nuevo avance en nuestras iniciativas de economía circular.

Iniciativas en Food Retail: prácticas sostenibles líderes

- Plan de gestión de residuos: Unos procedimientos exhaustivos guían la gestión adecuada de los residuos en todas las tiendas, donde se reciclan materiales como cajas de cartón y film plástico. Para fomentar la participación, utilizamos un termómetro de reciclaje y otorgamos premios a las tiendas que superan los objetivos de reciclaje. Además, nuestro centro de fabricación tiene como objetivo alcanzar el residuo cero, implementando estrategias para minimizar la generación de residuos y maximizar la recuperación de recursos, reforzando nuestro compromiso con la sostenibilidad.
- Logística inversa: El programa Recicla Mass en Lima permite la devolución de los materiales de embalaje para su reciclaje, cerrando así el ciclo de los residuos.
- Economía circular: En colaboración con Supermercados Peruanos S.A. y Promart, La Lombriz Feliz es un proyecto de economía circular de valor compartido centrado en el compostaje de residuos orgánicos para producir fertilizantes. En 2024, el programa de compostaje de PlazaVea procesó 3,710 kg de residuos orgánicos de 12 tiendas, convirtiéndolos en 1,855 kg de fertilizante. Mientras que La Lombriz Feliz recoge los residuos orgánicos de una tienda, las 11 tiendas restantes donan sus residuos orgánicos a los ayuntamientos locales para su posterior procesamiento.

El fertilizante resultante ya está disponible a través de Promart, lo que refuerza el compromiso de la empresa con la sostenibilidad y la reducción de residuos.

- Programa Recicla Consciente: Esta iniciativa ha permitido reciclar más de 123 toneladas de materiales, formar a 1,057 recicladores y llegar a más de 10 millones de usuarios a través de las redes sociales.
- Campaña de residuos electrónicos: A nivel nacional, nos hemos asociado con RLG para recoger residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE), reforzando nuestro compromiso con la gestión especializada de residuos.

Pharma Retail y Distribución: refuerzo de las iniciativas de reciclaje

- Reciclaje en los centros de distribución: En 2024, reciclamos con éxito 657 toneladas de materiales en nuestros centros de distribución, lo que supone una importante contribución a la reducción de residuos.
- Reutilización de cajas con Recicla Botica: Las cajas de cartón se reutilizan en todos los centros de distribución, lo que optimiza los recursos y reduce los materiales de un solo uso. Programas como Recicla Botica garantizan que 60 farmacias devuelvan las cajas para su reciclaje si no es viable su reutilización.
- Expansión de Recicla Botica: Nuestro programa Recicla Botica ahora incluye las farmacias Inkafarma, con un programa piloto introducido en las tiendas Mifarma, ampliando aún más el alcance de la iniciativa.
- Proyecto Titán: Esta iniciativa estratégica se centra en reforzar las prácticas de sostenibilidad en todas las operaciones, con el objetivo de mejorar el rendimiento del reciclaje y la gestión de residuos.
- Shopping Malls: Involucrar a los visitantes en el reciclaje

Real Plaza: Colaboración en el reciclaje

Real Plaza ha demostrado un firme compromiso con la mejora de las prácticas de gestión de residuos, abordando retos clave en materia de infraestructura, operaciones y concienciación cultural:

Infraestructura y operaciones

- Salas de residuos mejoradas: Las mejoras en las salas de residuos incluyen la estandarización de la infraestructura en todos los Shopping Malls. En 2024 se introdujeron mejoras como nuevas mesas de separación, señalización actualizada y sistemas de pesaje centralizados.
- Registros centralizados de gestión de residuos: Se ha creado un registro interno centralizado que permite realizar un seguimiento detallado de la tipología y el peso de los residuos en los 22 Shopping Malls. Esta medida sienta las bases para establecer objetivos de reducción en 2025.
- Protocolo de gestión de residuos actualizado: El protocolo de gestión de residuos se revisó en 2024, introduciendo un nuevo sistema de codificación por colores para la separación de residuos. Estas actualizaciones se acompañan de una señalización mejorada y campañas de comunicación dirigidas a los inquilinos.

Colaboración con los proveedores

- Real Plaza identificó una carencia de operadores especializados en residuos en las zonas provinciales y está ampliando activamente sus asociaciones para reforzar los programas de reciclaje.

Iniciativas de reciclaje

- Estaciones de reciclaje: Los Shopping Malls cuentan con estaciones equipadas con innovaciones como los robots IRbin, que recompensan a los visitantes por sus esfuerzos de reciclaje. En 2024, estas estaciones recogieron 114 toneladas de plástico (datos por insertar).
- Segregación piloto de residuos por parte de los inquilinos: Un programa piloto de segregación en el Shopping Malls Mall Salaverry aumentó las tasas de reciclaje en un 8%, lo que demuestra su potencial de ampliación.

Ampliación de los esfuerzos

- Objetivo de reciclaje de residuos: Se ha fijado un objetivo de reciclaje del 34% para 2024, con planes de duplicar el número de Shopping Malls de Lima que participan en los esfuerzos de reciclaje para 2025.

- Estudio de caracterización de residuos del Shopping Malls Mall Salaverry: Los resultados mostraron la viabilidad de cumplir los objetivos de reciclaje, lo que impulsó la réplica de las prácticas exitosas en otros lugares.

Residuos del patio de comidas y reciclaje orgánico

- Las iniciativas para reciclar los residuos orgánicos de los patios de comidas incluyen la educación de los inquilinos sobre las prácticas adecuadas de separación y la implementación de infraestructuras como trampas de grasa.

InRetail sigue impulsando la innovación en la reducción de residuos mediante mejoras operativas, programas de colaboración y proyectos piloto. Iniciativas como los estudios de caracterización de residuos, los programas de logística inversa y la integración de tecnologías de reciclaje inteligentes, como los robots IRbin, reflejan nuestro compromiso con la prueba y la ampliación de nuevas soluciones. Estos esfuerzos, aunque no se enmarcan como inversiones formales en I+D, representan una vía clara para desarrollar estrategias de minimización de residuos escalables y basadas en datos en todas las unidades de negocio.

Plan 2025: Convertirse en la primera plataforma retail con cero residuos en Perú

- Lograr cero residuos (90%+): Aspiramos a liderar el sector retail peruano convirtiéndonos en la primera plataforma con cero residuos para 2030.
- Objetivo anual de reciclaje: Alcanzar una tasa de reciclaje del 73% a finales de año.
- Gestión de residuos en la zona norte: Finalizar el 100% de la licitación para la gestión de residuos en el norte de Perú.
- Implementación del sistema de trazabilidad: introducir un sistema sólido de trazabilidad de residuos mediante inspecciones periódicas de la OEFA.

Generación de residuos

(GRI 306-3) (GRI 306-4) (GRI 306-5)

Disposición de residuos	Unidad	2022	2023	2024
Total de residuos generados	Toneladas	13,171.0	15,646.8	20,835.3
Food Retail	Toneladas	10,825.5	13,473.1	15,667.0
Pharma Retail y Distribución	Toneladas	1,881.3	825.1	947.3
Shopping Malls	Toneladas	464.2	1,348.7	4,221.0
Total de residuos reciclados	Toneladas	9,767.0	10,691.8	14,776.7
Food Retail	Toneladas	7,817.7	9,725.4	12,122.0
Pharma Retail y Distribución	Toneladas	1,782.6	536.6	656.7
Shopping Malls	Toneladas	166.7	429.8	1,998.0
Total de residuos eliminados en vertederos	Toneladas	3,404.0	4,964.9	6,058.6
Food Retail	Toneladas	3,007.8	3,747.6	3,545.0
Pharma Retail y Distribución	Toneladas	98.7	298.4	290.6
Shopping Malls	Toneladas	297.5	918.9	2,223.0

Para 2024, alcanzamos una cobertura del 89% en la medición y gestión de residuos a nivel de InRetail, lo que refuerza nuestro compromiso con una operación más sostenible.

Como resultado, reciclamos más de 14,700 toneladas de residuos y tratamos más de 370 toneladas mediante procesos de compostaje. También gestionamos adecuadamente más de 116,000 toneladas de residuos peligrosos y reciclamos más de 8,200 toneladas de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE).

Indicador		2022	2023	2024	Objetivo 2024
Cálculo de la disminución conocida	Toneladas	19,919.00	21,933.22	22,940.32	23,470
Cálculo total donado (alimentos)	Toneladas	11,787.29	11,743.94	12,444.97	12,440
Cálculo para compostaje	Toneladas	2.18	1.08	1.61	1.5
Total descartado	toneladas	8,129.53	10,189.28	10,495.35	11,031.25
Importe total donado (alimentos)	s/	63,297,756.39	63,064,939.19	66,829,506.42	-
Intensidad (pérdida de alimentos/ventas de alimentos)	#	0.015	0.016	0.015	0.016

En 2022, implementamos nuestro "Compromiso con la reducción del desperdicio de alimentos" para cumplir con el 100% de los compromisos para 2026.

Gestión del desperdicio alimentario: reducción y reutilización

Food Retail: desglose de los volúmenes de pérdida y desperdicio de alimentos por categoría de alimento y/o etapa del ciclo de vida.

En 2024, clasificamos el 100% de nuestras pérdidas de alimentos conocidas por causa y etapa del ciclo de vida. La mayor parte de las pérdidas de alimentos se produjeron en el ámbito retail (tiendas) y se atribuyeron a:

- Donaciones de alimentos: 47.48%: productos excedentes redirigidos al Banco de Alimentos del Perú antes de su caducidad.
- Caducidad de los productos: 36.41%: productos no vendidos que alcanzan su fecha de caducidad.
- Roturas: 8.68%: daños durante el almacenamiento o el transporte.
- Robo, problemas de calidad y otras causas: 7.43%: incluye errores administrativos, infestaciones o eliminación legal.

Este desglose nos permite priorizar nuestros esfuerzos para reducir el desperdicio de alimentos y ampliar las iniciativas de rescate de alimentos. Casi la mitad de nuestras mermas registradas se reutilizaron para donaciones, lo que refuerza nuestro compromiso con la circularidad y el bienestar de la comunidad.

Estrategias clave para minimizar el desperdicio

1. Implementación de tecnología y mejora de los procesos:
 - Sistema avanzado de reposición en tiendas: optimiza el inventario mediante el análisis de los datos de ventas específicos de cada ubicación, las referencias de los productos y los niveles de existencias, lo que garantiza una reposición precisa para minimizar las mermas.
 - Sistema avanzado de reposición de almacenes: gestiona el stock del centro de distribución (DC) prediciendo la demanda y garantizando transferencias precisas desde el DC a las tiendas, lo que reduce el excedente y evita el desperdicio.
 - Blue Yonder - Luminate: este avanzado sistema de reposición de productos frescos utiliza inteligencia artificial (IA) y aprendizaje automático (ML) para pronosticar la demanda con mayor precisión. Se incorporan factores como la

temperatura e, las fluctuaciones de precios y los eventos, lo que minimiza las mermas en categorías de productos frescos como frutas, verduras, embutidos y comidas preparadas.

2. Rescate de alimentos para evitar el desperdicio:

- Programa Bueno por Dentro (BxD): Esta iniciativa se centra en donar alimentos en buen estado a organizaciones sociales que proporcionan comidas continuas a niños, ancianos y mujeres vulnerables. Al formar a nuestros asociados en los procedimientos de donación y colaborar con organizaciones comunitarias, reducimos el desperdicio y beneficiamos a más de 90,000 personas cada semana. En 2024, llevamos a cabo un proceso de auditoría de nuestro programa, que puede consultarse en el capítulo «Comunidad».

Resultados de las iniciativas contra el desperdicio de alimentos

- El programa BxD contribuyó de manera significativa, rescatando y donando más de 11,743 toneladas de alimentos en 2024, lo que equivale a 63 millones de soles, proporcionando un apoyo crucial a las comunidades vulnerables y reduciendo al mismo tiempo el desperdicio.

Envases sostenibles: redefiniendo la responsabilidad

InRetail Perú Corp. se compromete a reducir el impacto medioambiental de los envases mediante innovaciones sostenibles y prácticas ecológicas en todas las unidades de negocio. Nuestros esfuerzos se centran en la reducción de residuos, la mejora de los sistemas de reciclaje y el apoyo a la economía circular.

En línea con el compromiso global de la Fundación Ellen MacArthur, nuestro objetivo es aumentar el uso de materiales reciclados y reciclables en los envases de marca propia, al tiempo que fomentamos el consumo responsable entre nuestros clientes.

En 2024, lanzamos una iniciativa de investigación e innovación para desarrollar soluciones de empaque sostenibles. Esto incluye explorar materiales biodegradables y compostables alternativos, mejorar la reciclabilidad en las líneas de productos y colaborar con los proveedores en el diseño conjunto de empaques de menor impacto. Estos esfuerzos están respaldados por diagnósticos, certificaciones de materiales y un enfoque basado en datos para la innovación en empaques a lo largo de la cadena de valor.

Iniciativa de envasado para Food Retail

(GRI 301-3)

Envases ecológicos: plazaVea, Vivanda y Makro están pasando a utilizar envases biodegradables y compostables para determinados productos, reduciendo así la dependencia de los plásticos de un solo uso. Para apoyar esta transición, la iniciativa Recicla Consciente, la mayor red de reciclaje de Perú, amplía su impacto y refuerza su compromiso con la sostenibilidad.

Progreso en el reciclaje y auditorías de marca: El logro de una tasa de reciclaje del 75.9%, objetivo originalmente fijado para 2030, demuestra un progreso acelerado hacia nuestras metas. A través de la iniciativa Recicla Consciente, se llevó a cabo una auditoría exhaustiva de la marca para evaluar los envases reciclables. Este análisis clasificó las marcas más recicladas, identificó los materiales reciclados con mayor frecuencia y señaló las empresas líderes en esfuerzos de reciclaje.

Recicla Consciente: A través del programa Recicla Consciente, en nuestros formatos plazaVea, Vivanda y Makro, hemos establecido la mayor red de reciclaje de Perú, lo que demuestra un fuerte compromiso con la sostenibilidad y el medio ambiente. Con esta iniciativa, no solo promovemos prácticas de reciclaje responsables entre los consumidores y nuestras tiendas, sino que también desempeñamos un papel crucial en la formalización de las asociaciones de reciclaje. Lo mismo ocurre con el comercio electrónico.

Hitos del programa "Recicla Consciente" en 2024

- Más de 123 toneladas de material reciclado
- El 85% de los contenedores fueron reciclados
- 26 empresas asociadas
- 59 estaciones de reciclaje en Arequipa, Ica, Junín, Lima y Piura.
- Más de 10 millones de usuarios en redes sociales
- Más de 430 recicladores capacitados
- 127 recicladores certificados
- 54 voluntarios digitales (influencers del reciclaje)

Programa de reducción de envases: Se están llevando a cabo iniciativas para optimizar los envases de los productos de marca propia, garantizando la eficiencia de los recursos sin comprometer la calidad.

Programa Recicla Mass: Además de los esfuerzos de logística inversa, este programa anima a los clientes a devolver los envases para su reciclaje, creando una colaboración activa en la reducción de residuos.

Compromiso con el embalaje sostenible: Desde 2022, SPSA se ha adherido a las Reglas de Oro del Diseño establecidas por el Foro de Bienes de Consumo, reforzando su compromiso con la mejora de la sostenibilidad de los envases. Siguiendo estas normas industriales, la empresa pretende optimizar el diseño de los envases, mejorar su reciclabilidad y reducir su impacto medioambiental, contribuyendo así a un uso más responsable y eficiente de los materiales.

Iniciativa de embalaje para la Pharma Retail y Distribución

- Envases reutilizables: Las operaciones farmacéuticas dan prioridad a las cajas y bandejas reutilizables para el transporte de productos, reduciendo los materiales de un solo uso. En 2024, la tasa de reciclaje aumentó del 65% al 71%, superando el objetivo para 2030 del 75% antes de lo previsto. Además, se reciclaron 500 toneladas de materiales, lo que supone un hito importante en nuestros esfuerzos de sostenibilidad.
- Innovaciones sostenibles: Al fomentar las asociaciones de colaboración con los proveedores, hemos garantizado la introducción sistemática de materiales de embalaje reciclables y respetuosos con el medio ambiente en todas las líneas de productos, reforzando nuestro compromiso con las prácticas sostenibles.

Iniciativa de embalaje en Shopping Malls

- Concienciación sobre el embalaje ecológico: Real Plaza colabora estrechamente con los inquilinos para promover el uso de embalajes sostenibles en los patios de comidas y los espacios comerciales.
- Puntos de reciclaje: Los puntos de recogida específicos para residuos de envases ayudan a los visitantes a separar materiales como el plástico PET y el papel, facilitando su correcta eliminación y reciclaje.

Nueva metodología para el embalaje sostenible

En diciembre de 2024, pusimos en marcha el desarrollo de una metodología de evaluación de envases y un sistema de señalización para apoyar la economía circular y reducir los residuos posventa. El proyecto, que se prolongará hasta marzo de 2025, consiste en definir criterios de evaluación y crear un marco de señalización claro para orientar la elección de envases sostenibles.

Para garantizar una evaluación sólida, 11 expertos en economía circular han desarrollado una matriz de análisis basada en cinco criterios definidos:

1. Tipo de material
2. Impacto medioambiental
3. Certificaciones

4. Origen del material
5. Método de eliminación

Estos criterios sirvieron de base para crear un sistema de semáforo de impacto medioambiental que clasifica los envases y les asigna una puntuación entre 0 y 20:

- 0-10 (Rojo): Rendimiento medioambiental deficiente. Algunos ejemplos son los plásticos de un solo uso.
- 11-14 (Amarillo): Rendimiento medio. Ejemplos: materiales como el tetrapak y el LDPE.
- 15-20 (verde): alto rendimiento medioambiental. Algunos ejemplos son el cartón, el vidrio y el PET.

Se invitó a los proveedores a completar un cuestionario alineado con este sistema de semáforo para evaluar y clasificar sus envases. Este esfuerzo colaborativo fomenta la transparencia y promueve mejoras sostenibles en toda la cadena de suministro.

Fortalecimiento del cumplimiento: compromiso de los proveedores

Para mejorar aún más la sostenibilidad de los envases y alinearnos con las normas reglamentarias, en septiembre de 2024 implementamos la Guía de Publicidad Ecológica de Indecopi. Los proveedores deben proporcionar datos verificables para todas las declaraciones medioambientales con el fin de garantizar la precisión y mitigar los riesgos de greenwashing.

- Realizamos un diagnóstico de los envases de 11,000 productos de marca propia y revisamos las fichas técnicas de los proveedores para verificar el cumplimiento de los parámetros de sostenibilidad.
- Se establecieron directrices claras de etiquetado, junto con matrices de verificación, para garantizar que las declaraciones ecológicas se validen a la llegada del producto.

Objetivos para 2025 y más allá

- Ampliar el uso de envases biodegradables y compostables en todas las marcas de alimentación retail.
- Reducir los residuos de envases en un 15% en las operaciones farmacéuticas, centrándonos en la reutilización y el reciclaje.
- Reforzar las alianzas con los proveedores para acelerar la innovación en soluciones de envases ecológicos.
- Educar a los inquilinos y clientes sobre prácticas de envasado sostenibles para impulsar el impacto colectivo.
- Finalizar la implementación de la metodología de evaluación de envases, incorporando los criterios definidos y el sistema de señalización antes de marzo de 2025.
- Cumplimiento del 100% de los compromisos para 2030.

A través de estos esfuerzos, nuestro objetivo es redefinir la responsabilidad en materia de envases, alineando nuestras operaciones con los estándares globales de sostenibilidad e inspirando a otros a hacer lo mismo.

Envases

Uso de plástico en los envases					
Indicador	Unidad	2022	2023	2024	Objetivo 2024
Peso total del embalaje de plástico	Toneladas métricas	1,558.90	1,917.45	2,004.16	2,350.00
Envases de plástico reciclables	%	70.51%	71.37%	72.3%	71%
Envases de plástico fabricados con plástico compostable	%	29.49%	26.86%	27.4%	22%
Envases de plástico fabricados con material reciclado	%	15.16%	12.23%	19.1%	15%

Uso de otros materiales de embalaje*			
Material	Peso total (toneladas) 2024	% de material reciclado	Objetivo para 2024
Madera/papel de fibra	1,062.12	87.99%	75%
Metal (por ejemplo, aluminio)	203.45	5.30%	4%
Vidrio	0	0%	1%

*Se ha integrado la información del 82,84 % de los productos de las categorías de consumo y nutrición de las marcas blancas de Pharma Retail and Distribution.

Movilidad sostenible: impulsando el cambio hacia un futuro más verde

Estamos comprometidos con el avance de soluciones de movilidad ecológicas que reduzcan el impacto medioambiental, al tiempo que impulsamos la innovación y la eficiencia operativa. Al integrar prácticas sostenibles en nuestros sistemas de transporte y logística, contribuimos a un futuro más limpio y sostenible.

Food Retail

- Optimización de la flota: La logística de la Food Retail se centra en reducir el consumo de combustible y las emisiones mediante la optimización de las rutas de entrega y el mantenimiento eficiente de los vehículos.
- Vehículos de bajas emisiones: Se están realizando esfuerzos para explorar el uso de vehículos de bajas emisiones para las entregas de última milla, minimizando la huella medioambiental de la logística urbana. Además, se han instalado dos estaciones de recarga de vehículos eléctricos para apoyar la transición hacia soluciones de transporte más limpias, reforzando nuestro compromiso con la movilidad sostenible.
- Logística colaborativa: La colaboración con proveedores de logística ha mejorado la eficiencia de la carga, reduciendo los viajes en vacío y las emisiones en la red de distribución.

Pharma

- Micromovilidad en Lima Moderna: Este proyecto clave para las operaciones farmacéuticas promueve métodos de entrega sostenibles, como bicicletas, patinetes y motocicletas eléctricas. La transformación de la flota ha logrado más del 19% de progreso en 2024.

Compras

- Estaciones de recarga de vehículos eléctricos: En 2024, se instalaron 8 estaciones de recarga para coches eléctricos en 4 Shopping Malls. Para 2025, tenemos previsto mejorar este servicio mediante la firma de un acuerdo con una única empresa para la gestión de las estaciones, la mejora de los datos de usabilidad y la ampliación de la infraestructura de recarga a través de un proyecto de consultoría.
- Campaña Japi Bici: Esta iniciativa apoya los desplazamientos ecológicos mediante la introducción de aparcamientos para bicicletas y estaciones de recarga de scooters en 15 Shopping Malls, de los cuales 14 ya ofrecen espacios designados para la recarga de scooters.

Objetivos para 2025 y más allá

- Ampliar el uso de vehículos de bajas emisiones en toda nuestra red logística.
- Aumentar la adopción de vehículos eléctricos e híbridos para las entregas de última milla.
- Lograr la plena implementación del proyecto de micromovilidad en Lima Moderna.
- Fortalecer las alianzas con los proveedores de logística para optimizar aún más las rutas de transporte y reducir las emisiones.
- Promover opciones de transporte sostenible entre los empleados, incluyendo incentivos para el uso de medios de transporte ecológicos.
- Continuar desarrollando y ampliando la infraestructura de recarga de vehículos eléctricos en los Shopping Malls, con el apoyo de estudios de usabilidad y consultas a expertos.

Agricultura sostenible: cultivando un futuro más verde

Promovemos prácticas agrícolas sostenibles que protegen el medio ambiente, mejoran la biodiversidad y apoyan los medios de vida de los agricultores. A través de la colaboración con los proveedores, programas innovadores y el cumplimiento de rigurosos estándares de sostenibilidad, nuestro objetivo es generar un impacto positivo en toda nuestra cadena de suministro agrícola.

Política de agricultura sostenible

Nuestra política de agricultura sostenible sirve de base para nuestros esfuerzos por integrar prácticas responsables con el medio ambiente en nuestras operaciones. Esta política describe los compromisos clave, entre los que se incluyen:

- Deforestación cero: garantizar que la expansión agrícola no dañe los ecosistemas naturales.
- Gestión del agua: evaluar y formar a los proveedores sobre los riesgos relacionados con el agua, como las inundaciones, las sequías y la escasez, para promover un uso eficiente del agua.
- Gestión de plaguicidas: prohibir el uso de plaguicidas restringidos y prohibidos en el territorio peruano para proteger la salud ambiental y humana.
- Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero: capacitar a los proveedores en prácticas ganaderas sostenibles para mejorar la eficiencia reproductiva y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero.
- Directrices para la pesca sostenible: Proporcionamos a los proveedores directrices claras para garantizar que los productos no procedan de prácticas pesqueras insostenibles. Además, ofrecemos apoyo técnico para ayudar a los proveedores a obtener la certificación de producción sostenible.
- Compromiso con los productos veganos y libres de crueldad animal: Nuestras marcas Cluny y Agrado Nature (Pharma Retail) encarnan nuestros valores al garantizar que más del 90% de sus ingredientes son veganos y abstenerse por completo de realizar pruebas en animales.

Categoría	Certificaciones o acreditaciones	% de productos certificados	Volumen de la categoría con respecto al total de compras (%)
Soja	Rainforest Alliance, UTZ Certified, Fairtrade International, USDA Organic, EU Organic, NOP Organic	8.90%	2.00%
Azúcar	Fairtrade, Rainforest Alliance, Bonsucro, USDA Organic, EU Organic, NOP Organic.	95.8%	2.00%
Cacao	Comercio Justo, Rainforest Alliance, Certificado UTZ, ProTerra, USDA Orgánico, Orgánico de la UE, NOP Orgánico	49.6%	0.80%
Café	Comercio justo, Rainforest Alliance, Certificado UTZ, Orgánico USDA, Orgánico UE, Orgánico NOP	46.2%	0.98%
Cereales	Comercio Justo, Rainforest Alliance, USDA Orgánico, UE Orgánico, NOP Orgánico	12.4%	1.02%

Iniciativas clave en agricultura sostenible

- Abastecimiento sostenible: Damos prioridad al abastecimiento de productos agrícolas de proveedores que se adhieren a prácticas agrícolas sostenibles. Esto incluye minimizar el uso de fertilizantes y pesticidas químicos, conservar el agua y proteger la salud del suelo.

- Apoyo a los agricultores locales: A través de programas de formación e iniciativas de capacitación, empoderamos a los agricultores locales para que adopten prácticas sostenibles, mejoren el rendimiento de sus cultivos y accedan a nuevos mercados.
- Conservación de la biodiversidad: promovemos activamente la preservación de las especies y los ecosistemas autóctonos fomentando la agrosilvicultura y otros métodos de cultivo respetuosos con la biodiversidad.

Programas de colaboración y asociaciones

- Proyectos de valor compartido: En colaboración con proveedores y organizaciones comunitarias, implementamos proyectos que integran la agricultura sostenible con el desarrollo social y económico. Estas iniciativas tienen como objetivo mejorar la seguridad alimentaria, reducir la pobreza y promover la gestión medioambiental.
- Certificaciones de sostenibilidad: Trabajamos en estrecha colaboración con los proveedores para obtener certificaciones como Rainforest Alliance y Fair Trade, lo que garantiza que los productos agrícolas cumplen con altos estándares ambientales y sociales.

Objetivos para 2025 y más allá

- Ampliar las asociaciones con organizaciones de agricultura sostenible para aumentar la adopción de prácticas agrícolas respetuosas con el medio ambiente.
- Fortalecer los sistemas de trazabilidad para garantizar la transparencia y la rendición de cuentas en toda la cadena de suministro agrícola.
- Aumentar el porcentaje de productos agrícolas de origen sostenible en nuestra cartera.
- Promover la innovación en técnicas agrícolas sostenibles, como la agricultura de precisión y la agricultura ecológica, para reducir el impacto medioambiental.

Bienestar animal: defensa de los estándares éticos

InRetail Perú Corp. se compromete a mantener altos estándares de bienestar animal en todas sus operaciones y cadena de suministro. A través de prácticas éticas y sólidas alianzas, garantizamos un trato humano y nos alineamos con los estándares globales en materia de cuidado animal y responsabilidad medioambiental.

Nuestra Política Corporativa de Bienestar Animal define los principios y acciones que guían este compromiso, reforzando la transparencia y la rendición de cuentas ante todas las partes interesadas.

Principios clave de la política

- Tolerancia cero con el maltrato animal: aplicamos directrices estrictas para garantizar el bienestar y el trato humano de los animales durante su cría, transporte y procesamiento.
- Certificaciones y cumplimiento obligatorios: Todos los proveedores, incluidos los internacionales, deben cumplir estrictas certificaciones de bienestar animal y autorizaciones sanitarias, lo que garantiza que sus prácticas se ajustan a las normas éticas.
- Mejora continua: Nuestra política promueve la formación y el desarrollo continuos de los proveedores, capacitándolos para implementar las mejores prácticas en materia de bienestar animal y gestión ganadera sostenible.
- Responsabilidad compartida: Al colaborar estrechamente con los proveedores, garantizamos la rendición de cuentas y mantenemos nuestro compromiso de crear una cadena de suministro basada en prácticas éticas y sostenibles.

Iniciativa clave en materia de bienestar animal

- Prácticas ganaderas sostenibles: Los proveedores, incluidos los internacionales, reciben formación para adoptar prácticas sostenibles y éticas. Estas no solo dan prioridad al bienestar animal, sino que también minimizan las emisiones de gases de efecto invernadero y mejoran las normas de seguridad alimentaria.

- **Inspección y certificación:** Los proveedores deben cumplir con estrictas regulaciones, incluyendo autorizaciones sanitarias y certificaciones internacionales. Para la producción de carne, proveedores como Esmeralda cumplen con requisitos clave de bienestar, como proporcionar corrales de descanso y respetar los períodos de descanso obligatorios para los animales.
- **Normas para agroexportadores:** Colaboramos con agroexportadores nacionales que cuentan con amplias certificaciones, lo que garantiza que tanto los productos locales como los importados se ajusten a las normas de sostenibilidad y bienestar.

Apoyo a la transparencia y la mejora

- **Auditorías sin previo aviso:** Los proveedores están sujetos a auditorías periódicas sin previo aviso para garantizar el cumplimiento de nuestra Política de Bienestar Animal. Cuando se detecta un incumplimiento, se implementan planes de acción correctivos para elevar los estándares sin poner fin inmediatamente a las asociaciones, a menos que haya pruebas de corrupción, lo que da lugar a la suspensión inmediata.

Las auditorías son realizadas por dos empresas de certificación independientes, que verifican el cumplimiento de las siguientes normas:

- Inspecciones higiénico-sanitarias.
- Revisión de los parámetros técnicos establecidos en las certificaciones (certificación ecológica).
- Criterios de aceptación de productos.
- Lista de productos modificados genéticamente (OGM).
- Los productos orgánicos deben contar con un certificado válido.
- En el caso de proveedores nacionales, se requiere la autorización sanitaria del SENASA, y para los productos importados, se solicitan los certificados fitosanitarios emitidos por la entidad competente.
- Análisis de respaldo para productos alimenticios saludables.

Alineación con las prácticas internacionales

- **Cumplimiento de leyes y certificaciones:** Los proveedores se adhieren a las normas internacionales de bienestar, como la legislación brasileña sobre bienestar animal, y se someten a inspecciones sanitarias periódicas para prevenir brotes de enfermedades.
- **Estrategia de regionalización:** un enfoque de compra regional para categorías como la carne, el pescado y los productos agrícolas reduce los riesgos logísticos, garantiza la frescura y apoya a los centros de distribución más pequeños de las provincias.

Productos ganaderos certificados para 2024

Bienestar animal

Productos ganaderos certificados para 2024			
Categorías derivadas de animales	Certificaciones	% de productos certificados	Volumen de la categoría respecto al total de compras
Productos bovinos (excluidos los lácteos)	USD Orgánico	8	1.45
Productos lácteos	Fairtrade International/ Rainforest Alliance/ UTZ Certified	27	16.00
Productos avícolas	USD Orgánico	18	6.00
Pesca silvestre	MSC (Directorio Marina)	12	0.74

Objetivos para 2025 y en un futuro

- Aumentar las asociaciones con proveedores que cumplan y superen las estrictas normas de bienestar animal.
- Impartir sesiones de formación específicas para mejorar los conocimientos de los proveedores sobre el bienestar y las prácticas éticas.
- Reforzar los sistemas de trazabilidad para supervisar y verificar el cumplimiento de las normas de bienestar en todas las etapas de la cadena de suministro.
- Explorar innovaciones en técnicas agrícolas respetuosas con el bienestar animal para equilibrar la calidad, la sostenibilidad y el coste.

Biodiversidad: preservar nuestro patrimonio natural

(GRI 101-1) (GRI 101-2)

La preservación de la biodiversidad es fundamental para nuestra estrategia de sostenibilidad. Tomamos medidas proactivas para minimizar los riesgos para los ecosistemas, promover la restauración y fomentar la concienciación medioambiental.

Política corporativa de biodiversidad

Nuestra política garantiza que todas nuestras operaciones y las de nuestros proveedores se desarrollen fuera de áreas naturales protegidas o zonas declaradas Patrimonio Cultural Nacional. También aplicamos controles estrictos para evitar la comercialización de especies en peligro de extinción o la participación en prácticas perjudiciales para los ecosistemas marinos. Guiados por la metodología LEAP de la TNFD, evaluamos, gestionamos y mitigamos los riesgos para la biodiversidad en toda nuestra cadena de valor.

Procedimiento de evaluación de riesgos e impacto sobre la biodiversidad

(GRI 101-4)

Utilizando la jerarquía de mitigación alineada con la TNFD, identificamos anualmente las unidades de negocio y los centros operativos prioritarios para evaluar y gestionar los impactos directos e indirectos sobre la biodiversidad.

Identificar y evaluar

Una vez definido el alcance, evaluamos los riesgos para la biodiversidad en nuestras operaciones utilizando la Herramienta Integrada de Evaluación de la Biodiversidad (iBAT). Esta herramienta nos permite determinar si nuestras operaciones se encuentran en áreas naturales protegidas, zonas de alta biodiversidad o si involucran especies amenazadas según la Lista Roja de la UICN.

Aunque la mayoría de nuestras instalaciones se encuentran en zonas urbanas o comerciales, Pharma Retail y Distribución opera un almacén en una zona de regulación especial, cerca del humedal de Villa. Como resultado, está sujeto a inspecciones periódicas por parte de la autoridad supervisora competente debido a su potencial impacto ambiental en el ecosistema circundante, que puede incluir:

Fragmentación del hábitat: Las infraestructuras, como las carreteras y los edificios, pueden dividir hábitats de humedales que antes estaban conectados, lo que limita la movilidad de la fauna silvestre y el acceso a recursos críticos. Esta fragmentación puede perturbar a las especies que necesitan áreas grandes y continuas para prosperar.

- Introducción de especies invasoras: Las actividades operativas pueden introducir y propagar inadvertidamente especies invasoras en el humedal. Estas especies pueden competir con las poblaciones autóctonas por los recursos y el hábitat, desplazando a la fauna silvestre local y alterando el equilibrio ecológico.
- Generación de residuos sólidos: Las actividades de almacenamiento y distribución producen residuos que, si no se gestionan adecuadamente, pueden contaminar el humedal y suponer una amenaza para la calidad del agua y la biodiversidad.

- **Emissiones de vehículos:** Las flotas de transporte emiten contaminantes, incluidos gases y partículas, que pueden deteriorar la calidad del aire en el humedal y sus alrededores.
- **Alteración del hábitat:** La construcción y el mantenimiento de instalaciones cerca de zonas húmedas pueden degradar o alterar los hábitats naturales, afectando negativamente a la flora y la fauna locales.
- **Impacto en la calidad del agua:** La manipulación de productos químicos durante los procesos de distribución puede provocar la contaminación de las aguas residuales, lo que, si no se mitiga, podría dañar los sistemas hídricos de los humedales y los organismos que dependen de ellos.

Unidades de negocio incluidas en el análisis de riesgos para la biodiversidad

Exposición y Evaluación de la Biodiversidad		
Indicador	N.º de sitios	Área terrestre (hectáreas)
Total	3,824	202.83
Evaluados	3,824	202.83
Expuestos	1	5.99
Con plan de gestión	1	5.99

Plan de prevención de impactos

Basándonos en la metodología LEAP propuesta por TNFD, hemos desarrollado una jerarquía de mitigación que tiene como objetivo abordar los riesgos directos e indirectos para la biodiversidad.

- Evitar
 - **Política de deforestación cero:** Contamos con una Política Corporativa de No Deforestación, a través de la cual buscamos promover la compra de productos básicos e insumos con certificaciones ambientales que garanticen procesos social y ambientalmente responsables.
 - **Orientación y formación de proveedores:** Animamos a los proveedores agrícolas y ganaderos a adoptar certificaciones medioambientales, proporcionándoles apoyo técnico y formación en prácticas de reforestación.
 - **Monitoreo ambiental:** Pharma Retail y Distribución realiza un monitoreo ambiental anual cerca del humedal Pantanos de Villa, en el que se controla la calidad del aire (parámetros como SO2, PM10, CO y Pb) y los niveles de ruido para mitigar los riesgos para el ecosistema.
 - **Gestión de residuos:** Se prioriza la gestión adecuada y la reducción de los residuos sólidos y líquidos para limitar la contaminación y fomentar la concienciación medioambiental de los empleados.
 - **Reubicación:** Estamos construyendo un nuevo almacén alejado de zonas sensibles desde el punto de vista medioambiental, incorporando tecnologías energéticamente eficientes y espacios verdes para los empleados.
- Reducir
 - **Formación en prácticas regenerativas:** En 2024, 28 proveedores recibieron formación en agricultura regenerativa y bienestar animal, aprendiendo técnicas innovadoras y principios éticos para una producción sostenible.
 - **Logística optimizada:** Estamos mejorando las rutas de distribución para aumentar la eficiencia y reducir el consumo de combustible.
 - **Política corporativa de bienestar animal:** Nuestros proveedores se adhieren a directrices que garantizan la protección del bienestar animal en toda la cadena de suministro.
- Restaurar y regenerar
 - **Biojardines urbanos:** hemos implementado biojardines para promover la producción sostenible de alimentos y la concienciación medioambiental. Estos espacios fomentan la participación de la comunidad, la conservación de la biodiversidad y el uso responsable de los recursos, reforzando nuestro compromiso con la resiliencia climática y la restauración de los ecosistemas locales.
 - Limpieza del canal en Pantanos de Villa: Empleados de Pharma Retail y Distribución se unieron a voluntarios de la comunidad para retirar más de 120 kg de residuos, protegiendo este ecosistema de humedales vital.

- Iniciativa de limpieza de playas: En colaboración con organizaciones locales, retiramos más de 4 toneladas de residuos de varias playas de Perú, preservando la biodiversidad marina.

Iniciativas de las unidades de negocio

- Pharma Retail y Distribución: Garantiza la conservación de la biodiversidad cerca de los humedales de Villa mediante la supervisión, la gestión de residuos y la colaboración con la comunidad.
- Food Retail: se centra en la formación de los proveedores en prácticas sostenibles y en el mantenimiento de una cadena de suministro libre de deforestación.
- Shopping Malls: implementa iniciativas de biodiversidad urbana, incluidos programas de reciclaje y la promoción de prácticas sostenibles entre los visitantes.

Objetivos para 2025 y más allá

- Ampliar la formación de los proveedores en prácticas regenerativas y preservación de la biodiversidad.
- Ampliar los esfuerzos de restauración, incluyendo proyectos de plantación de árboles y eliminación de residuos.
- Reforzar el uso de energías renovables y las infraestructuras respetuosas con el medio ambiente.
- Forjar nuevas alianzas para impulsar la conservación del ecosistema a largo plazo.

Aspectos destacados del año: iniciativas

Iniciativa	Breve descripción	Resultados de 2024
Iluminación LED	Se sustituyó la iluminación tradicional por tecnología LED para reducir el consumo energético y las emisiones.	En 2024, se sustituyeron 47,758 luminarias tradicionales por luces LED en todas las operaciones.
Software de gestión energética	Se implementaron sistemas para supervisar y optimizar el uso de la energía, identificando áreas de mejora en la eficiencia.	Mejora de la eficiencia energética operativa en general.
Energía renovable	Adopción de fuentes de energía limpia, como la solar y la eólica, para operaciones específicas.	Aumento de la integración de energías renovables en 2023.
Auditorías de eficiencia energética	Realización de evaluaciones para identificar oportunidades de ahorro energético en las instalaciones y operaciones.	Mejora de los indicadores de rendimiento energético tras la auditoría.
Medición de electricidad para inquilinos	Se ha instalado un sistema para controlar el consumo energético de los inquilinos, lo que les ayuda a gestionar y reducir el consumo.	Mejora de la transparencia en el consumo energético de los inquilinos.
Auditoría energética de Real Plaza Salaverry	Se ha realizado una auditoría energética exhaustiva en este Shopping Malls para identificar oportunidades de eficiencia.	Se han implementado recomendaciones significativas.
La Lombriz Feliz	Iniciativa de gestión de residuos orgánicos que	Se desviaron 400 kg de residuos orgánicos de los vertederos al año.

	produce compost mediante lombricultura.	
Recogida de RAEE en todo el país	Gestión de la recogida a nivel nacional de residuos electrónicos y eléctricos para su reciclaje y eliminación adecuados.	Reciclados más de 8.3 toneladas de RAEE en 2024.
Formación en gestión de residuos	Formación a los empleados sobre la separación adecuada de residuos, el reciclaje y las prácticas sostenibles.	1,057 recicladores formados y más de 10 millones de usuarios de redes sociales involucrados.
Reutilización de cajas y bandejas	Promoción de la reutilización de materiales de embalaje, como cajas de cartón y bandejas de plástico, en las operaciones.	Reciclamos con éxito 500 toneladas de materiales durante 2024.
Recicla Botica	Iniciativa de recogida de residuos farmacéuticos para reciclar y eliminar adecuadamente los materiales.	68 farmacias devuelven cajas para su reciclaje.
Bueno por Dentro	Donamos el excedente de inventario y productos a organizaciones sociales para minimizar los residuos.	Beneficiados 100,000 personas a través de donaciones de alimentos y productos. 11,743 toneladas de alimentos en 2024
Recicla Consciente	Realización de auditorías de marca y promoción de la concienciación sobre el reciclaje para identificar y reciclar materiales de alto impacto.	Se lograron más de 123 toneladas de residuos reciclados en 2024.

Créditos e información corporativa

Créditos Coordinación

InRetail Perú Corp. - Sostenibilidad

Texto y diseño

SustainaLab

Texto: María Julia Arana

Supervisión editorial e indicadores GRI: SustainaLab

Diseño: SustainaLab

Fotografía

InRetail Perú Corp.

Información corporativa

Oficinas principales

Calle Morelli 139, Lima 15036, Perú.

Sitio web: www.inretail.pe

Consultas de inversores

Relaciones con inversores | InRetail Perú Corp.

Correo electrónico: lr@inretail.pe

Anexos

Anexo I: Recursos Humanos

Composición del equipo de RR. HH.

Empleados por unidad de negocio hasta 2024

Empleados por unidad de negocio hasta 2024			
Unidad de negocio	Hombres	Mujeres	Total
Food Retail	12,899	12,224	25,123
Pharma Retail y Distribución	3,619	15,632	19,251
Shopping Malls	287	189	476
Digital	243	250	493
Total	17,048	28,295	45,434

FTE por unidad de negocio

FTE por unidad de negocio	A finales de 2022	A finales de 2023	A finales de 2024
Food Retail	18,271	18,851	25,123
Pharma Retail y Distribución	20,886	20,502	19,251
Shopping Malls	459	492	476
Digital	313	335	493
Total FTE	39,928	39,829	45,343

Representación de género por funciones y puestos dentro de la empresa

Indicador	2022		2023		2024	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Total de empleados	38.79%	61.21%	38.35%	61.65%	37.60%	62.40%

Todos los puestos directivos (junior, medio y senior)	46.43%	53.57%	53.55%	46.45%	54.66%	45.43%
Puestos de gestión junior	44.96%	55.04%	48.33%	51.67%	49.74%	50.26%
Puestos de mandos intermedios	62.96%	37.04%	61.22%	38.78%	58.85%	41.15%
Puestos de alta dirección	61.02%	38.98%	63.64%	36.36%	68.89%	31.11%
Gestión en áreas generadoras de ingresos	66.67%	33.33%	46.15%	53.85%	54.55%	45.45%

Índice de remuneración por nivel de empleo

Índice de remuneración por nivel de empleo	
Nivel	Índice de remuneración
Ejecutivos (salario base)	0.82
Ejecutivos (salario base + incentivos)	0.79
Dirección (salario base)	0.94
Dirección (salario base + incentivos)	0.93
Personal no directivo (salario base)	0.95
Media	0.89
Ámbito de aplicación	100%

Mujeres en posiciones STEM

Indicador	2022		2023		2024	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Gestión en áreas STEM	63.33%	36.67%	54.68%	45.32%	68.55%	31.45%
Total de puestos en áreas STEM	66.34%	33.66%	62.61%	37.39%	65.34%	34.66%

Empleados de la comunidad LGBTQ+

Empleados de la comunidad LGBTQ+			
Unidad de negocio	2022	2023	2024
Food Retail	710	710	1,314
Pharma Retail y Distribución	136	307	55
Shopping Malls	16	8	7
Digital	-	12	12
Total	862	1,037	1,388

Empleados con discapacidad

Empleados con discapacidad				
Unidad de negocio	Género	2022	2023	2024
Food Retail	Masculino	69	82	101
	Mujer	37	47	49
Pharma Retail y Distribución	Hombre	16	22	20
	Mujer	11	14	12
Shopping Malls	Masculino	0	0	1
	Mujer	0	0	0
Total	Masculino	85	104	122
	Mujeres	48	61	61

Porcentaje de empleados por grupo de edad

Porcentaje de empleados por grupo de edad			
Grupo de edad	2022	2023	2024
< 30 años	51.70%	50.53%	51.29%
Entre 30 y 50 años	44.27%	44.93%	43.83%
> 50 años	4.03%	4.54%	4.87%

Empleados por nacionalidad

Empleados por nacionalidad						
Nacionalidad	2022		2023		2024	
	Total	%	Total	%	Total	%
Perú	43,817	99.78%	43,446	99.80%	45,266	99.83%
Argentina	12	0.03%	12	0.03%	11	0.02%
Chile	9	0.02%	7	0.02%	11	0.02%
Colombia	8	0.02%	9	0.02%	9	0.02%
Venezuela	58	0.13%	49	0.11%	40	0.09%
Brasil	3	0.01%	4	0.01%	1	0.00%
Ecuador	1	0.00%	1	0.00%	1	0.00%
España	2	0.00%	2	0.00%	2	0.00%
Francia	1	0.00%	1	0.00%	1	0.00%
Bolivia	1	0.00%	1	0.00%	0	0.00%
Ucrania	1	0.00%	1	0.00%	1	0.00%
Otros	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
TOTAL	43,913	100%	43,553	100%	45,343	100%

Empleados por nacionalidad: Porcentaje en todos los puestos directivos

Nacionalidades	Total	Participación en todos los puestos directivos, incluyendo los de nivel junior, medio y senior
Peruana	1,098	96.49%
Argentino	10	0.88%
Chileno	11	0.97%
Venezolano	6	0.53%
Colombiano	8	0.70%
Brasileño	1	0.09%
Español	2	0.18%

Empleados por grupo minoritario

Empleados por grupo minoritario		
Grupo minoritario	Género	2024
Afrodescendientes	Hombre	106
	Mujer	111
Asiáticos	Hombre	38
	Mujer	22
Pueblos indígenas del Amazonas	Hombre	26
	Mujer	50
Quechua, aimara u otros pueblos nativos andinos	Hombre	297
	Mujer	764

* Los datos de estos grupos minoritarios se calcularon a partir de un censo interno y no de los empleados contratados.

Empleados por región

Empleados por región							
Unidad de negocio	Género	2022		2023		2024	
		Lima	Provincias	Lima	Provincias	Lima	Provincias
Food Retail	Hombre	7,663	3,825	7,646	3,809	8,402	4,497
	Mujer	7,448	3,302	7,492	3,236	8,438	3,786
Pharma Retail y Distribución	Hombre	3,014	2,090	3,276	1,495	2,213	1,401
	Mujer	7,170	8,615	8,103	7,639	7,658	7,974
Shopping Malls	Hombres	203	78	198	103	183	104
	Mujer	151	27	161	30	162	27
Digital	Hombre	148	14	167	-	243	-
	Mujer	148	17	179	-	250	-
Total	Hombres	11,028	6,007	11,287	5,407	11,041	6,007
	Mujer	14,917	11,961	15,935	10,905	16,508	11,787

Contratistas por unidad de negocio

Contratistas por unidad de negocio			
Unidad de negocio	2022	2023	2024
Food Retail	2,600	2,435	2,281
Pharma Retail y Distribución	3,925	3,852	1,187
Shopping Malls	845	732	1,252
Total	7,694	7,019	4,720

Empleados a tiempo completo y a tiempo parcial

Empleados a tiempo completo y parcial		
Unidad de negocio	A tiempo completo	A tiempo parcial
Food Retail	16,999	8,124
Pharma Retail y Distribución	19,244	7
Shopping Malls	476	0
Digital	469	24
Total	37,188	8,155

Empleados por grupo de edad

Empleados por grupo de edad en cada unidad de negocio										
Unidad de negocio	Género	2022			2023			2024		
		<30	Entre 30 y 50	>50	<30	Entre 30 y 50	>50	<30	Entre 30 y 50	>50
Food Retail	Hombres	6,872	3,353	263	7,761	3,409	285	9,011	3,952	296
	Mujeres	6,782	3,683	285	6,574	3,829	325	7,467	4,362	395
Pharma Retail y Distribución	Hombres	1,773	2,973	358	1,672	2,731	368	1,124	5,426	360
	Mujeres	6,087	8,921	837	5,745	9,033	964	2,135	9,099	1.107
Shopping Malls	Hombres	57	1,203	21	56	219	26	48	217	22
	Mujeres	47	126	5	51	135	5	49	137	3
Digital	Hombres	54	108	0	53	113	1	62	162	19
	Mujeres	93	72	0	86	92	1	70	172	8
Total	Hombres	9,796	6,637	642	9,542	6,472	680	10,245	9,757	697
	Mujeres	12,909	12,802	1,127	12,456	13,089	1,295	9,721	13,770	1,532

Contratación por unidad de negocio

Contratación por unidad de negocio						
Unidad de negocio	2022		2023		2024	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Food Retail	8,843	7,488	9,461	8,179	11,717	10,229
Pharma Retail y Distribución	3,099	6,092	2,364	5,814	1,870	5,608
Shopping Malls	79	53	83	63	63	41
Digital	97	91	78	91	81	112
Total	12,118	13,724	11,986	14,147	13,731	15,990
	25,842		26,133		29,721	

Contratación por género y rango de edad

Unidad de negocio	2023						2024					
	Número de empleados menores de 30 años		Número de empleados entre 30 y 50 años		Número de empleados mayores de 50 años		Número de empleados menores de 30 años		Número de empleados entre 30 y 50 años		Número de empleados mayores de 50 años	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
SPSA	8,280	6,699	1,162	1,455	19	25	10,263	8,284	1,416	1,958	38	57
IR Pharma	1,449	3,582	848	2,165	1	67	1,064	3,322	736	2,163	70	123
Real Plaza	30	29	52	34	1	0	16	23	46	18	1	0
Digital	38	51	40	40	0	0	41	47	40	63	0	2
Total InRetail	9,797	10,361	2,102	3,694	87	92	11,431	11,676	2,238	4,202	109	182
	20,158		5,796		179		23,107		6,440		291	

Contratación por nivel de puesto

	2024					
	Senior Management		Middle Management		Junior Management	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
SPSA	0	0	28	27	25	19
IR Pharma	3	2	17	14	49	38
Real Plaza	1	0	4	0	7	2
Digital	0	1	4	4	13	6
Total InRetail	4	3	53	45	94	65

Volumen de negocio medio anual y rotación voluntaria

Rotación media anual		
2021	Rotación total	40.12%
	Rotación voluntaria	29.83%
2022	Rotación total	43.07%
	Rotación voluntaria	28.04%
2023	Rotación total	57.70%
	Rotación voluntaria	39.27%
2024	Rotación total	45.77%

Rotación media anual		
	Rotación voluntaria	28.54%

Rotaciones medias anuales por género y rango de edad

	2024					
	Número de empleados <30 años		Número de empleados entre 30 y 50 años		Número de empleados >50 años	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
SPSA	95.38%	93.46%	45.79%	40.78%	23.24%	14.25%
QS	185.43%	144.69%	121.73%	80.06%	81.77%	33.10%
FP	81.21%	49.86%	41.13%	27.66%	19.69%	12.51%
Real Plaza	30.56%	26.88%	23.93%	18.00%	40.86%	45.00%
XP	25.21%	56.38%	26.32%	22.13%	0.00%	0.00%
AGO	26.19%	13.47%	19.55%	17.97%	5.56%	12.50%
Total InRetail	95.00%	74.00%	47.34%	31.84%	24.85%	13.50%
%	83.18%		36.82%		17.31%	

Rotaciones anuales medias por género y nivel

	2024					
	Senior Management		Middle Management		Junior Management	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
SPSA	25.00%	0.00%	15.58%	12.73%	23.23%	19.01%
QS	0.00%	0.00%	120.42%	162.50%	66.47%	16.41%
FAPE	17.42%	0.00%	13.54%	10.79%	21.50%	17.89%
Real Plaza	0.00%	0.00%	14.81%	0.00%	23.92%	19.42%
XP	0.00%	0.00%	0%	0.00%	17.80%	9.09%
IR	0.00%	0.00%	10.53%	16.03%	27.15%	25.42%
Total InRetail	13.79%	0.00%	15.78%	12.55%	24.62%	19.35%
%	9.76%		14.52%		21.98%	

Satisfacción de los empleados por unidad de negocio

Satisfacción de los empleados por unidad de negocio			
Unidad de negocio	2022	2023	2024
Food Retail	85%	82%	83%
Pharma Retail y Distribución	78%	74%	77%
Shopping Malls	94%	91%	92%
Digital	91%	90%	89%

Resultados y objetivo medio de satisfacción de los empleados

Resultados y objetivo de satisfacción media de los empleados			
Indicador	2022	2023	2024
Resultado de la encuesta sobre el clima (media)	87%	84%	82%
Objetivo	85%	85%	85%
Participación	90.8%	93.5%	97%
Empresas consideradas	Todas las empresas de InRetail, Perú Corp., incluida Digital	All InRetail, Perú Corp., incluyendo Digital	All InRetail, Perú Corp., incluyendo Digital

Prestaciones por maternidad y paternidad por sexo

Prestaciones parentales por género	2024	
	Mujer	Hombres
Número total de empleados con derecho a permiso parental, por sexo.	889	31
Número total de empleados que se acogieron al permiso parental, por sexo.	889	31

Número total de empleados que se reincorporaron al trabajo tras el permiso parental y seguían empleados 12 meses después, por sexo.	693	29
Tasas de reincorporación y retención de los empleados que se acogieron a un permiso parental, por sexo.	100	100

Formación y desarrollo

Horas por FTE dedicadas a formación y desarrollo.			
Género	2022	2023	2024
Masculino	16.18	16.31	22.60
Mujer	28.44	17.98	20.05

Formación por unidad de negocio	2023			2024		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Food Retail	12,303	11,495	23,798	12,225	11,483	23,708
Pharma Retail y Distribución	5,881	18,903	24,784	5,247	17,154	22,401
Shopping Malls	317	210	527	312	208	520
Digital	203	244	447	203	244	447
Total	18,704	30,852	49,556	17,985	29,081	47,066

Total de horas de formación por unidad de negocio y total			
Unidad de negocio	2022	2023	2024
Food Retail	630,905	737,494	639,411
Pharma Retail y Distribución	482,612	524,426	326,766
Shopping Malls	5,674	11,157.5	3,347
Digital	-	16,426	3,261
Total	1,119,190	1,289,503	972,875.98

Formación por nivel directivo					
Nivel	Food Retail	Pharma Retail y Distribución	Shopping Malls	Digital	Total InRetail
Junior (supervisor, coordinador)	192	290	59	59	60
Medio (jefe, asistente, gerente)	330	99	47	38	514
Ejecutivo (gerente y director)	9	19	7	11	46

Comités de OHS

En el sector farmacéutico contamos con cinco comités de salud y seguridad en el trabajo para diferentes empresas:

1. **Boticas IP SAC:**
 - **Número de comités:** 12
 - **Periodo:** 2023 - 2025
2. **Mifarma SAC:**
 - **Número de comités:** 12
 - **Periodo:** 2025 - 2027
3. **Jorsa de la Selva SAC**
 - **Número de comités:** 04
 - **Periodo:** 2023 - 2025
4. **Farmacias Peruanas SAC:**
 - **Número de comités:** 12
 - **Periodo:** 2024 - 2026
5. **Química Suiza SAC:**
 - **Número de comités:** 8
 - **Periodo:** 2025 - 2027

Campañas de concienciación sobre la igualdad de género en el sector farmacéutico

1. Campaña del Día Internacional de la Mujer (8M):

- Objetivo: Destacar y reconocer el liderazgo y las contribuciones de las mujeres en FAPE, promoviendo su empoderamiento y reconociendo su papel clave en el desarrollo y el éxito de la empresa.

2. Campaña «Alza tu voz» (25N):

- Objetivo: Sensibilizar e informar sobre la violencia contra las mujeres, compartir información sobre canales de ayuda y medidas de prevención, y comprometer a los empleados en la lucha contra la violencia hacia las mujeres. Esta campaña se desarrolló del 7 de noviembre al 6 de diciembre e incluyó el lanzamiento de la encuesta de la campaña ELSA.

3. Campaña contra el acoso callejero (L'Oréal):

- Objetivo: En el marco del Plan de Negocio Conjunto Verde firmado con L'Oréal, nos sumamos a su campaña 25N, una iniciativa destinada a combatir el acoso callejero. La campaña incluyó la participación en las redes sociales y dos sesiones de formación, con 221 participantes de Boticas y un índice de satisfacción del 66% (NPS).

4. Campaña de prevención del acoso laboral (27 de febrero):

- Objetivo: Sensibilizar y educar sobre la importancia de prevenir el acoso sexual en el lugar de trabajo mediante la difusión de información clara sobre políticas, canales de denuncia y acciones para garantizar un entorno de trabajo seguro y respetuoso. La campaña incluyó la iniciativa «Espacios libres de acoso callejero» de ELSA, que dio como resultado un índice de prevención del 95.3 % (+2,7% en comparación con 2023), con la participación de 2698 encuestados (muestra mínima de 377).

5. Campaña #NoEstásSolo:

- Objetivo: Identificar y denunciar actos de acoso sexual en el lugar de trabajo utilizando los casos prácticos de ELSA y promover el canal de denuncia Conética. La campaña alcanzó un índice de satisfacción del 92,5% e incluyó sesiones de formación con un índice de satisfacción medio del 93%, en las que participaron 121 Boticas.

6. Campaña #HablemosSinExcusas (agosto):

- Objetivo: reforzar la postura de tolerancia cero de la empresa frente al acoso y sensibilizar sobre el acoso sexual en el lugar de trabajo, al tiempo que se promueve Conética como canal de denuncia. La campaña alcanzó un índice de satisfacción del 92%.

7. Campaña #HablemosSinExcusas 2 (septiembre y octubre):

- Objetivo: Identificar, actuar y establecer normas contra el acoso sexual en el lugar de trabajo y prepararse para la encuesta ELSA 2024. La campaña incluyó talleres para 140 Boticas, 311 comerciales y administrativos y 96 proveedores (Simposio IRP). También se distribuyó un Manual de Prevención para Líderes, que alcanzó un índice de satisfacción del 92%.

8. Encuesta PULSO 2024:

- Objetivo: Evaluar la percepción de los empleados sobre la seguridad y el bienestar emocional en el lugar de trabajo.

Del 1 al 21 de agosto de 2024, se realizó una encuesta a 15,677 participantes (tasa de respuesta del 80,88 %) de Inkafarma, Mifarma y Farmacias Peruanas. Los resultados mostraron que el 51% de los encuestados pertenecía a Inkafarma, el 39% a Mifarma y el 10% a Farmacias Peruanas. Los índices de satisfacción general con el clima y el liderazgo fueron del 82% y del 84%, respectivamente.

Salud y seguridad en el trabajo

Tasa de Frecuencia de Accidentes en tiempo perdido (LTIFR) - Empleados			
Unidades de negocio	2022	2023	2024
Food Retail	2.83	1.97	1.48
Pharama Retail – Química Suiza	3.40	5.96	3.76
Pharma Retail – Farmacias Peruanas	0.80	1.36	0.89

Shopping Malls	4.25	2.21	3.56
Promedio InRetail	2.80	2.88	1.28
Cobertura basada en los ingresos	100%	100%	100%

Tasa de Frecuencia de Accidentes en tiempo perdido (LTIFR) - Contratistas			
Unidades de negocio	2022	2023	2024
Food Retail	14.5	3.40	5.54
Pharama Retail – Química Suiza	0	0.20	0
Pharma Retail – Farmacias Peruanas	0	0	0.88
Shopping Malls	3.95	11.01	8.20
Promedio InRetail	4.62	3.65	2.69
Cobertura	100%	100%	100%

Fatalidades - Empleados			
Unidad de negocio	2022	2023	2024
Food Retail	0	0	0
Pharama Retail y Distribución	0	0	0
Shopping Malls	0	0	0
Total InRetail	0	0	0

Fatalidades - Contratistas			
Unidad de negocio	2022	2023	2024
Food Retail	0	0	0
Pharama Retail y Distribución	0	0	0

Shopping Malls	0	0	0
Total InRetail	0	0	0

Proveedores por tipo						
Unidad de negocio	2022		2023		2024	
	Comercial	No comercial	Comercial	No Comercial	Comercial	No Comercial
Food Retail	2,590	1,485	2,654	1,496	2,652	1,666
Pharama Retail y Distribución	544	2,458	598	1,670	540	1,553
Shopping Malls	0	1,014	0	1,173	0	1,306
Total	3,134	4,957	3,252	4,339	3,192	4,525
Participación	39%	61%	43%	57%	41	59

Proveedores por origen						
Unidad de negocio	2022		2023		2024	
	Nacional	Internacional	Nacional	Internacional	Nacional	Internacional
Food Retail	3,286	789	3,351	799	3,531	787
Pharama Retail y Distribución	2,753	249	2,104	164	1,918	175
Shopping Malls	991	23	1,147	26	1,285	21
Total	7,030	1,061	6,602	989	6,734	983
Participación	87	13	87	13	87	13

Planeta

Logros en la huella de carbono

El detalle por unidad de negocio es el siguiente:

Ámbito	Unidad de negocio	2022 tCO _{2e}	2023 tCO _{2e}	2024 tCO _{2e}	Objetivo para 2024
Alcance 1	Food Retail	33,845.6	71,791.0	59,623.9	70,926.2
	Pharma - QS	189.7	143.9	268.2	
	Pharma - FP	28	2,611.0	2,686.3	
	Shopping Malls	74	113.26	162.0	
	Subtotal	34,138.9	74,659.19	62,740.44	
Alcance 2	Food Retail	46,937.7	58,974.00	44,481.3	80,932.8
	Pharma - QS	832.5	924.40	677.4	
	Pharma - FP	7,935.1	11,512.80	8,688.7	
	Shopping Malls	10,018.2	13,781.2	9,223.8	
	Subtotal	65,723.50	85,192.40	63,071.16	
Ámbito 3	Food Retail	3,724,857.23	3,666,951.63	3,692,082.5	4,108,348.7
	Pharma - QS	78,704.22	51,888.90	35,036.4	
	Pharma - FP	384,493.00	302,173.20	268,873.7	
	Shopping Malls	25,059.14	33,830.20	32,036.8	
	Subtotal	4,188,054.45	4,054,843.93	4,028,029.52	

Consumo energético

Energía total consumida	Unidad	2022	2023	2024
Combustibles no renovables adquiridos y consumidos	MWh	48,926	87,878	10,863.6
Food Retail	MWh	48,547	87,525	10,501.4
Pharma Retail y Distribución	MWh	95	116	36.6

Shopping Malls	MWh	284	237	325.6
Energía eléctrica no renovable comprada	MWh	143,347	183,853	126,157.0
Food Retail	MWh	103,685	128,635	104,284.5
Pharma Retail y Distribución	MWh	19,321	27,057	21,856.3
Shopping Malls	MWh	20,341	28,161	16.3
Total de energía renovable adquirida	MWh	174,125	205,973	188,841.8
Food Retail	MWh	130,532	147,347	156,101.2
Pharma Retail y Distribución	MWh	24,299	31,145	32,716.2
Shopping Malls	MWh	19,195	25,776	24.3
Total de energía renovable generada	MWh	164	228	128.6
Food Retail	MWh	164	228	128.6
Pharma Retail y Distribución	MWh	0	0	0
Shopping Malls	MWh	0	0	0
Total de energía renovable consumida	MWh	174,387	204,496	188,970.4
Total de energía no renovable consumida	MWh	192,273	271,731	137,020.6
Energía total consumida	MWh	366,562	476,227	325,991.1

Consumo de agua

Consumo total de agua

Consumo total de agua	Unidad	2022	2023	2024
Food Retail	m3	713,964.4	728,741.4	760,511.1
Pharma Retail y Distribución	m3	358,009.6	488,991.3	610,634.35
Shopping Malls	m	945,260.4	1,018,812.9	1,042,013.1
Total	m3	2,017,234.4	2,236,544.7	2,313,427.20

Generación de residuos

Disposición de residuos

Disposición de residuos	Unidad	2022	2023	2024
Total de residuos generados	Toneladas	13,171.0	15,646.8	20,835.3
Food Retail	Toneladas	10,825.5	13,473.1	15,667.0
Distribución farmacéutica	Toneladas	1,881.3	825.1	947.3
Shopping Malls	Toneladas	464.2	1,348.7	4,221.0
Total de residuos reciclados	Toneladas	9,767.0	10,691.8	14,776.7
Venta al por menor de alimentos	Toneladas	7,817.7	9,725.4	12,122.0
Pharma Retail y Distribución	Toneladas	1,782.6	536.6	656.7
Shopping Malls	Toneladas	166.7	429.8	1,998.0
Total de residuos depositados en vertederos	Toneladas	3,404.0	4,964.9	6,058.6
Food Retail	Toneladas	3,007.8	3,747.6	3,545.0
Pharma Retail y Distribución	Toneladas	98.7	298.4	290.6
Shopping Malls	Toneladas	297.5	918.9	2,223.0

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 lo tanto, 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 eliminación del producto al final de su vida útil. Vemos una oportunidad para innovar basándonos en estrategias de economía circular y el uso de buenos productos dentro de la empresa.

La gestión eficaz de los residuos no es solo una responsabilidad, sino también un imperativo estratégico para el negocio. Al reducir los residuos, disminuimos nuestros costes operativos, mejoramos la eficiencia de los recursos y reducimos la huella medioambiental de nuestros productos y servicios. Esto nos posiciona como líderes en sostenibilidad dentro de

nuestro sector, mejorando la reputación de nuestra marca y satisfaciendo las crecientes expectativas de nuestros clientes y partes interesadas en cuanto a prácticas responsables con el medio ambiente.

Estrategia empresarial:

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 correcta gestión de los residuos generados, garantizando su máxima reutilización.

Durante 2024, los planes de residuos en la Food Retail incluyeron el residuo cero en los centros de fabricación, la logística inversa (Recicla Mass) e iniciativas de economía circular como Lombriz feliz y Recicla consciente.

Para más información sobre otras iniciativas, consulte el capítulo PLANET.

Objetivo para 2026: Reducir y reciclar el 75% de los residuos generados en las operaciones de todas las unidades de negocio.

Progreso del objetivo: se recicla el 71% de los residuos, lo que supone un aumento del 3% con respecto al 68% de 2023.

Proveedores ESG

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

Caso práctico:

La relación y el desarrollo de nuestros proveedores son aspectos fundamentales de nuestro negocio, ya que afectan directamente a la variedad, la calidad y los costes de nuestros productos y servicios. Mantener un diálogo abierto con nuestros proveedores y promover una gestión responsable y sostenible de los mismos nos permite gestionar los riesgos tradicionales y no tradicionales (ESG) y crear mejores procesos. La ventaja clave de unas relaciones sólidas y saludables con los proveedores es que podemos obtener un mayor valor para nuestro negocio vendiendo más, reduciendo los riesgos, aumentando la variedad y mejorando la calidad y los procesos.

Estrategia empresarial:

Gestionamos nuestros riesgos ESG potenciales en la cadena de suministro incorporando 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 de proveedores ESG, que se ha ido implantando gradualmente a lo largo de los años para los proveedores antiguos y es obligatoria para los nuevos. En 2024, desarrollamos una nueva metodología para nuestra Cadena de Suministro Responsable 2.0, estructurada en torno a cuatro frentes de acción clave: identificación de proveedores ESG críticos, evaluación de proveedores, formación y reconocimiento.

Objetivo para 2026: el 100% de los proveedores críticos cumplen las normas ESG.

Progreso en 2024: el 11% de los proveedores críticos han sido evaluados según criterios ESG. En 2023 era el 20%. Este descenso se debe a un cambio en la metodología y la clasificación de los proveedores críticos.

Salud, nutrición y vida saludable

Argumento comercial:

Desarrollar y ampliar líneas de productos que promuevan estilos de vida saludables no es solo una responsabilidad corporativa, sino un motor estratégico de crecimiento. Permite la rentabilidad y la diferenciación a través de ofertas premium centradas en la salud que satisfacen la creciente demanda de los consumidores. También actúa como estrategia

de mitigación de riesgos, alineándose con tendencias como los alimentos funcionales y las dietas basadas en plantas, al tiempo que se prepara para nuevos requisitos normativos, como las leyes de etiquetado. Y lo que es más importante, crea valor a largo plazo para los accionistas al reforzar la reputación de la marca y la lealtad de los consumidores en un mercado cada vez más consciente de la salud.

Estrategia empresarial:

Hemos implementado una Política Corporativa de Salud y Nutrición integral en todas nuestras operaciones alimentarias, farmacéuticas y de marca propia para impulsar la innovación responsable y promover estilos de vida más saludables. Nuestra estrategia se centra en diversificar la oferta para satisfacer una variedad de necesidades nutricionales, colaborar con los proveedores para lograr un desarrollo basado en la calidad y la ciencia, y promover la transparencia a través de una comunicación clara, iniciativas educativas y la divulgación estandarizada de los nutrientes. Adoptamos un enfoque proactivo en materia de marketing responsable, control de las raciones y colocación de los productos, garantizando la accesibilidad y desalentando el consumo excesivo. Como parte de nuestro compromiso con la mejora continua, supervisamos y mejoramos activamente la composición nutricional de nuestra cartera, realizando un seguimiento de indicadores como el porcentaje de productos sin gluten, alérgenos comunes, lactosa o azúcares añadidos.

Objetivo para 2026: Alcanzar el 80% de los ingresos anuales con productos de marca propia saludables.

Progreso: En 2024, la cuota de ingresos de los productos con mayor valor nutricional, como los que contienen vitaminas esenciales, minerales, fibra o fitoquímicos, fue del 39%, lo que supone un aumento del 19% con respecto a 2023. En 2024 se alcanzó el 80.7% de los ingresos procedentes de productos de marca propia saludables.

Métricas de materialidad del 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 mipymes en nuestra cadena de valor son un ejemplo de las iniciativas que desarrollamos en mercados desatendidos, por ejemplo, Perú Pasión. Nuestro programa ofrece a las pymes la oportunidad de acceder a un mercado más amplio, contribuir a su desarrollo, aumentar su productividad y apoyar su competitividad a largo plazo. Además, el programa puede conducir a la creación de más puestos de trabajo locales, reduciendo las tasas de desempleo y proporcionando oportunidades de subsistencia a las personas de la comunidad, además de ofrecer productos para las poblaciones vulnerables y oportunidades para los emprendedores.

Métrica de resultados: 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 aumento de los productos de las pymes de Perú Pasión en las plataformas comerciales.

*Para más información, consulte el capítulo Proveedores y el Informe de Impacto INSPIRA 2024

https://www.linkedin.com/posts/inspira-peru_reporte-de-impacto-inspira-2024-activity-7341521104370311170-xbHb?utm_source=share&utm_medium=member_desktop&rcm=ACoAACFqh3wBXFewDNRZadkk0VOUX3A7_k-SpiE

Gestión de residuos

Gestión de residuos: comprender el origen de los residuos e identificar oportunidades para prevenirlos, al tiempo que se aprovechan para ayudar a nuestras comunidades.

La gestión de residuos es una tarea crucial, especialmente 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 el ahorro de los supermercados, sino que también puede tener un impacto positivo en la economía y la sociedad. Donar alimentos en lugar de desecharlos puede ayudar a combatir el hambre y la inseguridad alimentaria en la comunidad. Uno de nuestros proyectos más valiosos se centra en rescatar 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, especialmente para las poblaciones vulnerables, y la mejora de la salud pública al garantizar que más personas tengan acceso a los alimentos, entre otros.

Impacto medioambiental

Métrica de impacto: Número de raciones de alimentos (14.16 raciones)
Evaluación del impacto: Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.
Métrica de impacto: Toneladas de CO2 evitadas gracias a la donación de raciones de alimentos. (Hemos evitado la emisión de 90.12, lo que equivale a plantar más de 1,900 árboles) – Inspira 2024

Impacto social

Métrica de salida: Número de beneficiarios de los alimentos donados (más de 80,000 personas se benefician del programa de donación de alimentos "Bueno por Dentro").

Evaluación del impacto: Cambio en la calidad de vida de los beneficiarios al reducir su inseguridad alimentaria

- Un informe 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 más información, véase el capítulo sobre la comunidad y el informe de impacto INSPIRA 2024.
https://www.linkedin.com/posts/inspira-peru_reporte-de-impacto-inspira-2024-activity-7341521104370311170-xxbHb?utm_source=share&utm_medium=member_desktop&rcm=ACoAACFqh3wBXFewDNrZadkk0VOUX3A7_k-SpiE

Anexo III: Índice GRI

Declaración de uso	InRetail Perú Corp. ha presentado la información citada en este índice de contenido GRI para el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2023, utilizando como referencia los Estándares GRI.
GRI 1 Utilizado	Fundamentos 2021.

Norma GRI	Contenido	Ubicación - página
Contenido general: GRI 2: Contenido general GRI 2021		
GRI 2: La Organización	2-1 Detalles organizacionales	7-8
	2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	7-8
	2-3 Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	6
	2-4 Actualización de la información	NAP
	2-5 Verificación externa	6 -7
GRI 2: Actividades y trabajadores	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	9 - 10,12 - 13
	2-7 Empleados	6

Norma GRI	Contenido	Ubicación - página
	2-8 Trabajadores no empleados	62
GRI 2: Gobernanza	2-9 Estructura de gobernanza y composición	18 – 19, 22
	2-10 Designación y selección del máximo órgano de gobierno	20
	2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno	18 - 19
	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	6
	2-15 Conflictos de interés	34
	2-16 Comunicación de inquietudes y críticas	33
	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	48 - 49
	2-23 Compromisos y políticas	35, 48
	2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	35, 48
	2-25 Procesos para remediar los impactos negativos	35, 48
	2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	35
	2-27 Cumplimiento de la legislación y las normativas	18
	2-28 Afiliación a asociaciones	16 - 17
GRI 2: Participación de los grupos de interés	2-29 Enfoque de la participación de los grupos de interés	49
	2-30 Convenios de negociación colectiva	58
GRI 3: Temas materiales 2021		
GRI 3: Temas materiales 2021	3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	50 - 52
	3-2 Lista de temas materiales	5
	3-3 Gestión de los temas materiales	50 - 52
TEMA ECONÓMICO NORMA		
GRI 201 Desempeño económico		
GRI 202: Presencia en el mercado 2016	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	37
GRI 202 Presencia en el mercado		
GRI 202: Presencia en el mercado 2016	202-2 Proporción de altos directivos contratados en la comunidad local	NAP
GRI 204: Prácticas de abastecimiento		
GRI 204: Prácticas de abastecimiento 2016	204-1 Proporción de gastos en proveedores locales	104
GRI 205 Anticorrupción		

Norma GRI	Contenido	Ubicación - página
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	22 - 25, 31
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	33
	205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas adoptadas	34
GRI 206 Competencia desleal		
GRI 206: Competencia desleal 2016	206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	31 - 32
TEMA AMBIENTAL ESTÁNDAR		
GRI 302 Energía		
GRI 302: Energía 2016	302-1 Consumo energético dentro de la organización	124
	302-4 Reducción del consumo energético	124
GRI 303 Agua y efluentes		
GRI 3: Temas materiales 2021	303-3 Extracción de agua	125
	303-4 Vertido de agua	125
	303-5 Consumo de agua	125
GRI 305: Emisiones 2016	305-1 Emisiones directas de GEI (Alcance 1)	119 - 120
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	119 - 120
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (Alcance 3)	119 - 120
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI	119
GRI 306 Residuos		
GRI 306: Residuos 2020	306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	126 - 129
	306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	126 - 128
	306-3 Residuos generados	128 – 129
	306-4 Residuos no destinados a la eliminación	128 – 129
	306-5 Residuos destinados a la eliminación	128 – 129
GRI 308 Evaluación ambiental de proveedores		
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios ambientales	102 - 103
TEMAS SOCIALES		
GRI 401 Empleo		
GRI 401: Empleo 2016	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	71, 146
	401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	74 – 75
	401-3 Permiso parental	148 - 149
GRI 403 Salud y seguridad en el trabajo		

Norma GRI	Contenido	Ubicación - página
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018	403-1 Sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo	83 - 84
	403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	87 - 89
	403-3 Servicios de salud en el trabajo	74 - 75
	403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	90 - 91
	403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	90
	403-6 Fomento de la salud de los trabajadores	84 - 87
	403-7 Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados con las relaciones comerciales	91 - 92
	403-9 Lesiones por accidente laboral	151 - 152
GRI 404 Formación y enseñanza		
GRI 404: Formación y enseñanza 2016	404-1 Promedio de horas de formación al año por empleado	57
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	76 - 78
GRI 405 Diversidad e igualdad de oportunidades		
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	64
	405-2 Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y de hombres	64
GRI 406 No discriminación		
GRI 406: No discriminación 2016	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	58
GRI 407 Libertad de asociación y negociación colectiva		
GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva	407-1 Operaciones y proveedores en los que el derecho a la libertad de asociación y la negociación colectiva podría estar en riesgo	58
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	113 - 118
GRI 414 Evaluación social de los proveedores		
GRI 414: Evaluación social de los proveedores 2016	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	102 - 103
GRI 415 Política pública		
GRI 415: Política pública 2016	415-1 Contribución a partidos y/o representantes políticos	18
GRI 416 Salud y seguridad de los clientes		
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	96 - 100
GRI 417 Comercialización y etiquetado		
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016	417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	96

Norma GRI	Contenido	Ubicación - página
	417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	96
GRI 418 Privacidad de los clientes		
GRI 418: Privacidad del cliente 2016	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	34