



REPORTE DE SOSTENIBILIDAD COLOMBIA 2017

makro
su mejor aliado.



Contenido



	Pag.		Pag.
Mensaje de nuestro Presidente	4	3.3.3 Marketing y etiquetado	33
1. NUESTRA ORGANIZACIÓN	6	3.4 Nuestra responsabilidad con los proveedores	34
1.1 Quienes somos	6		
1.2 Gobierno corporativo	12	4. LAS PERSONAS: APOYAMOS A LAS PERSONAS PARA SER EL CAMBIO	38
		4.1 Gestión Humana	38
2. LA SOSTENIBILIDAD EN MAKRO	14	4.1.1 Gestión, capacitación y desarrollo del talento humano	39
2.1 La estrategia de sostenibilidad de Makro	14	4.1.2 Seguridad, Salud y Bienestar de nuestros colaboradores	46
2.2 Comunicación abierta y reporte	15	4.2 Programas Sociales	52
2.3 Materialidad	18		
2.4 Objetivos de Sostenibilidad 2018	20	5. NUESTRO PLANETA: HACEMOS MÁS CON MENOS	54
2.5 Nuestras cifras y resultados 2017	21	5.1 Nuestra Huella Ambiental y la Gestión eficiente de recursos	54
		5.1.1 Cumplimiento Ambiental	55
3. CREAMOS RELACIONES DE BENEFICIO MUTUO	22	5.1.2 Residuos	56
3.1 Desempeño Económico	22	5.1.3 Agua	62
3.2 Nuestros Clientes	25	5.1.4 Energía	64
3.2.1 Satisfacción y Fortalecimiento de nuestros clientes	25	5.1.5 Huella de Carbono	65
3.2.2 Salud y seguridad del consumidor (HACCP)	25	5.2. Edificios LEED	68
3.3. Nuestros productos	27		
3.3.1 Marcas Propias e Innovación sostenible	29	ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI	72
3.3.2. Calidad de los productos	32		





Mensaje de nuestro presidente

(102-10, 102-12, 102-14)

Para mí, como presidente de Makro Colombia, es un placer hacer la presentación del Informe de Sostenibilidad 2017, en el cual podrán encontrar los principales aspectos relevantes de nuestra operación y los avances que hemos logrado para alcanzar nuestros objetivos. Makro está en expansión y nuestras 3 nuevas tiendas – ubicadas en Bogotá (localidad de Puente Aranda), Cajicá y Floridablanca - son ejemplos claros de que la sostenibilidad soporta nuestra estrategia de negocio. Esos 3 proyectos fueron concebidos considerando los parámetros LEED¹, reconocidos internacionalmente por determinar los más altos estándares en diseño, construcción y operación sostenibles.

Siguiendo la política de sostenibilidad definida en 2015, en este año tenemos mucho que contarles. Este es nuestro cuarto ejercicio formal de reporte y, en esta ocasión, quisimos elaborar un informe de conformidad con los Estándares del Global Reporting Initiative - GRI en la opción Esencial, actualizándose a la versión vigente de esta metodología.

Continuamos enfocados en mantener un modelo de negocio que maximice el retorno para nuestros accionistas y reduzca al mínimo nuestro impacto ambiental, al mismo tiempo que actuamos responsablemente con nuestros clientes, proveedores, empleados y las comunidades que se ubican en nuestras áreas de influencia. Para eso, tenemos metas en cada una de las 3 áreas de la sostenibilidad (Planeta, Personas, Utilidad) y hemos avanzado sobre todas ellas.

Nuestros objetivos incluyen capacitar a la gente sobre sostenibilidad, apoyar a comunidades, reducir un 20% nuestra huella ambiental e influir positivamente en nuestra cadena de valor, a través de desarrollos conjuntos con proveedores y generación de ofertas eco-amigables para los clientes.

Me he dado cuenta de que la sostenibilidad implementada con convicción, llega directamente al corazón de la gente y que la mayoría de las personas están muy interesadas en aprender y contribuir a un mundo más sostenible. Por estas razones, puedo decir que, para Makro Colombia, ese será un factor importante en su modelo de negocio, nos traerá el más alto nivel de competitividad y será un gran estimulador para que nuestros proveedores, clientes y empleados trabajen con nosotros.

Estamos encantados de compartir nuestras mejores prácticas de sostenibilidad con todos nuestros públicos de interés, demostrando coherencia con los objetivos estratégicos y los valores corporativos de SHV: lealtad e integridad.

Enrique Guillermo Tonzó

1. Por sus siglas en inglés: Liderazgo en Energía y Diseño Ambiental, es el sistema de certificación de edificios ecológicos más utilizado en el mundo.



1.1. Quienes Somos

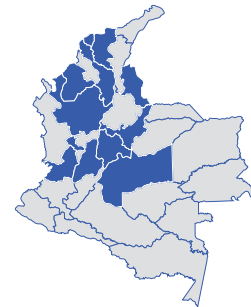
(102-1, 102-3, 102-6)

Makro Supermayorista S.A.S, es una compañía multinacional líder en la comercialización de productos alimenticios y no alimenticios dentro del formato “Pague y lleve” que en inglés se conoce como “cash and carry”², perteneciente al holding privado holandés Steenkolen Handels-Vereeniging, más conocido como SHV (Asociación de Comerciantes de Carbón), que cuenta con 7 compañías globales con presencia en 60 países y más de 60.000 empleados en el mundo.

Makro Supermayorista se ha consolidado en varios países de Sudamérica (Argentina, Brasil, Perú, Venezuela y Colombia), cuenta 163 tiendas a nivel regional, de las cuales 20 tiendas están ubicadas estratégicamente en Colombia, cuyas áreas de venta varían entre 4.000 y 9.000 metros cuadrados.

Nuestro cliente principal es el mercado institucional HORECA (Hoteles, Restaurantes, caterings, comercializadores de alimentos, instituciones públicas y privadas, industrias, etc), y aquellos consumidores individuales que se identifican con nuestro formato comercial.

En Colombia, la empresa está constituida con capital extranjero, bajo la estructura legal de sociedad anónima simplificada con sede principal en la ciudad de Bogotá.



Nuestra visión

Ser el líder regional y el más innovador aliado de los profesionales en alimentos, generándoles crecimiento para su negocio y entorno. Para alcanzar estos objetivos y fortalecer la propuesta de valor, Makro Colombia ha definido 6 pilares en los que se centrará en el medio plazo. Cada uno de los pilares tiene proyectos y metas de desarrollo y el progreso se mide sobre una base mensual. Los 6 pilares son:

- 1 Organización centrada en el cliente.
- 2 Excelencia comercial: Ventas y rendimiento económico.
- 3 Excelencia operacional y Logística.
- 4 Inversión en la gente.
- 5 Mantener la disciplina y reforzar el apoyo.
- 6 Expansión Estratégica.

Misión

Impulsar de manera sostenible el progreso de nuestra gente, aliados y entorno.

Propuesta de valor

Una solución omnicanal rápida, fácil y consistente del surtido correcto y de calidad, a un precio accesible.

Estrategia y método Makro Colombia

Adoptamos la estrategia del Holding que apunta a invertir en las personas que forman parte del equipo y al crecimiento con base en los resultados.

Para lograrlo ha puesto en funcionamiento un método que incluye seis desafíos fundamentales:



2. Formato de comercialización donde los minoristas profesionales o clientes institucionales, compran al mayorista en su tienda y ellos mismos lo transportan a sus negocios. De ahí surge el término “Cash and Carry” : (cash = efectivo/al contado, carry = llevar).

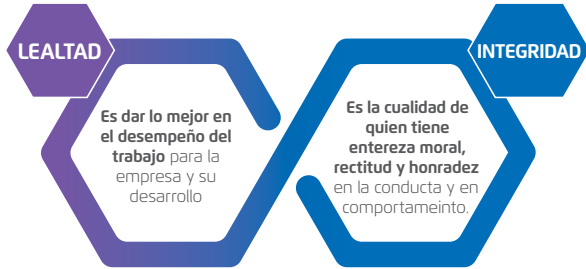
Ética en nuestras operaciones

(102-16)

Nuestros valores

Para nuestra organización, los valores corporativos y el cumplimiento de nuestras obligaciones legales se constituyen en la única forma de tener negocios sostenibles en el tiempo.

En Makro adherimos a los valores de SHV Holding: **Lealtad e Integridad.**



Estos son los pilares de nuestra filosofía empresarial cuyo objetivo es lograr el beneficio de accionistas, empleados y demás partes interesadas con las que nos relacionamos, contribuyendo siempre al bienestar de las sociedades donde operamos.

Ética y cumplimiento (102-17)



Para gestionar el tema ético dentro de Makro, se ha creado un área de ética y Cumplimiento, con una estructura que nos permite gestionar las particularidades de cada país, asegurándose de cumplir los lineamientos corporativos.

De esta forma, se logra unidad en las políticas del Holding y al mismo tiempo, hay un seguimiento y gestión adaptado a las necesidades propias de cada país.

Los instrumentos de Ética y cumplimiento que se fortalecieron en el año 2017, fueron:

- **Políticas de ética y cumplimiento:** Establecidas por nuestra casa Matriz y cuyo cumplimiento es obligatorio para todas las unidades de negocio del Grupo, incluido Makro.



- **Código de Ética:** Establece formalmente los compromisos básicos de operación aplicable a todos los funcionarios y vinculados a la compañía. Es conocido por todos los trabajadores de Makro y hace parte de las normas que les aplican en la realización de sus labores.
- **Entrenamiento y Difusión.** Con el fin de difundir e inaugurar el programa de “ética y cumplimiento” y recordar a todos los funcionarios nuestros valores y compromisos, se llevó a cabo la **Semana de ética y cumplimiento** entre el 16 y 20 de octubre de 2017. En la semana se realizaron actividades académicas, juegos y se generaron piezas comunicacionales para reforzar el conocimiento de los trabajadores sobre este tema.

Para dar inicio a la semana, se realizó la presentación en tiendas y oficina central de NORMA, la mascota creada para representar la figura de la ética en nuestro actuar. Los colaboradores vieron videos en los que los directivos reforzaban el compromiso de la organización con la ética como parte central de nuestras operaciones.

Durante la semana, se desarrollaron actividades como:

- Refuerzo de los valores compartidos de la compañía y discusión sobre cómo vivirlos;
 - Distribución de una copia del código de conducta a todos los empleados, que fueron invitados a hacer videos que tradujeran a la práctica los conceptos del documento;
 - Capacitaciones sobre cómo identificar fraudes y formas de reaccionar;
 - Charlas con los directivos, que presentaban su visión personal sobre el tema.
 - Canal de denuncias: Establecido desde el año 2015, al cual tienen acceso todos los funcionarios de la organización, así como aliados del negocio y terceros.
 - Speak Up es un alinea anónima que es gestionada por un proveedor independiente, quien direcciona los casos a los representantes de este tema en cada uno de los países, a través de los cuales se tramita y da cumplimiento a las directrices éticas de la compañía.
 - **Canal de denuncias:** Establecido desde el año 2015, al cual tienen acceso todos los funcionarios de la organización, así como aliados del negocio y terceros.
- Speak Up es un alinea anónima que es gestionada por un proveedor independiente, quien direcciona los casos a los representantes de este tema en cada uno de los países, a través de los cuales se tramita y da cumplimiento a las directrices éticas de la compañía.



Retos 2018

Para el próximo año publicaremos la política anti corrupción.

Se iniciará el diseño de los procedimientos que se requieran para dar cumplimiento a la política.

Se reforzarán las actividades de entrenamiento y difusión en ética y prevención de la corrupción a todo nivel.

En Makro Colombia adicionalmente contamos con dos comités que trabajan los temas éticos y de cumplimiento:

- **Comité Speak Up:** Se estableció en Colombia desde el año 2017 y se encarga de analizar cada caso denunciado y de estructurar los planes para superar la situación.
- **Comité de ética y Cumplimiento:** se encarga de revisar las denuncias o hechos relevantes que sucedan y a partir de estos, se tomen políticas y decisiones aplicables a cada unidad de negocio.

En la compañía también tenemos una herramienta interna que se denomina “Blueprint” y sirve para hacer los reportes en materia ética y de cumplimiento que se presentan a SHV.

Con el fin de abordar la gestión del tema ético desde una visión sistémica que permita el mejoramiento, el comité de ética y cumplimiento de Colombia lleva a cabo un análisis de eficacia de las medidas tomadas a nivel local. Así mismo, desde la casa matriz también se hace un análisis de eficacia y eficiencia en la atención de casos denunciados en el grupo, todo con el fin de hacer los ajustes que se requieran en el abordaje del tema ético y de cumplimiento a nivel internacional.

En 2017 el área de ética y Compliance no recibió ninguna denuncia de casos de corrupción.

Nuestro modelo de negocio: MAKRO es calidad, variedad y ahorro, todo en un solo lugar

En Makro garantizamos que el cliente profesional encuentre todo lo que su negocio necesita en un solo lugar, a precios competitivos, ahorrando tiempo y dinero. Para lograrlo contamos con un promedio de 7.000 referencias de productos en cada una de nuestras tiendas, en presentaciones exclusivas y una completa oferta de marcas propias (Aro, M&C, Ternez y otras) con estrictos procesos de calidad, garantizándole a nuestros clientes acceso a productos confiables, al mejor precio del mercado.

En nuestras tiendas encontrarán:

- **Alimentos:** Abarrotes, confitería, productos de aseo y cuidado personal, bebidas, productos manufacturados, entre otros.
- **Perecederos:** frutas, verduras, carnes, productos lácteos, refrigerados y congelados.
- **No alimentos:** productos como vajillas, accesorios para cocina institucional, desechables, equipos de refrigeración comercial, sillas, muebles de oficina, entre otros.

Nuestra cadena de valor

El modelo de Makro es ser un proveedor mayorista para los negocios en Colombia. Esto nos permite ser aliados de más de 1.300 proveedores directos (industria), logrando conectar sus productos con los clientes que por distancia no pueden atender y así tener un rol relevante en la distribución. También se relaciona con proveedores indirectos (agricultores), que nos proporcionan productos locales de calidad. Finalmente, por tener una posición estratégica en la cadena de valor, la empresa trabaja para influir positivamente en sus grupos de interés como son clientes (institucionales e individuales), entidades gubernamentales, ONGs y asociaciones.



Nuestros Números

Makro Colombia a es una organización que cuenta a 2017 con:

20 Tiendas presentes en 14 ciudades del país (102-6)

Ventas netas por **COP 1.102.000**

1824 empleados que nos ayudan todos los días a alcanzar nuestra misión y visión.

Capitalización:

Deuda: **COP 276.064.932**

Patrimonio **COP 313.269.211**

Premios y reconocimientos



Makro Colombia recibió un reconocimiento en Construverde, el foro internacional sobre diseño y construcción sostenible, por la certificación LEED Platino de la tienda Estación Poblado, ubicada en la ciudad de Medellín.



Makro recibió el premio de mejor proveedor de carnes rojas de la revista La Barra, enfocada en la gestión y negocios para restaurantes, hoteles y empresas del sector de la hospitalidad y la gastronomía. El premio es el resultado de una elección de diferentes restaurantes y caterings en Colombia. Es decir, de nuestros clientes.

1.2 Gobierno corporativo

Makro tiene un comité directivo responsable de definir la estrategia de la empresa y los planes de acción para lograr su éxito. En las reuniones quincenales, también son revisados los estados de avance de esos planes y se toman las decisiones requeridas para que Makro siga progresando.

Este comité está compuesto por el presidente (CEO) de la compañía y el comité de directores de las áreas funcionales que la integran. De igual forma, este comité reporta a la junta directiva (EBD) del Grupo Makro, la estructura regional que coordina todas las operaciones en Sudamérica. El EBD del Grupo está integrado por un presidente (CEO), director financiero (CFO), director de recursos humanos (CPO) y el director de sistemas (CTO).

Otros comités que tienen reuniones periódicas y hacen parte de nuestra estructura de gobierno son: comité de auditoría interna, comité de ética y cumplimiento, comité SpeakUp, comité comercial, comité de emergencias, el comité de sostenibilidad y el comité de expansión, cada uno de ellos con objetivos claros para tratar temas importantes para el crecimiento de nuestro negocio.



Nuestros Impactos, Riesgos y Oportunidades (102-11 ,102-15)

Makro cuenta con una herramienta de evaluación de riesgos denominada Estructura de Soporte del Negocio (BSF por sus siglas en inglés). Ésta permite evaluar cómo es el desempeño de la compañía, por medio de mecanismos de medición, aprendizaje y adaptación enfocarse en los objetivos planteados y aprovechando las oportunidades de crecimiento y desarrollo del negocio.

Las áreas evaluadas por la casa matriz son: Cultura SHV, Asignación de capital, Liderazgo & Desarrollo y Monitoreo & Vigilancia. Para realizar dicha evaluación, fueron definidos 30 controles distintos. Además, con base en los riesgos locales de la operación de Makro, se definieron 46 controles adicionales.

En 2017, Makro Colombia realizó una Gestión Estratégica de Riesgos (ERM) que le permitió identificar, analizar, evaluar, tratar y monitorear sus riesgos estratégicos, considerando la estrategia definida para el periodo evaluado. La metodología utilizada para este ejercicio empleó la herramienta RAPID (Risk Assessment, Probability and Impact Diagnostic). Se analizaron 17 riesgos estratégicos distribuidos en 9 áreas que cubren las tres dimensiones del desarrollo: Económica y de negocio; medioambiental y social.

El chequeo sobre los controles se realiza semestralmente. El resultado de la última valoración realizada en 2017 evidenció nuevos retos para 2018 que nos permiten mantener un enfoque cíclico de mejoramiento. Entre los nuevos desafíos que abordaremos se encuentra por ejemplo: la necesidad de una política general de Recursos Humanos que aborde todos los temas en esta materia; establecer una evaluación de riesgos formal sobre terceros con los cuales nos relacionamos y continuar fortaleciendo los esquemas de control de precios y márgenes de venta, entre otros puntos.

En general, las herramientas internas de control, como el BSF, le permiten a Makro actuar evitando que se emprendan acciones que puedan tener impactos negativos en la continuidad del negocio.





2 LA SOSTENIBILIDAD EN MAKRO

2.1 La estrategia de sostenibilidad de Makro

Política

La naturaleza de los negocios de SHV conecta a la compañía con las sociedades donde opera. Por más de 120 años, su estrategia se construye sobre su ADN único y su filosofía corporativa, que es invertir en las personas, enfocado en el crecimiento continuo y el compromiso de crear una cultura donde la innovación lidera la creación de valor sustentable a largo plazo.

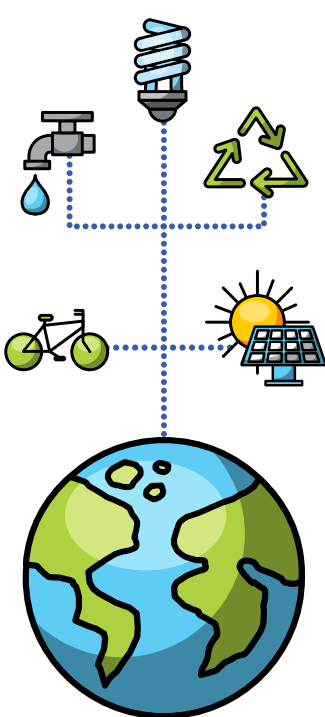
En Makro Colombia, compartimos esta filosofía y creemos firmemente que hacer negocios de manera sostenible se trata de hacer las cosas mejor, creando la diferencia. Es por eso que innovación es la clave para nuestro éxito en el futuro. Nuestra ambición es desarrollar procesos, procedimientos y productos nuevos e innovadores que concretarán beneficios para nuestro negocio, comunidad y medio ambiente. Nuestra posición estratégica en la cadena de valor nos permite hacer eso al hacer sinergias con las partes interesadas para lograr impactos positivos en materia de sostenibilidad.

Responsabilidad y compromiso con el futuro.

Nuestra Visión de Sostenibilidad

Responsabilidad y compromiso con el futuro.

Makro será reconocido por sus colaboradores, proveedores, clientes y socios como una compañía responsable del impacto generado por su operación y comprometida con un futuro mejor para las actuales y próximas generaciones.



Nuestra Misión de Sostenibilidad

Buscar nuevas oportunidades para desarrollar nuestro negocio y generar influencia positiva en la cadena de valor, a través del uso eficiente de los recursos disponibles, con el fin de reducir el impacto de nuestras operaciones y contribuir a la estabilidad del planeta, ahora y en el futuro.

Esto lo logramos basándonos en los tres pilares de la sostenibilidad (personas, planeta y utilidad) que se convierten en nuestro compromiso.

Nuestro Compromiso

Buscaremos continuamente nuevas oportunidades para asegurar que estamos generando un impacto positivo en los tres pilares de la sostenibilidad y la innovación:

PERSONAS

PERMITIR A LAS PERSONAS SER EL CAMBIO

PLANETA

HACER MÁS CON MENOS

UTILIDAD

CREAR RELACIONES DE BENEFICIO MUTUO

Nuestros Principios

La búsqueda de altos niveles de sostenibilidad en nuestro negocio, dará paso a la innovación: productos innovadores, procesos, infraestructura, desarrollo de personas y servicio al cliente. Cualquier idea nueva que busque cambiar la forma en que hacemos negocios, debe considerar el impacto en las personas, el planeta y los resultados.

2.2 Comunicación abierta y reporte

Makro entiende que escuchar a sus colaboradores, clientes, proveedores y otros grupos de interés con los cuales interactúa, le ayuda a construir una estrategia más fuerte y viable porque puede alinear sus planes de negocio para generar valor positivo a sus partes interesadas. Además, tener una comunicación abierta hace parte de una empresa moderna, ética y que quiere mantener la transparencia en su actuar.

Como parte del compromiso de la compañía por tener una comunicación abierta, en 2015 se realizó la consulta a los grupos de interés, por medio de la cual se identificaron los aspectos clave que la compañía debía trabajar para el mediano y largo plazo. A partir de ese proceso internamente se diseñó la estrategia de sostenibilidad para gestionar los temas relevantes y se inició el reporte sobre estos aspectos que le permite a los interesados verificar la forma como opera la compañía y su relación con los asuntos sociales, ambientales y económicos.

Sobre este informe

Este es el cuarto informe anual que da continuidad al reporte de Sostenibilidad 2016. Cubre las operaciones de Makro en Colombia en el período de Enero a Diciembre de 2017 y mantiene la frecuencia de reporte que se ha establecido por la compañía³.

Este informe se ha elaborado de conformidad con la opción Esencial de los Estándares GRI (Global Reporting Initiative⁴ con lo que se da un cambio y ampliación de algunos de los contenidos para dar cumplimiento con esta opción de reporte. Adicionalmente, con el ánimo de generar una mayor apropiación de nuestro modelo de sostenibilidad que abarca las tres dimensiones del desarrollo: social, ambiental y económica, hemos reorganizado la presentación del reporte en función de nuestros tres pilares de la sostenibilidad y de nuestros temas materiales.

El presente informe de sostenibilidad no fue verificado externamente, pero para asegurar su confiabilidad, se llevó a cabo un proceso de recolección y análisis de información riguroso siguiendo las directrices y principios establecidas por el GRI. También contó con la validación del presidente y los directivos de la Compañía, quienes junto al responsable del área de Sostenibilidad se aseguraron de reportar los temas materiales identificados por Makro Colombia.

En caso de dudas sobre este reporte, los lectores pueden comunicarse con el área de Sostenibilidad en Makro Colombia al correo: daniel.arenas@makro.com.co o llamar a la Oficina de Soporte a Tiendas (OST) de Makro Colombia al (1) 6781616 y solicitar al responsable del área de sostenibilidad.



3. Se reporta una vez al año, durante el segundo trimestre de cada año calendario.
4. La Iniciativa de Reporte Global o Global Reporting Initiative (inglés) es una institución independiente que creó el primer estándar mundial de lineamientos para la elaboración de memorias de sostenibilidad de aquellas compañías que desean evaluar su desempeño económico, ambiental y social.

Relacionamiento con grupos de interés

Los grupos de interés con los que se relaciona Makro Colombia abarcan empleados, proveedores, clientes, Organizaciones No Gubernamentales (ONGs),y otros socios de negocio.

Con cada uno de ellos Makro interactúa a través de las áreas correspondientes, con el fin de que puedan presentar sus inquietudes, sugerencias e ideas, siendo escuchados y atendidos.

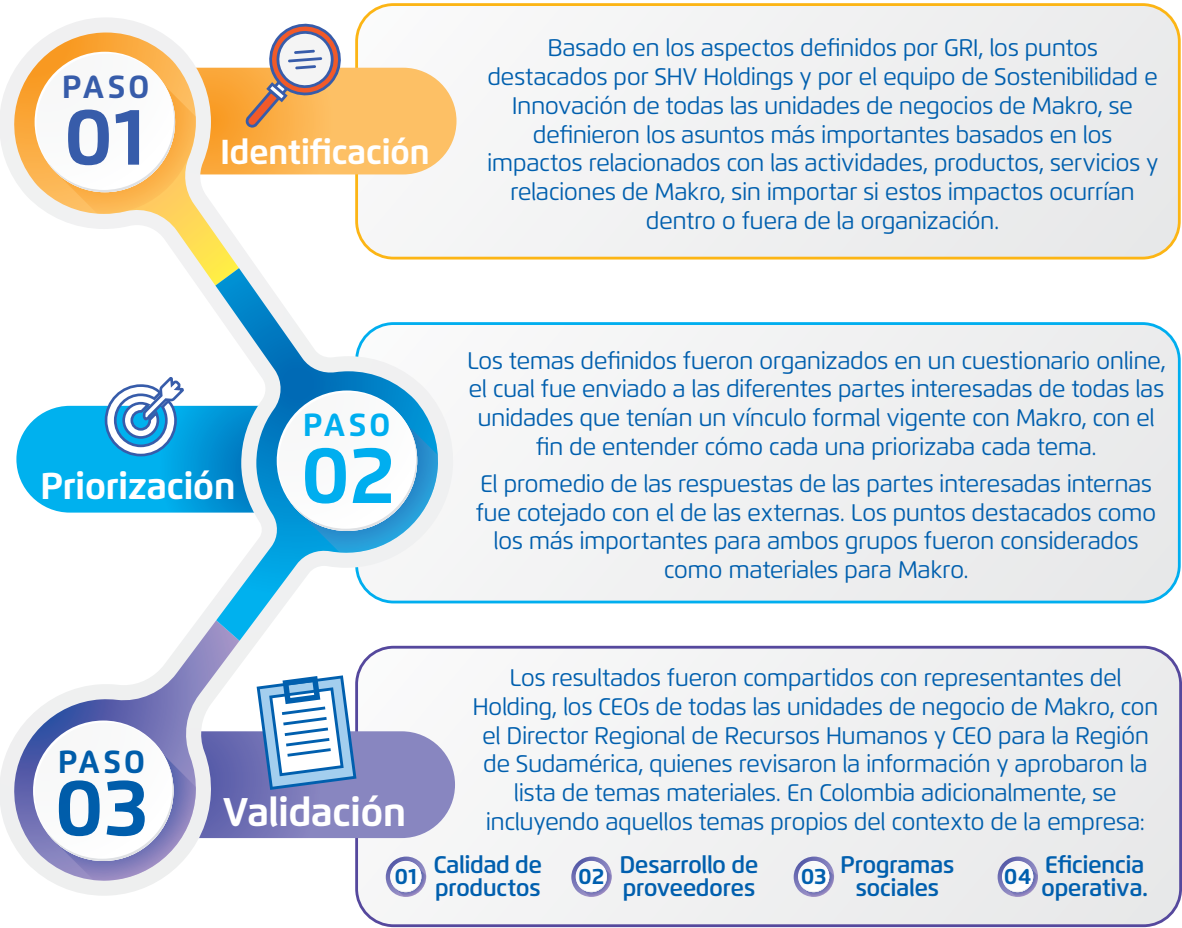
Formalmente contamos con los siguientes mecanismos de comunicación con los grupos de interés:

GRUPO DE INTERÉS DE MAKRO	CANAL DE COMUNICACIÓN O MEDIO DE CONTACTO	FRECUENCIA
Colaboradores (Oficina central y tiendas)	Correo Electrónico (Mailing)	Permanente
	Conversatorios con Top Management	Semanales
	Reuniones con gerentes de Tiendas	Semanales
	Evaluación de desempeño	Trimestral
	Estudio de Clima Laboral	Anual
	Speak Up (Línea ética)	Permanente
	Skype (Chat interno)	Permanente
	Evento de integración	Anual
	Actividad solidaria en navidad	Anual
	Activaciones, talleres y otros eventos internos	Permanente
Clientes	Sitio web	Permanente
	Preguntas, quejas y reclamos (PQRs)	Permanente
	Redes sociales	Permanente
	Visita de RDC's (Representantes de desarrollo de clientes)	Por solicitud o requerimiento
	Comunicación telefónica - TeleMakro	Permanente
	SAC (Servicio de atención al cliente)	Permanente
	Grupos Focales	Semestral
	Estudios de satisfacción, entrevistas y focus Group (NPS-Net promoter Score)	Trimestrales
	Feria Horeca (Extravaganza)	Anual
	Programas de capacitación	Trimestrales
Proveedores	Reuniones Presenciales	Mensuales
	Correo Electrónico (Mailing)	Permanente
	Auditorías	Anuales
	Evento de Proveedores	Anual
ONG- Comunidad	Correo Electrónico (Mailing)	Eventual
	Reuniones Presenciales	Eventual
	Eventos	Eventual
Otros socios del negocio	Reuniones Presenciales	Permanente
	Correo Electrónico (Mailing)	Permanente

2.3. Materialidad

En Makro Colombia se llevó a cabo un primer ejercicio de análisis de Materialidad en 2014 con la asesoría de una firma especializada, donde se analizaron insumos de diversas fuentes internas y externas. De ese resultado surgió una lista de temas materiales que sirvió de base para el reporte de sostenibilidad 2015. Posteriormente, en 2015 se hizo el primer Análisis de Materialidad para el Grupo Makro, lo que permitió revisar y actualizar la materialidad de Colombia unificándola con el Grupo en la región.

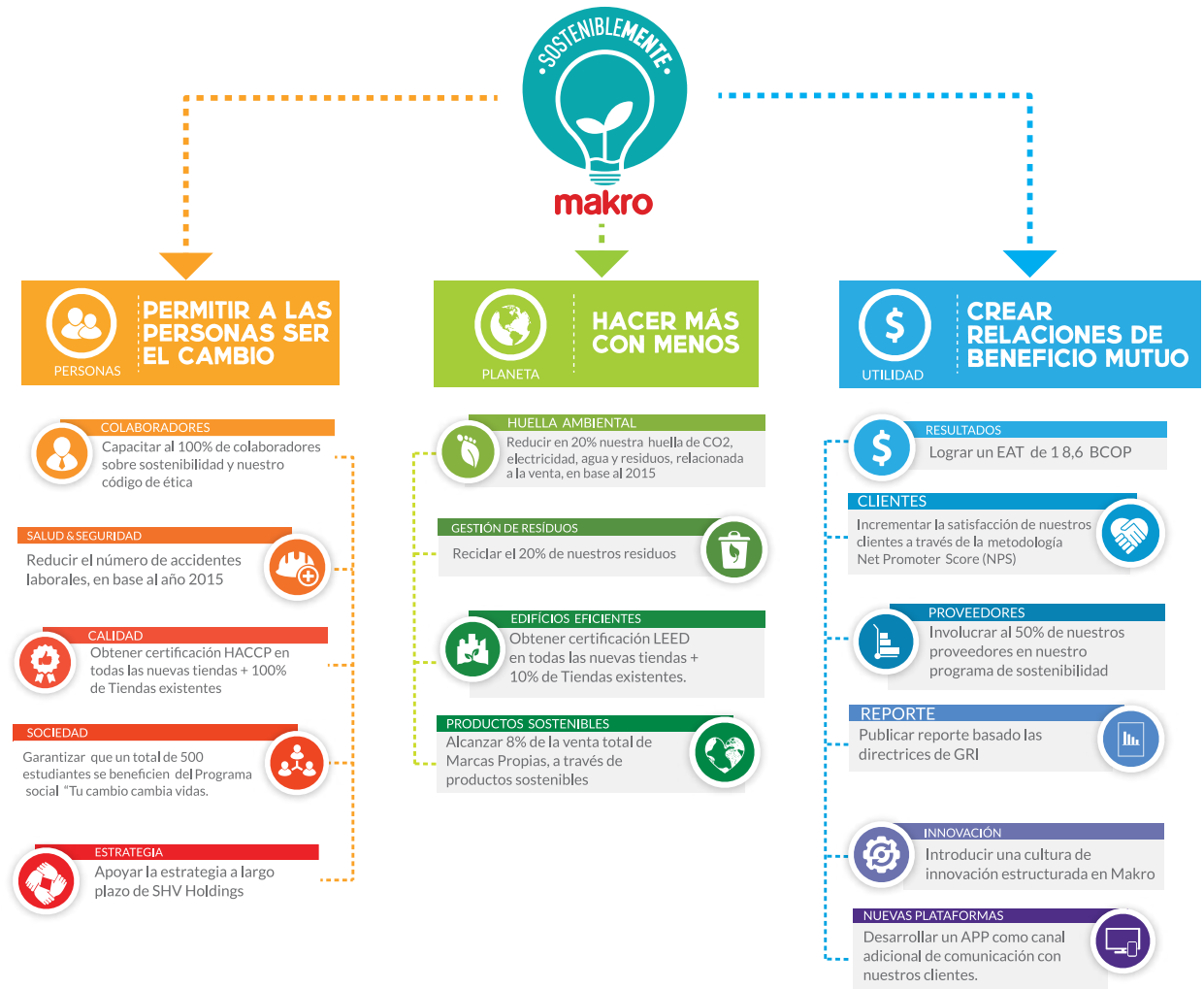
Para este segundo ejercicio de materialidad se adelantaron tres (3) fases:



2.4. Objetivos de Sostenibilidad 2018

(102-10)

Desde el año 2015 se plantearon 10 objetivos a 2018, que guían nuestra gestión en el mediano plazo en materia de sostenibilidad e innovación. Cabe señalar que en 2017, el área de Sostenibilidad e Innovación se reestructuró, para crear 2 áreas autónomas que pudieran abordar de manera diferenciada cada uno de los temas: 1. Sostenibilidad e 2. Innovación. Este cambio le apunta a profundizar y ampliar la gestión de cada uno de los temas.



2.5 Nuestras Cifras y Resultados 2017

Los resultados frente a cada objetivo pueden ser verificados a lo largo de ese Informe. Sin embargo, nos gustaría destacar los siguientes logros:





3 UTILIDAD CREAMOS RELACIONES DE BENEFICIO MUTUO

3.1 Desempeño Económico

201-1

El desempeño económico de la empresa garantiza la generación de valor para que después sea distribuido en la cadena de valor, permitiendo o apoyando el desarrollo de proveedores, comunidades e nuestros empleados. Garantiza la salud financiera de la empresa, necesaria para que nuestro modelo de negocio pueda perdurar y evolucionar en el tiempo.

La gestión del desempeño económico tiene impacto positivo directo en las tres dimensiones de la sostenibilidad, pues la generación de valor posibilita la inversión en: mejores instalaciones físicas para clientes, comunidades y empleados; capacitación de nuestra gente; inversión en sistemas y estructuras que garanticen mayor eficiencia en el uso de los recursos naturales; entre otras muchas oportunidades que tenemos de soportar el desarrollo de nuestro entorno

Makro tiene una dirección financiera con gerencias especializadas en los diferentes asuntos relacionados con la gestión del desempeño económico que trabaja en conjunto con otras direcciones de la compañía, controlando y recomendando estrategias para el mantenimiento de la salud financiera de la empresa, para garantizar un desempeño económico real y sustentado. Uno de los procesos más relevantes que lidera el área de finanzas es la planeación anual de gastos e inversiones, a través de la asignación de presupuestos definidos a cada área de la empresa. Una vez aprobados, finanzas realiza el monitoreo mensual de la evolución de esos planes, para mantener la consistencia de la estrategia establecida por la compañía.

Para evaluar la eficacia en la gestión, la directora financiera participa en el comité de dirección, donde puede exponer cualquier variación frente a los planes fijados para el período evaluado. Para encontrar cualquier alteración en ese sentido, el área cuenta con sistemas de verificación con respecto a procesos, procedimientos y gastos de presupuesto. Específicamente para medir el desempeño económico, la empresa utiliza los KPIs, entre ellos las ventas anuales.

El año 2017, la tasa de crecimiento económico en Colombia fue de 1,8%, siendo inferior al crecimiento general de los dos años anteriores. Conscientes de este reto económico, en Makro se implementó una estrategia de reducción de costos, concentrándose en aquellos estrictamente necesarios para la operación. Así mismo, se llevó cabo una alianza con el Banco Falabella para que de manera gradual se fueran instalando oficinas de atención del Banco en las sucursales de Makro en todo el país. Gracias a esta estrategia, los usuarios de Makro, están accediendo por primera vez a un sistema de crédito entregado directamente, que les permite la acumulación de CMR Puntos, además de beneficios en todas las tiendas Falabella, Homecenter, Viajes Falabella y Seguros Falabella. Con esta apuesta, Makro le facilita a sus clientes la compra de productos con financiación, lo cual aportó a un buen resultado en las ventas del año.



De manera complementaria, en 2017, como parte de la estrategia de expansión, Makro vendió el terreno aledaño a su sucursal de Villa del Río en el sur de Bogotá. Ahora, se construirá un Centro Comercial denominado Paseo Villa del Río cuyo enfoque es el de lograr una oferta variada de comercio, entretenimiento y otros servicios en un mismo lugar. Esta ha sido una apuesta estratégica de generación de ingresos en el corto plazo y de atracción de nuevos usuarios en el mediano plazo, ya que los ingresos generados por la venta, están siendo invertidos en la apertura de nuevas tiendas Makro en el país y la oferta complementaria, permitirá que más usuarios visiten las sucursales de Makro.

Estas iniciativas, aunadas a un control financiero riguroso, permitieron resultados favorables respecto al 2016.

Valor Económico Directo Generado (VEG)	COP POR MILLON
Ingresos por ventas	1.126.429
Ingresos financieros	7.424
Otros Ingresos	40.361
Total Valor Económico Directo Generado	1.174.214

Como parte de la estrategia de sostenibilidad, distribuimos el valor generado entre nuestros diferentes grupos de interés mediante:



3.2 Nuestros Clientes

Desde nuestra estrategia de negocio, en Makro se han establecido dos pilares de gestión: Pasión por el cliente y foco en ventas. Buscamos servirle a nuestros clientes de la mejor manera, ofreciéndoles variedad, calidad y ahorro, todo en un solo lugar.

Nuestros clientes foco son los clientes profesionales, y en particular los tenderos y negocios del sector Horeca. Las familias colombianas también son bienvenidas, en la medida en que lograrán un ahorro importante en sus compras al aprovechar nuestras presentaciones de productos. Si bien Makro tiene estructurado su modelo de negocio para atender a esos nichos, cada vez más negocios y familias que se identifican con nuestro formato, eligen a Makro como una opción para abastecerse.

Al cierre del año 2017, los clientes profesionales representan más del 65% de las ventas totales de la compañía, permitiéndonos superar la meta establecida para el año que era del 60%.

/En el año
2017 Makro
contaba con
1.485.640 clientes
registrados en su
base de datos./

3.2.1. Satisfacción y Fortalecimiento de nuestros clientes

Makro reconoce que en la medida que los clientes y compradores se sientan satisfechos con su experiencia de compra en nuestras tiendas, la organización continúa operando y creciendo. Es por esto, que tenemos sistemas de información y monitoreo, para conocer a nuestros clientes y poder responder a sus necesidades y expectativas. Nuestro personal se enfoca en ofrecer un servicio de calidad, invertimos en nuestras tiendas para que sean espacios agradables para quienes nos visitan y con nuestros gerentes, nos aseguramos de tener una oferta variada con todo lo que nuestros clientes pueden requerir.

Por segundo año consecutivo, Makro llevó a cabo una medición de la satisfacción de sus clientes mediante el reconocido sistema Net Promoter Score (NPS), alcanzando en este año una mejora de 9 puntos en el resultado respecto al año 2016.

Con el objetivo de conocer el grado de satisfacción de nuestros clientes contamos además con un sistema de Peticiones, Quejas y Reclamos (PQR) en tienda, y líneas de atención al cliente, panel de clientes, protocolos de bienvenida, encuestas de satisfacción, entre otros mecanismos.

Como parte de la gestión en esta área en 2017:

1. Makro participó en eventos HORECA, para ganar reconocimiento en el sector.
2. Reestructuró del plan de medios para crear mayor conocimiento de la marca en los consumidores, y fortaleció la estrategia de aparición en medios de comunicación masiva (Radio, revistas HORECA, vallas publicitarias, etc.).

- 3. Se fortaleció también la marca en medios digitales (Instagram, Facebook y Twitter): Mensajes institucionales, recetas con productos de marca propia, comunicación segmentada para profesionales e individuales comunicando ofertas y promociones, comunicación dirigida a mejorar la percepción de precio.
- 4. Se aplicó un sistema de revisión de precio (price check) para ser más competitivos en el mercado y ofrecerle rentabilidad a nuestros clientes.
- 5. Se llevó a cabo el evento propio Extravaganza. Una feria destinada a nuestros clientes HORECA, donde pueden encontrar diferentes proveedores de Makro, experimentar sus productos y capacitarse.

Para el año 2018 Makro continuará apoyando a los clientes profesionales, mejorando permanentemente el surtido en las tiendas y asegurando siempre precios competitivos. Adicionalmente, continuará reforzando el trabajo de su fuerza de ventas, con el fin de ofrecer un servicio diferenciado a nuestros clientes.

3.2.2 Salud y seguridad del consumidor (HACCP)

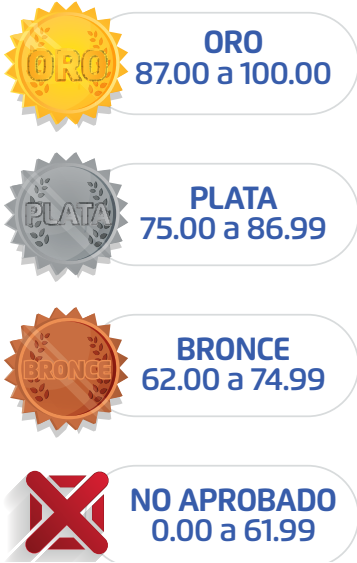
La salud y seguridad de los consumidores es una prioridad para Makro. Queremos que nuestros clientes estén sanos y seguros no sólo en nuestras instalaciones, sino también con los productos que compran en nuestra tiendas es por esto que a nivel Regional, Makro se ha propuesto como objetivo de Sostenibilidad para 2018 la obtención de la certificación HACCP⁵ en el 100% de las tiendas.

Desde 2016, la gerencia de HSEQ (por sus siglas en inglés: Health, Safety, Environment and Quality⁶ se encarga de velar por la calidad en nuestras tiendas y de todos los productos que comercializamos, especialmente de realizar un estricto control y seguimiento a nuestros productos y proveedores de nuestras marcas propias. La propuesta de valor de esas marcas es brindar opciones especializadas para cada foco de clientes con el respaldo y calidad de Makro, sin descuidar la salud y seguridad de los consumidores.



5. HACCP por sus siglas en español, significa Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico. Es un proceso sistemático preventivo para garantizar la inocuidad alimentaria, en el cual se identifican, evalúan y previenen todos los riesgos de contaminación de los productos a nivel físico, químico y biológico a lo largo de todos los procesos de elaboración. Analiza y controla los riesgos biológicos, químicos y físicos durante la producción, obtención y manipulación de la materia-prima, a la fabricación, distribución y consumo del producto terminado.

Rangos de calificación de desempeño



Buscando garantizar la calidad en nuestros procesos de productos perecederos, tenemos el objetivo de lograr certificación HACCP en todas nuestras tiendas, como una herramienta preventiva, para minimizar el riesgo de peligros que afectan la inocuidad de alimentos.

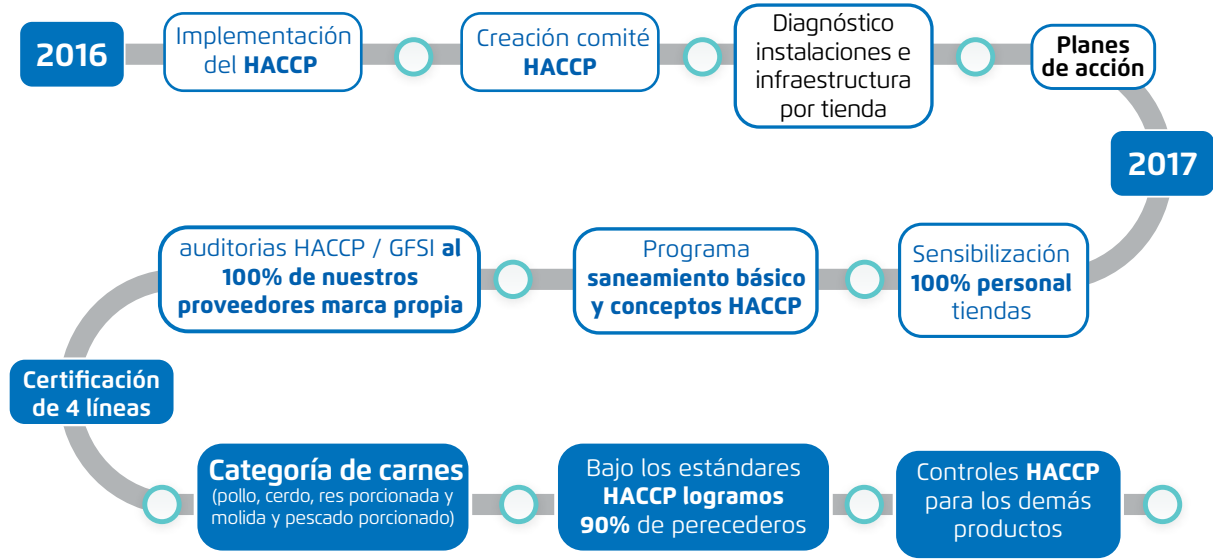
Con respecto a los proveedores de marcas propias, realizamos un chequeo que incluye dentro del contrato de marca, una auditoría bajo lineamientos GFSI (Global Food Safety Initiative⁷) de seguimiento anual realizada por un tercero y la asignación de una calificación de su desempeño en tres categorías: Oro, plata y bronce.

El nivel oro permite al proveedor ser auditado cada dos años.

Desde el inicio del proceso de implementación del HACCP, se creó el comité HACCP y se realizó un diagnóstico de instalaciones e infraestructuras.

El comité HACCP es el encargado de establecer acciones, responsables y hacer seguimiento a las acciones pertinentes para lograr la certificación o recertificación de las tiendas. Anualmente se realiza una auditoría interna y externa para hacer seguimiento a las acciones certificadas en HACCP.

En 2017 el área de HSEQ realizó varias actividades entre las que cabe resaltar:



6. En español, calidad, salud, seguridad y ambiente. Haciendo referencia a los temas que se manejan como parte de un sistema de gestión integrado.

7. La Iniciativa Mundial de Seguridad Alimentaria (GFSI por su sigla en inglés) es una colaboración global impulsada por la industria para promover la seguridad alimentaria.

En 2017 se logró la recertificación de las 7 tiendas que ya contaban con la certificación (Cumará, San Juan, Av. Boyacá, Cartagena, Tunja, Villa Santos y Poblado). Adicionalmente, el % obtenido de cumplimiento de la auditoría de HACCP fue mayor del 90 % lo que demuestra el compromiso por parte del personal para las tiendas certificadas en 2017 (Dos quebradas, Ibagué, Villavicencio, Santa Marta y Montería).

En el 2018, se espera:

- 1. Mejorar el número de proveedores auditados durante 2018 respecto al 2017 para la línea de carnes, logrando un nivel confiable en su calificación, esto con el fin de garantizar la inocuidad en la cadena de suministros de estos productos.
- 2. Mantener y mejorar la trazabilidad que se le da a los productos de la línea de carnes, con el fin de entregar al cliente un producto de excelente calidad y que cumpla con los requerimientos para su negocio.
- 3. Lograr la certificación de 4 tiendas (Villa del Río, Floridablanca, Cajicá y Puente Aranda).
- 4. Mantener la recertificación del 100% de las tiendas que ya lograron la certificación en años anteriores.

3.3. Nuestros productos

Buscamos ser el supermayorista más eficiente, con capacidad de ofrecer los productos más surtidos, de mejor calidad, y bajo precio a nuestros clientes profesionales, garantizando la seguridad de nuestros clientes y de nuestros productos. Además de poner a su disposición productos más sostenibles que sigan siendo competitivos para sus negocios.

Para lograrlo contamos con 4.000 a 7.000 referencias de productos en cada una de nuestras tiendas dependiendo de su tamaño, con presentaciones exclusivas y una completa oferta de marcas propias (Aro, Ternez, Don perfecto y otras) con estrictos procesos de calidad, garantizando acceso a nuestros clientes a productos confiables al mejor precio del mercado.

En nuestras tiendas encontrarán:



3.3.1 Marcas propias e innovación sostenible

Para mantener una posición fuerte en el mercado, seguir innovando es esencial. Nuestro enfoque en satisfacer a los clientes, nos motiva a crear nuevos productos sostenibles y competitivos, pues entendemos que la sostenibilidad es parte básica de los negocios que hacemos en Makro. Con este ideal presente, continuamos trabajando con nuestras marcas propias para desarrollar ofertas de productos sostenibles.

El desarrollo de productos de marcas propias sostenibles, requiere del involucramiento de nuestros proveedores para ofrecer una solución innovadora a nuestros clientes.

En nuestra estrategia, establecimos alcanzar el 5% de la venta total de nuestra línea de marcas propias, a través de productos sostenibles para 2017. Eso con el objetivo de mitigar el impacto ambiental de los productos marca propia, ofrecidos a nuestros clientes.

El desarrollo de todo nuevo producto tiene un flujo de trabajo estricto que fue definido en los procedimientos y que nos permiten asegurar el cumplimiento del producto desde la fabricación (Auditoría a proveedor y análisis sensoriales/microbiológicos/físicoquímicos) hasta la comercialización (etiquetado y rotulado), pasando por varios controles.

En Makro, tenemos dos formas de evaluar la gestión de sostenibilidad de los proveedores y determinar si un producto es sostenible:

- 1. La primera es que supere la **auditoría de sostenibilidad aplicada por Makro**, que se basa en la metodología SMETA (por su siglas en Inglés: Sedex Members Ethical Trade Audit)⁸ y en los puntos que establece nuestro código de conducta para proveedores sostenibles. Los temas verificados son:



2. La segunda opción es que el **Proveedor presente una Certificación de sostenibilidad válida internacionalmente y aplicable al tipo de producto**. Es importante aclarar que el producto (no sólo su embalaje) tiene una certificación que está claramente relacionada con el uso responsable de los recursos (humanos y ambientales). Las certificaciones pueden cambiar de un producto a otro, de acuerdo con sus especificidades técnicas, la cadena de abastecimiento y de mercado. En la actualidad, las siguientes certificaciones apoyan nuestro sello “producto sostenible”.



AVANCES EN 2017



- En 2017, ajustamos nuevamente la metodología de nuestra auditoría sostenible, incrementando su exigencia, para garantizar que los proveedores cumplan con los requerimientos que Makro considera fundamentales para un producto sostenible. En esta misma línea también se estableció un nuevo procedimiento de Selección y evaluación de proveedores y productos marcas propia acorde con la estrategia para marca propia del Holding SHV.
- Adicional a este proceso, se establecieron los procedimientos de aprobación de artes, gestión del producto no conforme y retiro de producto del mercado o recall.
- Para aumentar el número de proveedores aliados que estén en la capacidad de tener productos sostenibles, en 2017 se crearon planes de acción sinérgicos entre el área de Marcas Propias, HSEQ y Sostenibilidad para abordar el relacionamiento con proveedores y posibilitar el cumplimiento de las metas en cuanto a productos sostenibles.
- Se realizó una reunión con tres (3) de los proveedores mejor calificados dentro de las auditorías de calidad y que representan un porcentaje alto de la venta total de marca propia para mostrarles los objetivos de sostenibilidad que tiene la compañía.

Así mismo se les dio información de cómo ser un proveedor sostenible.

- Gracias a las diferentes acciones adelantadas por el área de marcas propias, se pasó de tener 66 proveedores de marca propia a tener 98 proveedores en las diferentes líneas comerciales; teniendo un mayor aumento en productos secos (DRYFOOD).
- Se realizó auditoría al 100% de los proveedores marca propia de línea (66), lo que significa un aumento en cobertura de auditoría del 73% respecto al año 2016. En los productos de marca propia, se generaron 167 no conformidades de los productos marca propia a lo largo del año, de las cuales el 100% tuvieron su plan de cierre, dando respuesta a la satisfacción de los clientes y/o tiendas.
- Desde el inicio del programa sostenibles de Makro Supermayorista S.A.S., se han logrado desarrollar seis (6) productos sostenibles, que son: ACEITE PALMA ARO ALT OLE SOST 20L, DESENGRASANTE ARO SOSTENIBLE 5L, LIMPIA VIDRIOS ARO SOSTENIBLE 5L, LIMPIADOR MULTIUSO ARO SOSTENIBLE 5L y LIMPIADOR PISOS ARO SOSTENIBLE 5L.

Todo lo anterior nos permitió mantener la representación de ventas en 2017 de aproximadamente el 1% de toda la venta de marcas propias.

8. Es uno de los procedimientos de auditoría ética, más utilizados en el mundo que compila buenas prácticas en la técnica de auditoría ética. La metodología SMETA utiliza el código ETI y la ley local como la herramienta de medición revisando cuatro categorías centrales: 1. Salud y seguridad; 2. Normas laborales; 3. Medio ambiente y 4. Ética empresarial.

3.3.2. Calidad de los productos

La calidad y la inocuidad de los productos que ofrecemos es un tema fundamental para nosotros, de esta manera garantizamos el suministro seguro de los alimentos a nuestros clientes. Brindar productos de la más alta calidad nos permite conservar nuestros clientes y tenerlos satisfechos, por lo que es fundamental para la sostenibilidad de nuestro negocio.

Sabemos que para ser el supermayorista preferido por los colombianos, es necesario ofrecer productos con las mejores características, cumpliendo con la función de preservar las condiciones de los alimentos durante su almacenamiento y distribución. Para ello, en los casos donde aplica, implementamos las técnicas necesarias y lineamientos establecidos para la preparación y manejo de los mismos, todo con el fin de velar por la salud y seguridad alimentaria de nuestros clientes.

En cada una de nuestras tiendas contamos con un líder de calidad y medio ambiente que es la persona encargada de implementar, divulgar y mantener el sistema de inocuidad alimentaria y dar estricto cumplimiento a nuestros programas de saneamiento básico y de trazabilidad de los productos.

Mensualmente, los líderes de calidad de cada tienda reportan el comportamiento de los 12 programas de seguimiento en donde se identifican desviaciones y se formulan planes de acción medibles, la meta para el año 2017 era el 82% en donde se cumplió al 84 %.

REVISIÓN	TEMA
Programa 1	Limpieza y desinfección
Programa 2	Programa de Residuos Líquidos
Programa 3	Programa de Manejo de Residuos Sólidos
Programa 4	Programa control de agua potable para consumo Humano
Programa 5	Programa de Muestreo
Programa 6	Programa Control de Plagas
Programa 7	Programa de Trazabilidad
Programa 8	Programa de capacitaciones
Programa 9	Programa de calibración
Programa 10	Programa de Mantenimiento
Programa 11	HACCP
Programa 12	No Conformidades

Frente a la calidad de los productos cabe resaltar que en 2017: 1) la capacitación realizada, tuvo la participación del 100% del personal a nuestras tiendas; 2) Se llevaron a cabo inspección diarias a nuestras instalaciones e 3) implementaron las auditorías de segunda y tercera parte.

En 2017, también se logró la implementación de los 12 programas en las 18 tiendas y la divulgación de los mismos. Adicionalmente, se logró un alto cumplimiento normativo, lo que se ve reflejado en las visitas de la Secretaría de Salud, en las cuales nos generan un concepto favorable para operar por parte de esta entidad.



3.3.3 Marketing y etiquetado

(417-1)

Se generaron dos procedimientos que son: 1). Aprobación de Artes y 2) Selección y evaluación de proveedores y productos de marca propia en los cuales se dictan las condiciones de etiquetado y rotulado para todos los productos de marca propia.

Para Colombia, estas condiciones de etiquetado y rotulado también están bajo legislación colombiana (Resolución 5109/2005, Resolución 333/2011, entre otras). Para los que tienen sustancias químicas que podrían generar un impacto al medio ambiente como los productos de aseo (detergentes, lava lozas, limpiadores, entre otras); dependiendo de los componentes de los mismos, generamos en el etiquetado una leyenda que dice que el producto es “Biodegradable” que es comprobado mediante análisis de laboratorio y/o se agrega al etiquetado los pictogramas de NFPA⁹ y del sistema globalmente armonizado para indicar el riesgo del producto.

Adicionalmente, a todos los productos de la marca propia se le agrega un párrafo donde se indican las “Recomendaciones de Uso”; y se le da la información al consumidor sobre el uso seguro del producto.

Makro Supermayorista S.A.S. tiene al día de hoy 577 referencias de productos (SKU) de alimentos y 537 SKU’S de no alimentos para un total de 1114 SKU’S.

Conscientes de la importancia que tiene este asunto y de la rigurosidad que requiere el seguimiento a los mismos para asegurar el cumplimiento a legislación colombiana y eliminar los riesgos a los que haya lugar, en Makro hemos fijado un objetivo para la evaluación del rotulado y etiquetado de los alimentos en el cual damos cuenta del estado de todos los productos de marca propia en este ítem. Para 2017 este objetivo de evaluación alcanzó el 30%. De forma complementaria, el área de HSEQ

ha generado un procedimiento que se llama: Recogida de producto de mercado, que nos permite tomar acciones inmediatas cuando se presentan este tipo de casos. La finalidad del procedimiento es identificar el producto no conforme, aislarlo y disponerlo (Destrucción o devolución según sea el caso).

Retos

El área de HSEQ debe revisar el 100% SKU’S para asegurar el cumplimiento del etiquetado y rotulado

En Makro esperamos reforzar la información en la etiqueta referente a la eliminación del producto cuando se identifica que genera un impacto ambiental. Aunque la norma colombiana no lo exige y actualmente, las indicaciones al respecto no son explícitas en el etiquetado y rotulado de los productos, ajustar estos requisitos en materia de etiquetado pueden ser importantes en función de nuestro compromiso con la sostenibilidad.

Así mismo, el reto para los siguientes períodos de gestión es que el área de HSEQ lleve a cabo la revisión del 100% de los SKU’S para asegurar el cumplimiento del etiquetado y rotulado de todos los productos de marca propia

9. La Asociación Nacional de Protección contra Incendios.

3.4. Nuestros Proveedores 204-1

Gran parte de los impactos generados por nuestra actividad están ligados a los impactos sociales, económicos y ambientales de nuestros proveedores; es por esto que buscamos generar relaciones de gana - gana, donde trabajando de la mano con ellos, para potenciar los impactos positivos derivados del negocio y minimizar los impactos negativos.

En Makro creemos que nuestros proveedores nos favorecen gracias a su calidad y frescura. La mayoría de nuestras frutas y verduras provienen de proveedores locales, con lo cual contribuimos al crecimiento de la producción local y nos abastecemos de productos de la calidad que nuestros clientes esperan.

Nuestros clientes tienen necesidades muy especiales que los proveedores locales conocen y están dispuestos a satisfacer a través del desarrollo de productos específicos para el tipo de clientes que tenemos. Por ejemplo, los restaurantes demandan productos regionales, con características de productos específicos dependiendo la zona del país.

Además, gracias a las relaciones cercanas con los proveedores locales, podemos garantizar mejores tiempos de respuesta, nivel de servicio óptimo y dinámicas comerciales pensadas en el cliente colombiano.

¿Cómo lo gestionamos en Makro?

Las áreas comerciales parten del análisis profundo del consumidor y sus hábitos, de esto nacen oportunidades en productos y portafolios específicos que inician con la búsqueda de proveedores locales en las zonas de necesidad de Makro. Estos proveedores deben presentar sus credenciales en términos de calidad, capacidad de producción y respuesta al modelo de negocio de Makro. Son visitados por el equipo de Makro para revisar las características de su empresa. Una vez superan los requisitos establecidos por la empresa, se convierten en nuestros proveedores.

Realizamos con ellos un trabajo conjunto de acompañamiento en la definición de productos y estrategias comerciales que permitan el crecimiento conjunto y agregan valor a la cadena de distribución y a nuestros clientes.

Tenemos reuniones semanales con varios de nuestros proveedores. Los integramos en las acciones que emprendemos para nuestros clientes foco, como capacitaciones, momentos profesionales, ferias de negocios, y el trabajo de CRM que realizamos con nuestra base de datos.

Valor de las compras (En millones de pesos.)	
2017	
Importaciones	26.869.378.641
Total del Valor de Compras	26.869.378.641



Por otra parte, nuestros proveedores de marca propia, que son en su mayoría pymes que iniciaron con Makro hace más de 22 años, y que han crecido gracias a la alianza con nosotros, son monitoreados con mayor detalle y son apoyados con acciones que impactan su calidad y eficiencia operativa anualmente.

Por último, nuestros proveedores de marca propia son evaluados anualmente con procesos de auditoría de calidad que certifican sus buenas prácticas de manufactura. Igualmente, cada año realizamos acuerdos comerciales con los proveedores donde se definen los objetivos de crecimiento, venta, indicadores del negocio, niveles de servicio, entre otros, que logran mejorar nuestro desempeño y el de nuestros aliados.

¿Que hicimos en 2017?

Proyecto Bolsas Banner:

Se trata de un proyecto realizado de la mano del proveedor Brands Solutions con el que reutilizamos los banners empleados para publicidad. En lugar de desecharlos, los convertimos en bolsas para llevar el mercado.

Adicionalmente la empresa de confección está compuesta por madres cabeza de familia, apoyando socialmente a estas familias con un empleo que les permita solventar



2292 unidades vendidas en 2017.

Desechables biodegradables.

A partir del año 2016, se incluyeron dentro del surtido distribuido por Makro, 104 referencias de productos desechables biodegradables. No sólo cumplen con las mismas características de productos similares como productos de papel y plástico, sino que además, tienen un tiempo de descomposición inferior. Se degradan en 90 a 180 días, tiempo que en otros productos toma de 1 año (papel) a más de 500 años (Unicel). Este producto no tiene dioxinas, se convierte en composta, es reciclable y puede biodegradarse, aportando así al cuidado ambiental.

Estos producto los trabajamos con 4 proveedores: Duratex de Colombia SAS; Promociones Fantásticas, Multidimensionales SAS y Terminados del Sur SAS.

Venta Biodegradables	Venta Desechables	Participación %
149,941,535	1,040,525,100	14,4 %
144,390,574	973,710,344	14.8%
180,264,007	1,219,695,152	14.8%
168,951,292	1,091,758,766	15.5%
Total	643,547,408	14.9%

Crecimiento 2017 vs 2016 – Sólo Biodegradables



Dado que es un producto nuevo, se llevaron a cabo actividades de promoción en conjunto con los proveedores, para formar e informar a los clientes sobre los beneficios de estos productos en función del cuidado ambiental. Sabemos que en la medida en que más clientes conozcan estos productos, podrá haber más conciencia también en los clientes sobre el cuidado ambiental y el aporte que pueden hacer a través de su capacidad de compra.



Iniciativas con Unilever y Procter & Gambel

Como parte de las iniciativas generadas para promover el acceso al agua potable, desarrollamos en 2017 un proyecto en conjunto con P&G en Montes de María para generar consciencia entorno a la limpieza de cuencas hídricas y la importancia del acceso a este recurso.

La iniciativa consistió en que por cada producto comprado de la marca P&G, el proveedor se comprometía a purificar 1 litro de agua en una población del departamento de Bolívar. La venta se desarrolló en todas las tiendas Makro a nivel nacional. Se vendieron aproximadamente 100.000 productos durante las 7 semanas que duró la actividad. Una vez finalizada la etapa de venta, funcionarios del proveedor y de la tienda Makro Cartagena hicieron una visita a la parte alta de la cuenta hídrica que abastece a los municipios de Montes de María, con el objetivo de realizar una jornada de aseo y limpieza de esta zona y entregar purificadores de agua (producto P&G) a los habitantes de la zona, teniendo en cuenta que las características fisicoquímicas del agua de la que se abastecen, no cuenta con las condiciones para consumo humano, generando un impacto positivo para las comunidades involucradas.

Otro proyecto realizado en 2017 en alianzas con proveedores se desarrolló con la empresa Unilever, este consistía en una iniciativa en la cual promovíamos el reciclaje de tarros de plástico de un galón, el cliente debía entregar el material y a cambio recibía un bono para ser usado en la compra de otro producto de la línea food service de Unilever. Los tarros recolectados fueron entregados a la fundación sanar para apoyar a los niños con cáncer. La actividad se desarrolló durante dos meses en 3 tiendas de Bogotá y tuvo una gran acogida por parte de los clientes, quienes participaron de manera activa, como resultado final se recolectaron 210 tarros plásticos.

En ambos proyectos, se realizó comunicación constante con empleados y clientes, con respecto a los beneficios de las campañas en desarrollo. Fueron usados materiales de mercadeo en tiendas, publicaciones en redes sociales y en nuestra página web. Los proveedores también realizaron comunicaciones a clientes, a través de medios propios.

Estos proyectos son desarrollados desde el área de sostenibilidad, con el apoyo de las gerencias comerciales de las líneas de producto que intervienen, con el objetivo de generar un impacto positivo en nuestros grupos de interés, considerando que no solo se involucra al cliente en campañas o actividades de concientización, sino a los empleados, a los proveedores, a los compradores (internos) que establecen otro tipo de relaciones más allá de las comerciales con la



empresa que le suministra la mercancía para la venta. También se logró impactar positivamente a comunidades ubicadas en las zonas de influencia de nuestras tiendas, en donde se les hizo partícipes de la limpieza de las cuencas hídricas y se les explico la importancia del manejo adecuado de los residuos y de contar con un recurso hídrico como fuente de vida.

Dentro de los logros que cabe señalar con proveedores en materia de sostenibilidad se encuentran:

- Desarrollo de la línea de desechables ecológicos, posicionando a Makro como un participante activo en la búsqueda de productos amigables con el medio ambiente.
- Tener todo el surtido de electrodomésticos certificado "Energy Star"
- Cambiar el portafolio de bombillos tradicionales (incandescente, fluorescente) a tecnología 100% LED. Introduciendo además a la marca Aro en esta categoría con productos LED en empaque promocionales x 4 y x 5 unidades.

Aún tenemos retos en la gestión de proveedores en función de la sostenibilidad, como son:

- En materia de la línea de desechables eco-amigables, ser referentes en el mercado. En este sentido también le apostamos a continuar creciendo en esta línea a tasas superiores al 20% **hasta el 2020**. Comprendiendo que esta es una línea que es totalmente acorde a nuestra filosofía de sostenibilidad, esperamos convertirla en parte de nuestros productos de Marca Propia Sostenibles.
- Otro de nuestros desafíos, es Incrementar el número de iniciativas desarrolladas con los proveedores en temas de sostenibilidad como por ejemplo las cambiatones, que consisten en generar alternativas para disponer mejor los residuos reciclables a nuestros clientes a cambio de un bono de recompra para ciertas líneas o productos.

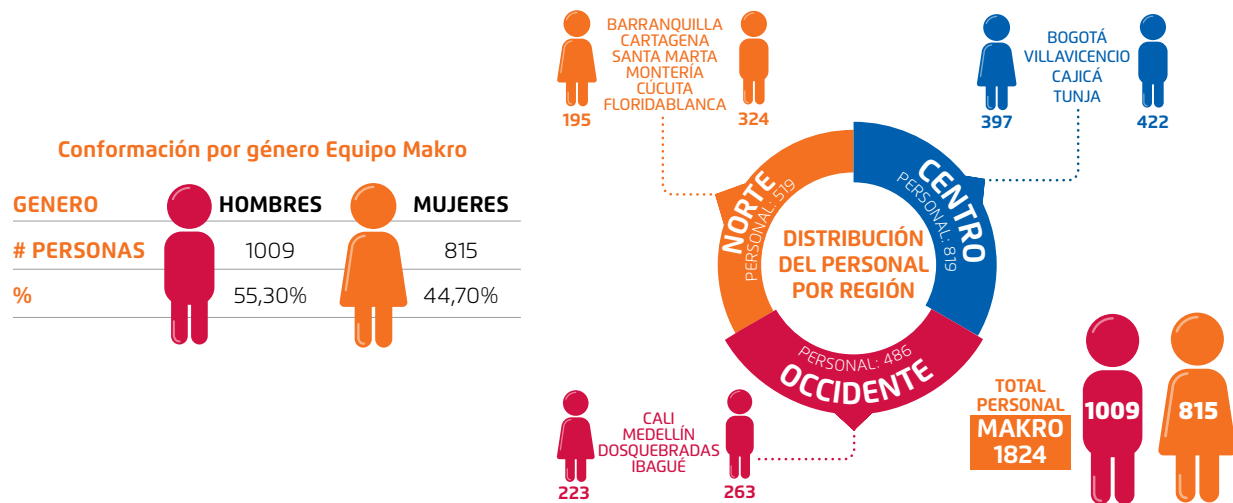


4 LAS PERSONAS: APOYAMOS A LAS PERSONAS PARA SER EL CAMBIO

4.1 Gestión Humana

Uno de nuestros tres pilares de la sostenibilidad está basado en las personas, pues sabemos que sin nuestro capital humano no lograríamos cumplir nuestras metas y objetivos. Por ello, a través de la Dirección de Recursos Humanos se gestiona y potencializa el talento desde cada una de los ejes definidos en la estrategia del área: cultura organizacional, manejo del talento, desarrollo y desempeño.

Cerramos 2017 con una planta activa de 1824 colaboradores. Siendo 13 % en Oficina de Soporte a Tiendas (OST) y 87 % en tiendas. Contratamos a 586 nuevos compañeros este año.



4.1.1 GESTIÓN, CAPACITACIÓN Y DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO

RECLUTAMIENTO Y RETENCIÓN

En Makro hacer un buen proceso de selección implica, no sólo que escojamos a los mejores candidatos para cumplir con el perfil del cargo, sino que también podamos vincular a nuestro equipo de trabajo a personas comprometidas, que se sienten identificadas con los valores de la compañía y que a través de sus propios valores aporten también a que seamos cada día mejores.

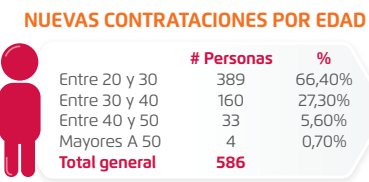
En la medida que aplicamos procesos más imparciales, rigurosos e incluyentes, logramos que nuestro equipo de trabajo sea más diverso y experimentado para llevar a cabo las tareas y retos que nos proponemos en Makro. Por eso, desde la selección, y posteriormente en los demás procesos de la gestión humana, buscamos que los trabajadores de Makro tengan las condiciones adecuadas para hacer bien su trabajo y poderse desarrollar personal y profesionalmente.

Makro Colombia como política contrata a todo su personal a término indefinido, exceptuando los aprendices, quienes tienen un contrato de aprendizaje. Sólo alrededor de un 1% de la planta total es con-

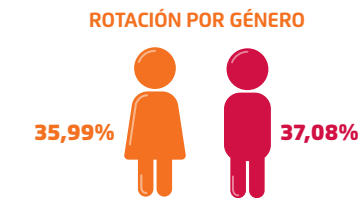
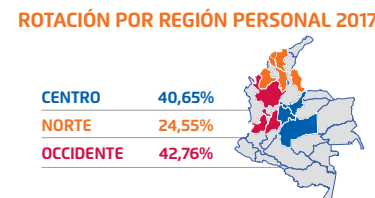
tratada por medio de temporal, esto haciendo la claridad de que las contrataciones temporales realizadas corresponden a situaciones puntuales como incapacidades largas, licencias de maternidad y temporadas especiales, como navidad y aniversario.



El 58,5 % de la contratación se dio en la región centro. Debido a que en esta región se dio la apertura de 2 de las 3 tiendas nuevas.



El 66,40% de las nuevas contrataciones correspondió a personas entre 20 y 30 años, como una apuesta a los talentos jóvenes de las tres regiones donde hubo procesos de selección.





ENTRENAMIENTO Y FORMACIÓN

El entrenamiento y formación son aspectos primordiales para preparar a nuestros colaboradores ante los desafíos del presente y del futuro. Sabemos que además, todo lo que hagamos en este frente impacta de forma directa el éxito de nuestras operaciones, el compromiso, la retención y la motivación. Conscientes de su importancia, en Makro las acciones de formación y desarrollo están dirigidas a todas las personas de la compañía. Procuramos hacer que la gente se desarrolle junto al negocio y que todos tengan oportunidades de aprender y crecer.

Para el desarrollo de las competencias de nuestra gente, contamos con tres tipos de programas: habilidades blandas, formación técnica y formación en idiomas. Esto lo realizamos mediante dos moda-

lidades de formación: presencial y virtual a través de la plataforma de educación virtual (E-learning).

FORMACIÓN EN 2017
404-1/404-2

Para Makro Colombia es importante asegurar que cada colaborador reciba un mínimo de 4 horas de capacitación al mes. Por ello, su indicador de medición se encuentra enfocado en evaluar el cumplimiento colaborador por colaborador, de manera que no se mide la capacitación como un total y promedio por persona.

Durante el 2017 capacitamos a nuestros colaboradores en: actualización y nuevos procedimientos, temas legales, conocimiento del negocio, idiomas,

4,8 horas
de capacitación
mensuales por
colaborador.



Horas de formación total por modalidad	
Horas E-learning	1.196
Horas Presenciales	103.361

nuevas herramientas tecnológicas, formación en ventas, habilidades de liderazgo y gestión de personas, entre otras. Adicionalmente aseguramos que el proceso de inducción se realizara al 100% de los nuevos colaboradores y que asegurara el aprendizaje de filosofía corporativa, procesos administrativos y operaciones en tienda.

Todas estas capacitaciones y entrenamientos fueron desarrollados buscando reforzar el cumplimiento de procedimientos, la preparación de los colaboradores para asumir un rol más estratégico en la compañía y con mejor gestión de su gente.

También fueron realizados diferentes tipos de entrenamientos y formaciones fuera de Colombia, en la casa matriz, enfocadas en potencializar el talento de algunas posiciones directivas y gerenciales.

En 2017, logramos un total de 104.456 horas de capacitación en el año, siendo la mayor parte de la formación de manera presencial. Así mismo obtuvimos un promedio de 4,8 horas de capacitación mensuales por colaborador. Resultado que superó nuestra meta establecida.

LICENCIAS DE MATERNIDAD Y PATERNIDAD

El 100% de las personas que tenían derecho a licencias de maternidad y paternidad hicieron uso de ellas.

Se presenta en la siguiente tabla la información referente para este tema:

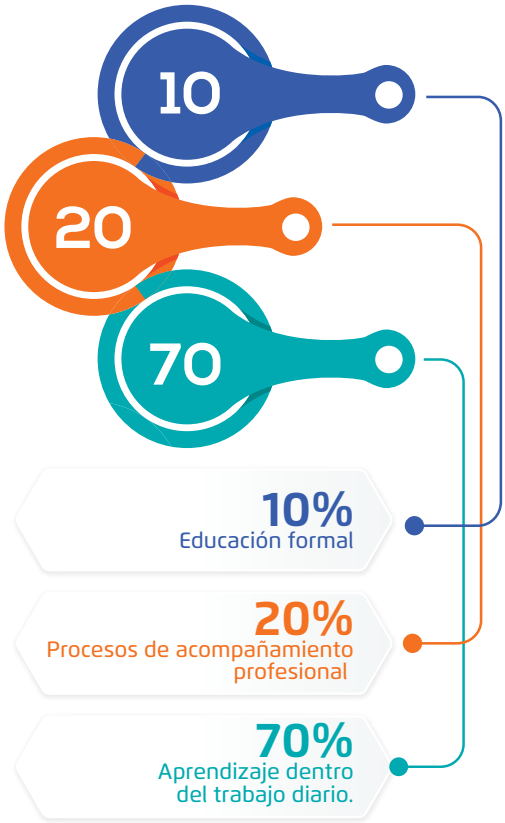
	# PERSONAS QUE DISFRUTARON	# DE PERSONAS QUE ESTABAN LABORANDO A CIERRE DE DIC 2017, POSTERIOR A SU LICENCIA
Licencia Maternidad	46	41
Licencias Paternidad	26	21

DESEMPEÑO Y DESARROLLO

Un pilar fundamental de la estrategia de recursos humanos es el desarrollo de las personas, el cual está basado en una cultura de meritocracia, que nos permite evaluar el desempeño de cada colaborador de manera objetiva.

Dos veces al año se generan espacios para revisar el desempeño de nuestros trabajadores y a partir de ello son generados planes de acción de desarrollo individual, el cual es clasificado de acuerdo con una metodología interna denominada 10, 20, 70, en donde el 10% corresponde a educación formal, el 20% a procesos de acompañamiento profesional y el 70% a aprendizaje dentro del trabajo diario

Nuestra prioridad con respecto a los ascensos laborales, es dar oportunidades de crecimiento y promoción interna, por lo que contamos con una política 4 de 5, que consiste en que de cada 5 vacantes generadas 4 deben ser cubiertas por personal interno.



Desempeño

La Evaluación de desempeño en Makro Colombia, en sus diferentes versiones, está diseñada para ser aplicada al 100% de nuestros colaboradores. Para realizar esta evaluación, agrupamos a los funcionarios en 3 grandes categorías (Directivos, Líderes; y Técnicos y Administrativos) y aplicamos una metodología estándar para cada uno de ellos. La diferencia básica entre los tipos de evaluación es la definición de metas bonificables y las competencias evaluadas para cada grupo. Éstas se basan en el perfil de liderazgo de SHV y en el modelo de competencias organizacionales para niveles base.

La evaluación inicial es realizada en el primer trimestre del año, revisando los resultados del año inmediatamente anterior y estableciendo metas para el año en curso. Entre junio y agosto, los líderes se reúnen nuevamente con cada persona de sus equipos para evaluar los avances del plan de desarrollo individual y ajustar el plan definido meses antes y aportando así a un desarrollo específico y ajustado a las necesidades de cada individuo en la organización.



Desarrollo

Frente a la estrategia de desarrollo de nuestro personal, cabe señalar que además de los planes individuales de desarrollo que surgen de las evaluaciones de desempeño, contamos también con dos programas de desarrollo de altos potenciales denominados Programa 2-2-2 y Programa de Trainees cuyo objetivo es asegurar el plan de sucesión y los planes carrera para los diferentes niveles de liderazgo dentro de la organización.

PROGRAMA 2-2-2

Programa del grupo SHV, en el cual cada compañía recluta profesionales de alto potencial con el objetivo de formar el futuro CEO de alguna operación de Makro en Suramérica. Los participantes vivirán en 2 continentes y trabajarán en 2 compañías del holding SHV, formándose intensivamente para poder ocupar a futuro un cargo de liderazgo. En 2017, Makro contó con 4 participantes en este programa.

PROGRAMA DE TRAINEES

Durante 2017, el programa de Trainees continuó su implementación en Colombia con el propósito de formar los futuros jefes y profesionales senior de la organización. Fueron reclutados 5 profesionales para ser asignados a áreas específicas de la compañía (Recursos Humanos, Supply Chain, Finanzas, Mercadeo y Operaciones). Cada mes los integrantes del programa reciben entrenamiento en la oficina de soporte a tiendas y en tienda con objetivo de lograr un conocimiento global del negocio.



CLIMA LABORAL Y BIENESTAR

En Makro consideramos el bienestar de los colaboradores como uno de los procesos más relevantes de recursos humanos. Somos conscientes como compañía, que si promovemos el reconocimiento, la comunicación y la celebración de ocasiones especiales estamos generando retención, sentido de pertenencia y motivación dentro de nuestros equipos de trabajo. Todo lo anterior, también está relacionado e impacta de manera directa al clima laboral y la cultura organizacional.

Cada dos años realizamos la encuesta de satisfacción y compromiso, la cual nos permite conocer el nivel de involucramiento y percepción de las personas respecto a trabajar en Makro. Lo anterior, permite identificar las oportunidades de mejora específicas en las que podemos trabajar y generar planes de acción para mejorar en general las condiciones de trabajo de nuestro equipo y desarrollar mayor sentido de pertenencia en la compañía.

Iniciativas 2017

Dando continuidad a la encuesta de satisfacción y compromiso aplicada a los colaboradores en el 2016, a lo largo del 2017 se adelantó la comunicación e implementación de los planes de acción definidos frente a las áreas de oportunidad identificadas en la encuesta aplicada. Es importante resaltar que algunos planes de acción fueron redefinidos y ajustados para impactar acertadamente los puntos identificados.

Para asegurar un clima laboral en donde el reconocimiento sea parte fundamental de nuestra cultura, se implementó el programa “Empleado del Bimestre” en donde buscamos resaltar el talento de las personas tanto en tiendas como en OST y recompensar aquellas personas que se destaquen por su entrega, compromiso y disposición en sus tareas diarias.

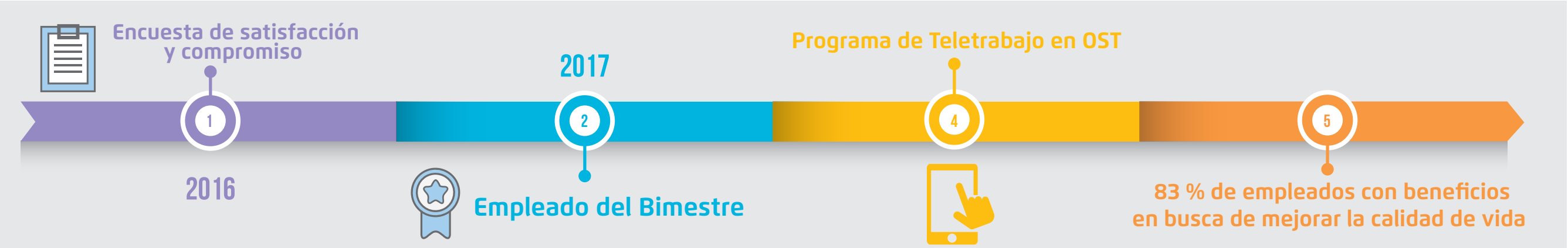
Una de las áreas de mejora que identificamos en la encuesta 2016, es el equilibrio entre la vida laboral y personal. En 2017 se consolidó el programa de Teletrabajo en OST, estableciendo un día fijo a la semana para este fin, con el objetivo que aportar a la calidad de vida de los colaboradores. A cierre de 2017, el 15% de la planta en oficina era parte del programa de teletrabajo.



Los colaboradores involucrados en el programa resaltan lo importante que ha sido para su calidad de vida poder participar del Teletrabajo. Por parte de la compañía se brinda la capacitación y seguimiento con el fin de impulsar y aumentar el número de empleados impactados.

El 83 % de nuestros empleados están cubiertos por un acuerdo suscrito entre la compañía y sus trabajadores que devengan menos de dos salarios mínimos legales mensuales vigentes y que se adhieran al mismo. El objetivo es otorgar beneficios extralegales que ayuden a cubrir necesidades de los trabajadores, en busca de mejorar la calidad de vida de ellos y sus familias. Cabe resaltar que a la fecha Makro no ha recibido ninguna solicitud para firma de convenio colectivo definido por organizaciones sindicales.

El 73 % de nuestros empleados hacen parte del fondo de empleados, Fonmakro. Estos pudieron disfrutar de beneficios como: generación de cultura de ahorro, acceso a créditos con intereses más bajos que en el mercado, participación de las utilidades que genere el fondo vía fiestas, bonos Makro, regalos, auxilios y rendimientos financieros (van para la cuenta de ahorros de cada asociado), beneficios, descuentos y financiación de los convenios.



4.1.2 Seguridad, Salud y Bienestar de nuestros colaboradores (403-1, 403-2, 403-3)

Para Makro garantizar la Seguridad y Salud de los colaboradores durante el desarrollo de las operaciones constituye un compromiso establecido desde la Alta Dirección, que se ve reflejado en la Política de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST), la cual es conocida y aplicada por todos los colaboradores y demás partes interesadas a través del cumplimiento de las normas y actividades de seguridad en el lugar de trabajo.

Con el ánimo de velar por la vida, seguridad y salud de sus colaboradores, Makro se ha enfocado en la prevención de accidentes y enfermedades laborales, mediante la implementación de un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST) y la aplicación de controles operacionales que buscan la mejora continua.



INICIATIVAS 2017

Basados en la nueva estructura de SST, en 2017 se adelantó la elaboración de la documentación del Sistema de Gestión de SST y se inició su implementación en las tiendas con el apoyo de los aprendices SENA.

Como parte de este ejercicio, se dio inicio a la divulgación de las nuevas políticas, procedimientos, programas y controles operacionales enfocados en la prevención de accidentes de trabajo, haciendo especial énfasis en la divulgación de procedimiento de falta cercana¹⁰, actos y condiciones inseguros así como las inspecciones planeadas, con el fin de identificar las situaciones que pudieran materializarse en accidentes de trabajo y así intervenir oportunamente la condición.

Por su parte, en las investigaciones de accidentes de trabajo se implementó una nueva metodología para el análisis de los mismos, haciendo énfasis en el establecimiento de las medidas de intervención para evitar la ocurrencia de Accidentes de trabajo (AT).

Para 2017 a nivel nacional se desarrolló la semana de la Salud y Seguridad en el Trabajo en la cual se realizaron actividades de prevención y promoción, tales como charlas de prevención de riesgo cardiovascular, importancia de las pausas activas, manejo del estrés, manejo del dolor de cabeza y migraña, además de toma de tensión arterial, tamizaje cardiovascular, toma de talla y peso. También se desarrollaron jornadas de relajación y masajes anti estrés.



Durante la semana de SST se hizo el lanzamiento del módulo de inducción y reinducción de Seguridad y Salud en el Trabajo en el que se buscó reforzar los conocimientos básicos asociados al sistema de gestión.

Otro de los aspectos a resaltar, fue el lanzamiento de un curso virtual enfocado en la prevención de los principales accidentes que se generan en la operación tanto en las oficinas administrativas como en las tiendas.

Dentro del tema de preparación y respuesta ante la emergencia se realizó capacitación a nivel nacional a las brigadas de emergencia con el cuerpo de Bomberos, donde se abordaron temas como primeros auxilios, rescate y evacuación y manejo contraincendios

Cabe señalar que Makro cuenta con un comité bipartito de Salud y Seguridad en el Trabajo (CO-PASST) el cual se encarga de gestionar las necesidades, sugerencias, propuestas y capacitaciones en materia de Seguridad y Salud en el trabajo en cada una de las tiendas. Para Bogotá, está conformado por integrantes de todas las tiendas y de OST (Oficina de Soporte a Tiendas). Este comité

10. Conocida en inglés como "Near miss", son aquellas situaciones donde "casi" sucede un accidente. Es un acontecimiento imprevisto que tiene el potencial de causar, pero en realidad no resultan en lesiones personales, daños al medio ambiente o equipo, o una interrupción a la normalidad operación.



bipartito, representa al 100% de los trabajadores de la empresa. En dichas elecciones participan la totalidad de los colaboradores de cada una de las sedes para elegir el representante de los trabajadores mientras que el representante del empleador es designado por la alta dirección.

Los integrantes del COPASST y las funciones del mismo son divulgados en cada una de las sedes, con el fin de facilitar la participación de los colaboradores frente a las actividades o propuestas de SST. Dichas propuestas, son informadas mensualmente a la jefatura de SST y a su vez a la alta dirección en cada una de las tiendas para facilitar el seguimiento y gestión. Así mismo, es un tema que se presenta y valida en la revisión por la alta dirección para tomar decisiones e implementar las medidas que se requieran.

Durante el año 2017, se presentaron 143 accidentes de trabajo con 843 días perdidos, lo cual representa una disminución en la severidad de 243 días perdidos, con respecto al año 2016.

De acuerdo con el monitoreo que se lleva a cabo en materia de seguridad y salud, las 4 principales causas de accidentalidad fueron:



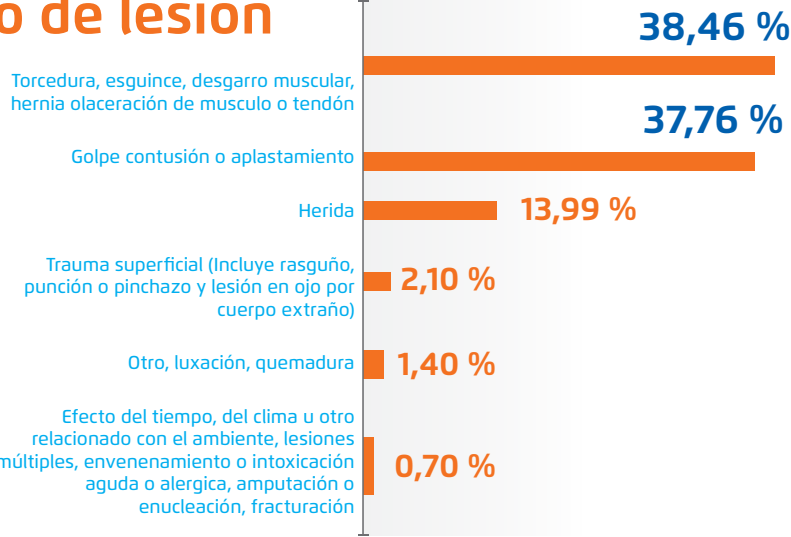
Accidentes de trabajo



Dentro de los esquemas de seguimiento se ha identificado que las tres principales lesiones que se dan como resultado de los accidentes presentados en 2017 son: la torcedura, esguince, desgarr muscular y hernia en el primer lugar con 38,46% de los accidentes presentados; golpe, contusión o aplastamiento en segundo lugar con 37,76% y heridas con 13,99%. Los datos desglosados se presentan a continuación:

Tipos de lesiones

Tipo de lesión



En el análisis de riesgos en salud y seguridad, se ha identificado que los cargos con mayor tasa de accidentalidad son los Auxiliares de Carnes, seguidos de Auxiliar de Mantenimiento y Auxiliar de Fruver. Para la prevención focalizada de accidentes en estos grupos de mayor accidentalidad se desarrollaron procedimientos operacionales en el área de carnes y mantenimiento así como capacitaciones de prevención de accidentes.

Dentro de los indicadores asociados a la accidentalidad, en Makro se hace seguimiento al Índice de frecuencia de accidentes de trabajo con incapacidad. En 2017, se inició la implementación de indicadores con base en los estándares y fórmulas definidos en la resolución 1111 de 2017, los cuales serán la línea base para el SG-SST.

Para calcular el Índice de Frecuencia se aplica la siguiente fórmula para el cierre del 2017:

Formula	Nivel de Desagregación	Interpretación	Resultado
(Número de accidentes de trabajo que se presentaron en el periodo "Z" / Total de horas hombre trabajadores en el periodo "Z")* 240.000	Índice de frecuencia de accidente de trabajo	Número de veces que ocurre un accidente laboral, en un periodo de tiempo.	7,3

Teniendo en cuenta que se presentaron 143 accidentes, y el total de horas hombre para el período fue de 4.683.546,14, el resultado del índice es 7,3. Este indicador hace referencia al número de veces que ocurre un accidente laboral, en un período de tiempo.

Índice de frecuencia AT con incapacidad

Formula	Nivel de Desagregación	Interpretación	Resultado
(Σ de accidentes de trabajo con incapacidad * k / Total de horas hombre)	Índice de frecuencia de accidente de trabajo con incapacidad.	Número de accidentes con incapacidad con incapacidad que se producen en el total de los trabajadores por horas trabajadores en el mes	6,5

Este indicador hace referencia que se presentaron 6.5 AT con incapacidades en el total de trabajadores de acuerdo con las horas hombre trabajadas

Índice de severidad

Este indicador hace referencia que se perdieron 43,2 días como resultado de un accidente de trabajo en un periodo de tiempo definido.

Formula	Nivel de Desagregación	Interpretación	Resultado
(Número de días de trabajo perdidos por accidente de trabajo en el periodo "Z" + número de días cargados en el periodo "Z" / Horas	Índice de Severidad de accidentes de trabajo	Número de días perdidos y/o cargados por accidentes laborales en un periodo de tiempo	43,2

Tasa incidencia

En Makro se realizan exámenes ocupacionales de ingreso de acuerdo con los riesgos de exposición para cada cargo. También se llevan a cabo exámenes médicos periódicos con énfasis osteomuscular., Durante 2017, no se han calificado enfermedades laborales asociadas a las actividades que se desarrollan en nuestras operaciones, por ello nuestra tasa de incidencia de enfermedades laborales¹¹ es 0. Es grato comunicar que durante el periodo 2017 no se presentaron accidentes mortales¹² dentro de nuestra operación.



11. Número de casos nuevos de enfermedad laboral en el período "Z" / Promedio total de trabajadores en el período "Z") * 1000. Siendo el periodo Z, el año.
12. La forma en que se mide este indicador es : Número de accidentes de trabajo mortales que se presentaron en el período "Z" / Total de accidentes de trabajo que se presentaron en el período "Z") * 100

4.2 Programas sociales

El crecimiento de nuestra organización está ligado a nuestro compromiso con el progreso del país. Por eso, trabajamos por el desarrollo de nuestros diferentes grupos de interés entre ellos, la comunidad. Con este grupo en especial, buscamos aportar a la formación de los jóvenes en Colombia, facilitando el acceso de más estudiantes a la educación superior. Eso, porque consideramos que la educación es la base que posibilita el desarrollo de las personas.

Nuestra principal campaña de inversión social es “Tu Cambio Cambia Vidas”. A través de la labor realizada por los cajeros en el 100 % de nuestras tiendas, invitando a los clientes a donar su cambio al programa social ayudamos a que jóvenes de escasos recursos puedan cumplir sus sueños, otorgándoles una beca para sus estudios en el Politécnico Internacional, sede de Bogotá. Makro directamente realiza el recaudo, consolida los valores y los entrega a la institución educativa.

Los recaudos donados por los clientes de Makro son destinados a becas del 40 % para estos jóvenes provenientes de diferentes regiones de Colombia que encuentran en este programa una oportunidad para su desarrollo laboral.

Estudiantes Becados (Números acumulados)	
2014	122
2015	224
2016	342
2017	361



Desde que el programa fue creado en 2011, hemos beneficiado a 361 estudiantes. En 2017, se llevaron a cabo varias actividades para continuar afianzando el programa:

- A los clientes que más donaron les enviamos una carta de agradecimiento con un certificado de donaciones emitido por Makro y el Politécnico Internacional.

- Se organizó un desayuno con los directores de Makro (Management Team), para que conocieran a los estudiantes beneficiados del programa y pudieran compartir experiencias.
- Se llevó a cabo la ceremonia de entrega de becas dentro del marco de un gran evento que realiza Makro, en conjunto con sus proveedores, llamado Extravaganza. Es una feria destinada a clientes del sector profesional (Hoteles, Restaurantes, Casinos y tenderos), donde reciben información relevante para sus negocios. En ese mismo evento, los cajeros que más recaudaron fondos también fueron homenajeados.
- Trimestralmente premiamos a los 5 cajeros que lograron mayor recaudo para el programa.

En el 2017, logramos un recaudo de \$ 179.203.531 en los puntos de pago de Makro en todo el país.

Como se muestra a continuación, hemos mejorado el recaudo año a año, lo que nos permite seguir patrocinando el estudio de nuevos jóvenes que se vinculan al programa.

Tendencia de Recaudos del programa:

Recaudo Anual COP



Adicionalmente, Makro realizó donaciones a dos diferentes fundaciones:



Fundación La Manuelita, localizada en Cajicá. Es una organización familiar sin ánimo de lucro que ofrece cuidados y un hogar para los adultos mayores que no tienen familia o han sido abandonados, para que puedan tener una vida más digna y feliz. En 2017, Makro hizo la donación \$ 29.091.935 en productos, para suplir las necesidades de la organización.



Fundación Solidaridad por Colombia, que lucha para suplir las necesidades de la población más vulnerable en diferentes departamentos de Colombia. Brinda apoyo en eventos donde la acción de las instituciones estatales no alcanza a llegar, ya sea por falta de recursos, o porque sus procesos le impiden responder de manera inmediata. En 2017, Makro hizo una donación de \$20.000.000.

Con el ánimo de lograr mayores impactos en nuestras comunidades, para el 2018, tenemos como reto revisar y replantear los programas sociales, considerando los siguientes objetivos:

- Ayudar al menos a 40 jóvenes por año;
- Utilizar herramientas para igualar donaciones como Matching Fund para que Makro pueda aportar más al programa.
- Cubrir posibles vacantes de Makro con los egresados del programa.

“HACEMOS
MÁS CON
MENOS”

5 NUESTRO PLANETA



5.1 Nuestra Huella Ambiental y la gestión eficiente de recursos

El calentamiento global es uno de los temas más importantes y vigentes en la agenda mundial y de Colombia, pues afecta a todos los países por igual. Dentro de la necesidad de actuar, nuestro país ha desarrollado a lo largo de los últimos años una serie de normas ambientales, que permiten controlar, mitigar y adaptarse al cambio climático, razón por la cual el cumplimiento legal adquiere una relevancia importante para todas las organizaciones a nivel nacional.

Para Makro Colombia, uno de los temas materiales es justamente el cumplir con los requerimientos de las autoridades en materia ambiental, considerando que la única manera de aportar al desarrollo sostenible es ser eficientes, asegurando la operación en el tiempo. Conscientes de ello y evaluando los impactos ambientales que generamos, nuestro objetivo es ir más allá, desarrollando iniciativas y proyectos que permitan reducir y controlar nuestra huella ambiental.

Bajo el eslogan “Hacer más con menos”, Makro definió que su huella ambiental está asociada a los consumos de agua y energía requeridos para el normal funcionamiento de las tiendas y áreas administrativas, así como por la generación de residuos y emisión de gases efecto invernadero (GEI) que se producen en ellas.

La meta de reducción definida para el periodo 2015-2018 es del 20% de los consumos de recursos naturales y generación de desechos con relación a las ventas realizadas en el mismo lapso de tiempo. Lo anterior, considerando que para Makro el ser eficiente es ser más productivos económicamente, consumiendo menos recursos, lo que se ve reflejado en un mejor desempeño de ventas con respecto al impacto ambiental generado en la operación.

¿Cómo lo gestionamos?

Contamos con una estructura organizacional definida de HSEQ (Seguridad y Salud en el Trabajo, Medio Ambiente, Calidad y Sostenibilidad), que nos permite abordar los diferentes frentes operacionales, asociados a la generación de GEI e impactos ambientales de la operación. Las áreas de sostenibilidad y medio ambiente trabajan de manera conjunta para desarrollar proyectos e iniciativas encaminadas al aprovechamiento y uso racional de los recursos en nuestras tiendas.

De igual manera, el área de ingeniería trabaja para evaluar e implementar proyectos asociados a mejorar procesos operativos, que ayuden a reducir consumos, lo que se traduce en ahorros tanto en los sistemas hidráulicos como eléctricos de los diferentes centros de trabajo, contribuyendo a la reducción de la huella ambiental.

Las dos gerencias trabajan de manera coordinada y conjunta, desarrollando estrategias para la optimización del consumo de recursos que van desde proyectos de reconversión tecnológica y mantenimientos preventivos, liderados por el área de Ingeniería y Expansión, hasta campañas de sensibilización, desarrolladas por el área de medio ambiente, en las que se empodera a cada uno de los colaboradores, para que promuevan una cultura de consumo eficiente. Desde la coordinación ambiental se trabaja constantemente para garantizar el cumplimiento de la normatividad local vigente, por parte de las tiendas Makro, estaciones de servicio y concesiones.

Pequeños
cambios
hacen una
MAKRO
diferencia

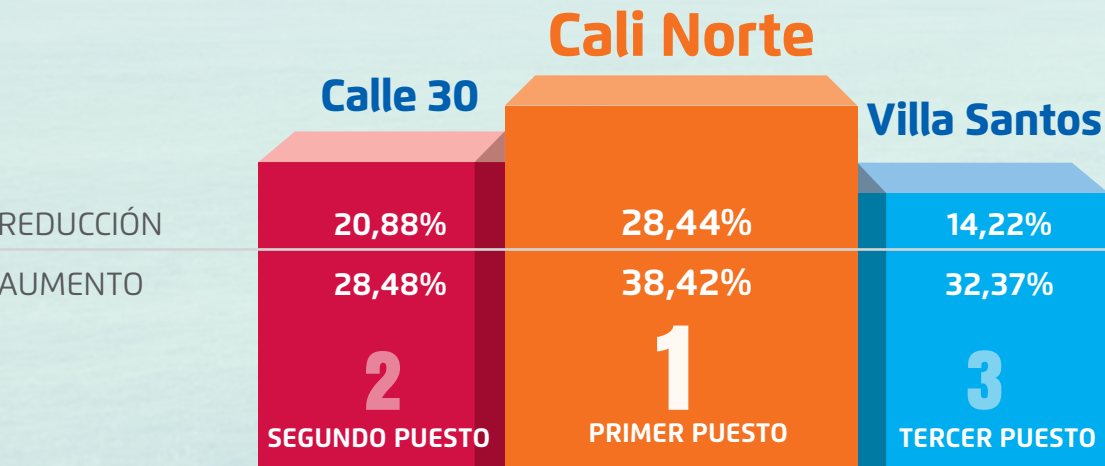
CONCURSO HUELLA AMBIENTAL 2017

Como parte de las iniciativas generadas para reducir la huella ambiental, desde el año 2016 se realiza un concurso que premia a las 3 mejores tiendas, cuyo desempeño ambiental ha sido sobresaliente y que han logrado gestionar adecuadamente los siguientes temas: Ahorro de Energía, Ahorro de agua, Reducción en la generación de residuos, aumento en la generación de residuos reciclables y aprovechables y porcentaje de participación (cambio en las cajas aportado por el cliente) al programa social Tu cambio Cambia Vida (TCCV).

El método para definir el desempeño de las tiendas fue el siguiente:

- 1. Se determinó el cumplimiento de cada tienda a las metas definidas para cada indicador (agua, electricidad, residuos, reciclaje y TCCV).
- 2. Se estableció el número de indicadores cumplidos.
- 3. Se seleccionaron las tiendas con mayor cantidad de indicadores cumplidos.
- 4. Seleccionadas las 3 tiendas con mayor cantidad de indicadores con meta cumplida, se midió su desempeño en reducción (consumo de agua, energía y generación de residuos) y aumento (reciclaje y recaudos por tu cambio cambia vidas).
- 5. Se posicionaron las tiendas de acuerdo al resultado de la medición de su desempeño.

Las tiendas que recibieron premiación por ser las de mejor desempeño durante el 2017 fueron las siguientes:



Gestión eficiente de recursos

La gestión eficiente de los recursos contempla un espectro amplio de procesos que van desde el monitoreo del cumplimiento de los requisitos legales ambientales, hasta el seguimiento a la gestión operativa en sus impactos de huella ambiental, asociados particularmente a 4 aspectos: Emisiones, Agua, Energía y residuos. A continuación se presenta cada uno de los temas en detalle.

5.1.1 Cumplimiento ambiental (307-1)

En Makro, se han establecido seguimientos mensuales para verificar el cumplimiento de los requisitos legales en materia ambiental que son aplicables a nuestra empresa y que se encuentran definidos por la legislación colombiana para las tiendas, estaciones de servicio y concesiones. En caso de identificar hallazgos que puedan llevar al incumplimiento legal ambiental, se desarrollan los planes de acción correspondientes para su efectiva corrección, evitando así cualquier sanción o materialización de riesgos.

A 2017, Makro no ha recibido multas o sanciones monetarias, ni tiene en proceso casos sometidos a mecanismos de resolución de litigios relacionados con incumplimientos ambientales. Cabe señalar que a pesar de todos los controles, en 2017 Makro recibió notificación de sanción ambiental pedagógica por el incumplimiento en los niveles de ruido ambiental emitidos en una tienda en el año 2010. Aunque el hallazgo se había dado 7 años atrás, la sanción sólo se hizo efectiva hasta este año, aunque las causas que daban pie a la sanción, ya habían sido subsanadas. La sanción consistió en el desarrollo de capacitaciones enfocadas a las causas e impactos de la contaminación ambiental por ruido. Sanción que se cumplió al realizar una capacitación de 8 horas en la materia.

5.1.2 Residuos

En Makro contamos con un programa de manejo integral de residuos sólidos y peligrosos que de acuerdo con la normatividad contempla la clasificación en: peligrosos ordinarios, orgánicos y reciclables. En el año 2017, se fortaleció el programa a través de planes que hoy se ejecutan en la compañía y los cuales trazan objetivos específicos con el enfoque de recuperar, reducir, reutilizar y reciclar. Este ajuste surgió como resultado del análisis de la cantidad y tipo de residuo generado en la operación.



Residuos Peligrosos

Los residuos peligrosos generados por la operación de Makro son: aceite mineral usado, residuos de pintura, luminarias fluorescentes, pipetas de gas refrigerante, tóner, cartuchos y aparatos eléctricos y electrónicos. En todas las tiendas Makro a nivel nacional se cuenta con gestores autorizados por los entes de control ambiental para el adecuado transporte, tratamiento y disposición final.

Generación de RESPEL por año



Durante el año 2017, Makro obtuvo a nivel nacional una disminución en su indicador de generación de residuos peligrosos del 33% respecto al año inmediatamente anterior.

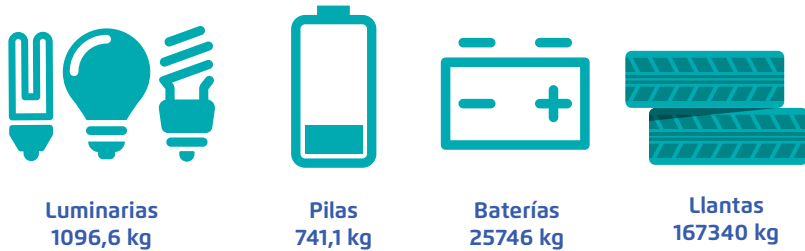
Generación de RESPEL		
Año	Generación kg	Número de tiendas
2016	6.512	17
2017	4.379,0	20



Residuos posconsumo

Makro cuenta con puntos posconsumo disponibles al público en general, para hacer la disposición adecuada de los residuos que tienen características de peligrosidad y que generan un impacto negativo en el ambiente. Actualmente se tienen puntos posconsumo de luminarias fluorescentes, pilas, llantas y baterías de ácido-plomo. Durante el año 2017 se recolectaron más de 194 toneladas de residuos posconsumo que fueron gestionados a través de cada programa posconsumo con gestores autorizados por los entes de control ambiental.

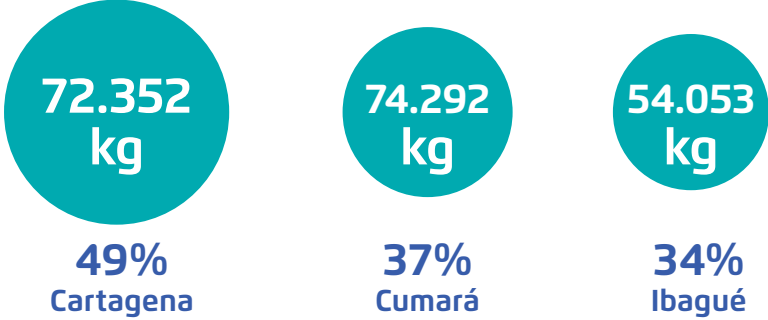
Los resultados de los programas posconsumo para el año 2017 fueron los siguientes:



Residuos Reciclables

Algunos ejemplos de materiales generados por nuestra operación son: cartón, plástico, chatarra, vidrio, papel, en sus diferentes presentaciones y variaciones. En 2017 se entregaron para recuperación y reciclaje más de 827 toneladas.

Dentro de las estrategias de reducción de huella ambiental para Makro Colombia, se tenía como meta para 2017 reciclar el 10% del total de los residuos generados a nivel nacional en nuestras operaciones. En el 2017, logramos un resultado del 22%, superando el objetivo del año. Considerando lo anterior, las tres tiendas que mayor porcentaje de reciclaje aportaron respecto al total de sus residuos generados durante 2017 fueron las siguientes:





Desde 2016, se comenzó a reciclar los pendones y vallas publicitarias que Makro produce para promociones y eventos de temporada, transformándolos en bolsas reutilizables que pueden ser compradas por los clientes en las tiendas. El proyecto que empezó en agosto de 2016 presentó 2.292 unidades vendidas durante el año 2017, 48% más que el año anterior.

Otra iniciativa que impactó nuestros resultados sobre reciclaje, fue la donación de más de 6.2 toneladas de tapas para la fundación Tapas para Sanar. Con las tapas recolectadas se financia el desarrollo de los programas de apoyo integral para los niños con cáncer y sus familias en el diagnóstico y cuidado de la enfermedad.



Residuos Orgánicos

Producto no conforme del área de alimentos secos, perecederos y carnes es tratado por gestores de residuos orgánicos en todas las tiendas, garantizando así el aprovechamiento de estos subproductos que no son aptos para el consumo humano pero que sirven como materia prima para otros procesos productivos, reduciendo el impacto generado y contribuyendo así, a aumentar la vida útil de los rellenos sanitarios de las ciudades donde tenemos operación. El uso que se está dando a estos residuos es:

- Recuperación de suelos por medio del compostaje de materia orgánica que, con ayuda de microorganismos, realizan la descomposición de todo el material orgánico, ayudando a subsanar suelos deteriorados a causa de la sobreexplotación con cultivos de caña de azúcar;
- Compostaje mediante la degradación orgánica, por medio de la lombriz roja californiana y la producción del humus líquido;
- Procesamiento para alimentación animal.

Para el año 2016 Makro presentaba un índice de generación de residuos orgánicos de 50.316 kg por tienda, mientras que en 2017 se obtuvo un índice de generación de residuos orgánicos de 43.246 kg/año, mejorando en un 14% respecto al año inmediatamente anterior aun contando con la apertura de tres tiendas nuevas.

Generación de orgánicos		
Año	Generación kg	Número de tiendas
2016	855.380	17
2017	864.913	20



Residuos Ordinarios.

Son aquellos residuos que no pueden ser reciclados, reutilizados o transformados en abono. Esos son recogidos por la empresa de servicio público de cada ciudad donde las tiendas están ubicadas. Para disminuir la generación de ese tipo de desechos, se han tomado diferentes acciones:

- Se desarrolló un curso virtual para seguir capacitando a los empleados sobre la clasificación de los residuos y mejoramos la comunicación en los puntos ecológicos ubicados en Oficina de Soporte a Tiendas.
- Se continuó capacitando al personal en Tienda, acerca de los diferentes programas y normativa vigente relacionados con gestión de residuos.
- Se estableció un punto ecológico en el 100 % de las Tiendas para la clasificación en la fuente de residuos reciclables y ordinarios.

Buscando bajar los desperdicios, en general, se mantuvo la migración del 100 % de los desprendibles de nómina de Oficina de Soporte a Tiendas de papel a digital, dejando de generar más de 3.000 impresiones al año.

Con el fin de disminuir el volumen de residuos que van al relleno sanitario, se instalaron dos compactadoras como prueba piloto en las tiendas de Cumará (Bogotá) y San Juan (Medellín). Actualmente se está realizando seguimiento al desempeño de este proceso, para que en 2018 se evalúen los resultados y con base en ellos se determine la continuidad e implementación de esta iniciativa en las demás tiendas.

Conforme a lo establecido en la normatividad ambiental colombiana y partiendo de la base que la compañía es ambientalmente responsable, con el fin de generar el menor impacto ambiental, se determina el método más adecuado de eliminación por tipo de residuo. A continuación se relaciona la distribución por tipo y método de disposición de acuerdo con los residuos generados en 2017.

No se presenta un comparativo, porque en este año hubo una reclasificación de los residuos respecto al informe de 2016.

13. Para el año 2017 se definió un equivalente de 250 kg por cada m³ generado en residuos ordinarios. El total de m³ generados en 2017 fueron 8.529,9 m³

Gestión de Residuos (306-2)		
Residuos por tipo	Método de Disposición	2017
Residuos Peligrosos (RESPEL)	Recuperación	3277,5
	Incinerado	553,3
	Celda de Seguridad para RESPEL	548,2
	Total	4379
Residuos no peligrosos	Compostado (Orgánicos)	864.913,40
	Reciclado	833.749,20
	Relleno Sanitario ¹³	2.149.783,00
	Total	3.848.446,40
Total residuos (kg)		3.852.446,40

La mayor proporción de residuos peligrosos (RESPEL) tienen como disposición final procesos de recuperación seguida de incineración, con el primer proceso se logra dar una disposición ambientalmente adecuada disminuyendo el impacto que en su naturaleza trae un residuo peligroso para el ambiente.



La mayor proporción de los residuos no peligrosos generados en Makro tienen como disposición final el relleno sanitario, esto se debe en gran medida al factor de conversión que para el año 2017 se tiene para convertir los m3 de residuos ordinarios a kg, durante el año 2018 se trabajará para definir un factor de conversión que se acerque a la realidad de las tiendas Makro.

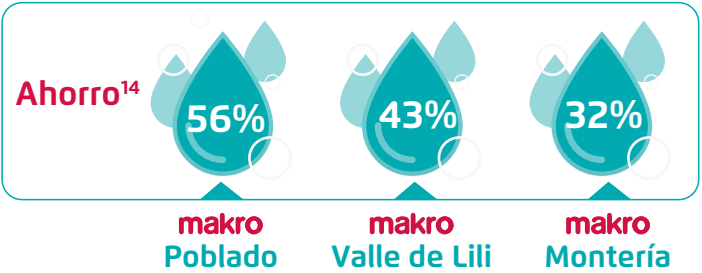
5.1.3 Agua

Para Makro el uso eficiente y ahorro de agua en la operación es muy importante. Considerando que muchos de los procesos que manejamos al interior de las tiendas requieren de agua para su correcto funcionamiento, es necesario gestionarla de manera adecuada y así asegurar la disponibilidad en el tiempo de este líquido vital para todos.

Durante el año 2017 se instalaron lavamanos y sanitarios ahorradores de agua, con los cuales queremos consumir un 80% menos de agua que los equipos o sistemas tradicionales.

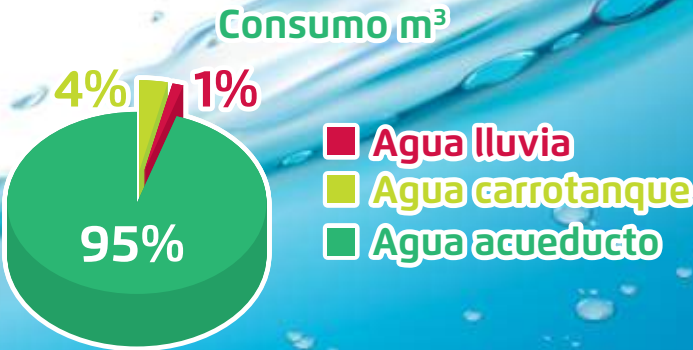
Se realizó el lavado y desinfección del 100% de los tanques de agua potable disponibles en las tiendas, garantizando así que se cumplen con los parámetros fisicoquímicos y microbiológicos.

Intensidad de consumo de agua



Consumo total de agua Makro Colombia 2017 (303-1)		
Año	Consumo m³	Número de tiendas
2016	78.051	17
2017	79.451,4	20

FUENTES DE CAPTACIÓN DE AGUA	
FUENTE	CONSUMO m³
Agua carrotanque	3036
Agua lluvia	998
Agua acueducto	75.417,4
TOTAL	79451,4



Con lo anterior, durante el año 2017 Makro obtuvo a nivel nacional una disminución en su indicador de consumo de agua equivalente al 7% respecto a su línea base de 2015. Las tiendas que a nivel nacional generaron mayor ahorro en consumo de agua durante el 2017.

14. El cálculo del indicador se realiza: consumo m³ de agua vs ventas en miles de millones de pesos COP

Para el año 2016 se tenía un índice de consumo por tienda de 4.591 m3/año, en 2017 este índice de consumo mejoró en un 13%, dejando como resultado por tienda un consumo de 3.973 m3/año. Este es un resultado positivo para Makro considerando la apertura de tres tiendas adicionales.

Fuente de captación para el funcionamiento de las tiendas Makro y la Oficina de Soporte a Tienda:

Adicionalmente, para dar un tratamiento integral al agua, en 2017 se realizó mantenimiento al 100% de los sistemas de tratamiento de aguas residuales no domésticas existentes en las tiendas.

Desde 2017 se empezó a trabajar en la instalación de Plantas de Tratamiento de Aguas Residuales – PTAR, para que en el primer semestre de 2018 se tenga un 20% de las tiendas con un tren de tratamiento completo. De acuerdo con los resultados y las necesidades de las demás tiendas se proyectará su implementación a nivel nacional. Durante 2017 se vertieron al alcantarillado en total 16.220 m3/año producto de la operación de las tiendas.

Esperamos para 2018, implementar un sistema para utilización de agua generada por el equipo de Aire Acondicionado en baños y riego de zonas verdes en las siguientes tiendas: Cartagena, Calle 30, Villavicencio, Santa Marta y Montería. Cabe señalar que este sistema ya está funcionando en la tienda Floridablanca.



5.1.4 Energía

Como parte de las iniciativas de eficiencia, se encuentran las que buscan ahorro energético. En 2017 cabe resaltar las siguientes:

- Cambio de iluminación de tubos fluorescentes a tecnología LED en 3 tiendas, las cuales son más eficientes y nos permiten reducir el consumo en un 30%.
- Renovación del sistema de frío y aire acondicionado en 1 tienda – Makro Cartagena.
- Mantenimiento regular de lucernarios en el 100 % de las tiendas, que consiste en su limpieza y cambio, cuando es necesario, para garantizar el mayor beneficio posible de la iluminación natural.
- Cambio del 100% de los lucernarios de 4 tiendas: Cartagena, Calle 30, Villavicencio y Santa Marta.
- En 2017 se aprobó una política basada en los criterios de operaciones eficientes definidos por LEED, en la cual se agrega como uno de los criterios que maneja el área de compras, el sello Energy Star para equipos eléctricos y electrónicos, lo que garantiza un consumo menor de energía

Gracias a las diferentes iniciativas emprendidas, en 2017 logramos una reducción del 8% respecto a la línea de base 2015, lo que indica que las acciones que se han implementado han sido eficaces.

El resultado de la intensidad energética corresponde al número de KW de energía eléctrica empleados en la operación de la tienda por cada 1000 millones de pesos vendidos.

La intensidad energética está asociada a la venta, ya que consideramos que la eficiencia operativa se ve reflejada en que tanto vendemos y qué recursos requerimos para ello, en este caso uso de recursos naturales asociados a la generación de energía.

En 2018, tenemos como iniciativa el cambio del sistema de iluminación de 3 tiendas. Allí haremos la conversión a LED y mejoraremos el sistema de automatización, con el fin de regular la intensidad de las luminarias de acuerdo a la luz natural que ingrese a la tienda.

Intensidad en el consumo de Energía Eléctrica en kw/\$1 millón de ventas (302-3)	
Año 2015	28.238
Año 2016	25.592
Año 2017	25.755

15. Los refrigerantes no son considerados, el consumo de estos equipos se asocia como tal al consumo de energía eléctrica para su funcionamiento. Sólo consideramos electricidad comprada de terceros. El parámetro de intensidad se mide como KW consumidos/1000 millones de pesos en ventas. El ratio solo considera el consumo de energía a nivel interno. Alcance 2, solamente.

5.1.5 Huella de Carbono

La huella de carbono, el impacto ambiental y la eficiencia operacional son tres aspectos que están muy ligados, dado que si contamos con una operación eficiente, lograremos optimizar los recursos con los que contamos, reduciendo sustancialmente el impacto ambiental derivado del consumo de recursos naturales renovables y no renovables.

Atmósfera en nuestras tiendas y Reducción de GEI

- Actualmente contamos con una tienda con diseño bioclimático en el Poblado. Esto ha permitido, en conjunción con el aire evaporativo que se tiene instalado, tener ahorros aproximados de un 40% en esta tienda versus un sistema de aire acondicionado estándar.
- El 82% del sistema de aire acondicionado está libre de refrigerantes CFC, para evitar daños en la capa de ozono y proteger nuestro planeta, para los equipos restantes nos encontramos en un proceso de transición para retirarlos de la operación.

Tienda	Tipo de refrigerante usado	Libre de CFC's
Villa Santos	R-22	No
San Juan	Agua	Sí
Ibagué	R-410a	Sí
Cartagena	R-410a	Sí
Calle 30	R-410a	Sí
Villavicencio	R-410a	Sí
Santa Marta	R-410a	Sí
Cúcuta	R-22	No
Montería	R-410a	Sí
Poblado	Agua	Sí

Para las tiendas con R-22 se ha establecido un plan de reconversión. Villa Santos está en proceso de negociación para que pueda ser reconstruida y la nueva tienda podrá tener refrigerante libre de CFC's. En Cúcuta, la vida útil del actual sistema termina en 2019, por lo que se esperaría su reemplazo en 2020.

- En 2017 realizamos análisis de laboratorio a 30% de los transformadores que tenemos instalados en las tiendas para validar presencia de PCB's¹⁶, obteniendo resultados satisfactorios, es decir, sin presencia de este contaminante.
- Nos encontramos en la transición de transformadores tradicionales a transformadores secos. Hemos hecho el cambio del 10% de los equipos instalados.
- Realizamos el cambio de los equipos montacargas que operan dentro de las tiendas, para asegurar que el 100% sean eléctricos y así generar menos emisiones y contaminación.

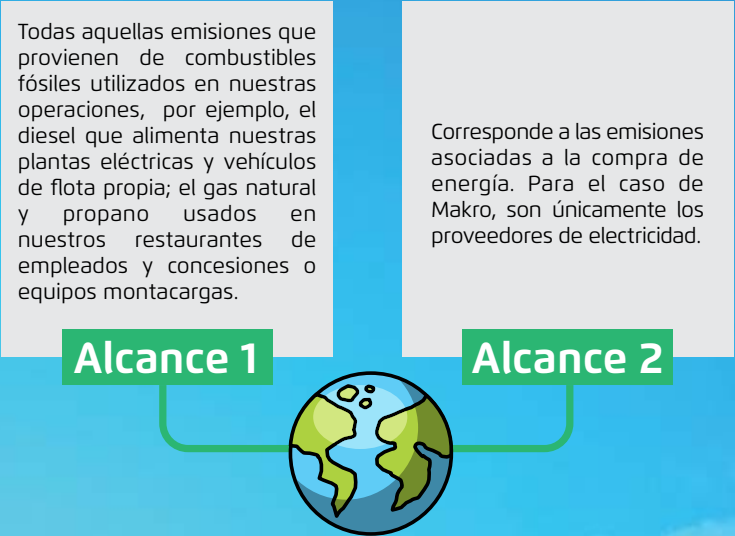
Con el fin de aportar a la calidad del aire de las ciudades donde tenemos presencia e incentivando hábitos saludables en nuestros trabajadores, se realizó la implementación del programa Makro Pedalea, una iniciativa que busca ofrecer un medio alternativo de transporte para que los funcionarios lo usen y puedan ir de su lugar de trabajo a sus hogares, aportando a la reducción de CO₂ generado por los medios de transporte tradicionales.

En línea con este proyecto, se generó en 2016 y aseguró su continuidad en 2017, el beneficio para los trabajadores de la oficina central de una ruta, para aquellas personas que deseen tomarla a un valor menor al que podrían pagar si fueran por sus propios medios.

16. Los policlorobifenilos (PCB) o bifenilos policlorados (en inglés: polychlorinated biphenyls) son una serie de compuestos organoclorados considerados como "contaminantes orgánicos persistentes", es decir que permanece en el medio ambiente por largos períodos y constituyen uno de los doce contaminantes más peligrosos del planeta. En nuestro país todavía se encuentran transformadores de baja y media tensión que contienen aceite refrigerante de PCB.

Estas acciones puntuales permiten no solo crear beneficios para nuestros empleados, sino que también aportar a la reducción de las emisiones de GEI que indirectamente generamos al momento de transportarnos o movilizarnos en las ciudades.

Para evaluar las emisiones de GEI, en especial el CO₂ generado en la operación, contamos con una metodología de medición de 2 alcances.

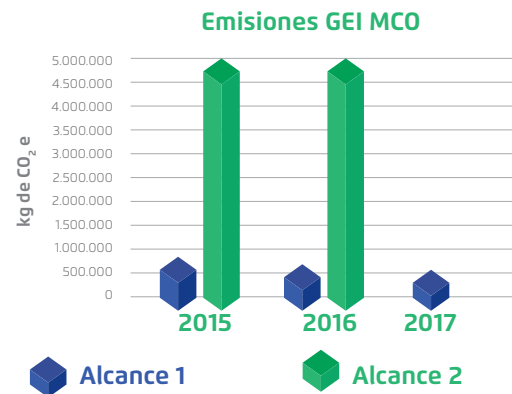


Makro utiliza como referencia para el cálculo de GEI los factores de conversión generados por SHV, a través de la alianza con la empresa Factor CO₂. El cálculo considera todos los gases emitidos en la combustión de las fuentes generadoras de energía, por lo que los resultados están expresados en CO₂ equivalentes (CO₂e).

A continuación presentamos cómo ha sido nuestro desempeño asociado a las emisiones de CO₂e:

Emisiones de Gases Efecto Invernadero (GEI) (305-1)			
En CO2 e	2015	2016	2017
Alcance 1	555.096	534.576	400.321
Alcance 2	4.710.019	3.667.608	0 (energía verde)
Total	5.265.115	4.202.184	400.321

17. No tenemos emisiones biogénicas de CO₂ en toneladas métricas de CO₂ equivalente. (na). Para el cálculo se aplican los factores de conversión establecidos por el holding SHV. IPCC guidelines – Factor CO₂ es la empresa contratada para actualizar los factores de conversión a nivel SHV.



Intensidad Emisiones GEI (Ton CO ₂ e/1000 Millones de ventas) (305-4) ¹⁸	
Año 2015	4.842
Año 2016	3.705
Año 2017	363

En 2017, para cada mil millones de ventas en nuestra operación, emitimos 363 Ton de GEI.

Como se puede observar, en 2017, Makro Colombia logró una reducción en toneladas métricas de CO₂ equivalente (305-5), gracias a la implementación del suministro de energía verde (renovable proveniente de hidroeléctricas), que influyó de manera notable en la reducción de las emisiones, asociadas a la energía eléctrica que compramos y que gracias al certificado otorgado por EPM podemos considerar como cero.

En 2017, hemos consolidado una alianza estratégica con nuestro proveedor de energía a nivel nacional EPM (alcance 2), el cual nos certifica que toda la energía que consumimos en nuestras 18 tiendas es "Energía Verde", la cual proviene de centrales cuya generación es hidráulica. Es un tipo de energía renovable es certificada mediante el estándar internacional I-REC y su operación es similar a los certificados de reducción de emisiones en los mercados de carbono.

El operar con energía verde nos permite contabilizar en nuestro inventario anual de Gases Efecto Invernadero (GEI) o huella de carbono que las emisiones asociadas a la electricidad consumida tienen un factor de emisión cero, reduciendo considerablemente nuestro impacto ambiental.

Dentro de las iniciativas para 2018, estudiaremos la posibilidad de instalar un sistema fotovoltaico (plantas solares) en 8 tiendas. Con ello, esperamos suplir como mínimo el 10% de la energía requerida de estas tiendas. La implementación dependerá del diferencial del valor de Kw de la planta versus Kw del operador tradicional de energía, además de ciertos aspectos técnicos (como el índice de radiación solar en las localidades estudiadas) y normativos por aclarar. También buscaremos mantener el 100% de nuestras tiendas abastecidas con energía verde.

¹⁸. Los tipos de emisiones de GEI incluidos en el ratio de intensidad son: directas (alcance 1) e indirectas al generar energía (alcance 2).

5.2. Edificios LEED

Makro quiere ir más allá en su búsqueda por mayores eficiencias y en la generación de impactos positivos con su operación. Para mantener el patrón de esa gestión, la compañía incorpora estándares ambientales internacionales de avanzada en la construcción de sus tiendas, cumpliendo con las directrices definidas por el US Green Building Council. Dentro de las estrategias y políticas definidas por la organización, se estableció como lineamiento del Grupo Makro que todas las tiendas nuevas iban a ser diseñadas, construidas y operadas bajo parámetros sostenibles, priorizando sistemas enfocados a la eficiencia energética, el ahorro de agua, el uso materiales y recursos renovables y ambientalmente sostenibles, la calidad del ambiente interior y el desarrollo de sitios sostenibles. Dicho requerimiento también aplica para el 10% de las tiendas existentes, para las cuales se busca una adecuación tecnológica y operativa que permita cumplir con eso. Este objetivo se materializa con la búsqueda por la Certificación LEED en nuestros edificios.

El construir una edificación sostenible genera en los trabajadores y a la compañía un orgullo y mayor sentido de pertenencia, al ver los esfuerzos técnicos, administrativos y económicos que está realizando la compañía para expandir su operación, cumpliendo los más altos estándares ambientales y operacionales, con el fin de impactar en menor medida el medioambiente.

Impactamos de manera positiva a la comunidad, dado que los materiales e insumos requeridos para la construcción de las nuevas tiendas son compradas en poblaciones o industrias ubicadas en el área de influencia del proyecto, con el fin de reducir la huella de carbono asociada con el transporte, generando dinamismo en la economía local.

¿Qué es LEED?

La Certificación LEED (Liderazgo en Energía y Diseño Ambiental, por sus siglas en inglés) es un sistema de certificación con reconocimiento internacional para edificios sostenibles, creado por el Consejo de Edificación Sostenible de Estados Unidos (U.S. Green Building Council). La certificación define un conjunto de sistemas de clasificación para el diseño, construcción, operación y mantenimiento de edificios que desean ser ambientalmente responsables y utilizar recursos de manera eficiente. Entre los beneficios que proporciona esta evaluación se encuentran:

- Espacios interiores con mejores condiciones para la salud y productividad.
- Reducción de emisiones de gases de efecto invernadero.
- Disminución en los costos de operación y residuos.
- Incremento del valor de sus activos.
- Ahorro energético y de recursos.
- Ahorro en el consumo de agua.

Dentro de las categorías a las cuales se puede optar para la certificación se encuentran:



¿QUÉ HICIMOS EN 2017?

Como parte de este compromiso, nuestras 3 nuevas tiendas: Cajicá, Floridablanca y Puente Aranda, fueron construidas bajo los más altos estándares y requerimientos para optar a la certificación de construcción sostenible LEED. También empezamos el proceso de certificación LEED EBOM (edificios existentes) para la tienda de Tunja.

Para alinear esta iniciativa con la estrategia de la compañía, se generaron políticas relacionadas con gestión del sitio, compras sostenibles, renovación y mantenimiento, gestión integral de residuos sólidos y limpieza verde. Dichas políticas han permitido gestionar de manera sostenible los proyectos

desarrollados bajo lineamientos LEED y ajustar la operación de las demás tiendas con respecto a esos procesos específicos, asegurando los parámetros requeridos de este estándar internacional.

Para los proyectos, trabajamos con una consultoría especializada, quienes nos apoyan, asesoran y acompañan en todo el proceso relacionado con la certificación LEED, con el ánimo de llegar a feliz término y alcanzar el reconocimiento de los altos estándares ambientales y operacionales implementados en nuestras edificaciones.

Las tiendas que implementan estrategias LEED cuentan con un aporte paisajístico que genera una externalidad positiva en la comunidad.



Algunos puntos destacados de nuestras nuevas tiendas LEED son:

Desarrollo de sitios sostenibles:

2 de las 3 nuevas tiendas construidas cuentan con una fachada de muros verdes, que suman más de 350 m2 de área. Eso permite mejorar la calidad ambiental de la zona y contribuir a tener un mejor paisaje urbano.

Todas las tiendas cuentan con parqueaderos para bicicletas y estacionamientos preferenciales para premiar a las personas que compartan su vehículo(carpool) o que tengan carros eléctricos.



Eficiencia energética

De forma independiente medimos los sistemas de iluminación, ventilación, aire acondicionado y tomacorrientes para evaluar su eficiencia energética.

Todas las tiendas poseen un sistema de iluminación LED, que implica un ahorro mínimo del 47% comparado a sistemas de iluminación tradicional.



Eficiencia en agua

Esas tiendas reutilizan el agua lluvia para suplir por lo menos el 90% de la demanda de los sanitarios y orinales. También suplimos el 100% del agua para el riego de plantas que significó en 2017 un ahorro en consumo de agua de 998 m3.

Se instalaron orinales y lavamanos ahorradores, con los cuales esperamos consumir un 80% menos de agua comparando con los equipos o sistemas tradicionales.



Calidad del aire Interior

Durante la construcción de las nuevas tiendas, se usaron materiales bajos en compuestos orgánicos volátiles (VOC) para proteger la salud de los trabajadores y clientes de esos tóxicos.

Al interior de la tienda siempre se respira aire fresco. Este es inyectado por un moderno sistema que sobrepasa en un 30% los niveles mínimos establecidos por los estándares internacionales.



Materiales y recursos renovables

Durante el proceso de construcción de las 3 tiendas, se recicló más del 85% de todos los residuos generados.

Con base en la política de compras sostenibles, esas tiendas utilizan criterios para realizar la compra de productos para su consumo interno, como: proveedores y fabricantes nacionales, productos con contenido reciclado o fácilmente reutilizables, eficiencia energética de equipos eléctricos y luminarias, productos certificados sostenibles y ergonómicos para limpieza y mantenimiento.

La inversión en 2017 asociada a la construcción y puesta en operación de las tiendas LEED fue de 1933 Millones de pesos asumidos en su totalidad por Makro.

Inversión en millones de Pesos	
Tienda	Millones de Pesos
Tienda Makro Floridablanca:	800
Tienda Makro Cajicá:	700
Tienda Makro Puente Aranda	300
Tienda Makro Tunja:	133
Total Inversión	1933

Consideramos que contar con una edificación construida con los más altos estándares de calidad, genera en la comunidad beneficios ambientales en la medida que la presión que se ejerce en la zona sobre los recursos naturales es menor que la que generan las edificaciones tradicionales, dado que cuenta con emisiones de GEI menores, contribuyendo así a la calidad del aire de la localidad. También cuenta con zonas y muros verdes que favorecen la relación ecosistémica de la zona, lo que contribuye a la calidad ambiental y social de la comunidad.

Índice de Contenidos GRI

Contenidos generales			
Estándar GRI	Contenido	No. pág	Comentario/ Omisión
GRI 102: Contenidos generales 2016	Perfil de la organización		
	102-1 Nombre de la organización	6	
	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	10,27	
	102-3 Ubicación de la sede	6	
	102-4 Ubicación de las operaciones	6	
	102-5 Propiedad y forma jurídica	6	Makro es 5% de SHV y 95% de Orkam
	102-6 Mercados servidos	6	
	102-7 Tamaño de la organización	10, 11, 25	
	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	11, 37, 38	
	102-9 Cadena de suministro	11	
	102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	8, 20	
	102-11 Principio o enfoque de precaución	13	
	102-12 Iniciativas externas	4,16,28,69	
	102-13 Afiliación a asociaciones		Agremiaciones a las que pertenece MAKRO Colombia: • ACODRES (Asociación de la Industria Gastronómica a nivel nacional y Capítulo Magdalena). • ACRIP (La Asociación Colombiana de Relaciones Industriales y de Personal) • FENALCO (Fenalco Federación Nacional de Comerciantes nivel Nacional y seccionales de Santander, Bogotá y Risaralda) • COMEREC • Cámara de Comercio de Bogotá, Bucaramanga, Tunja
	Estrategia		
	102-14 Declaración de los altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	4	
	102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	15	
	Ética e Integridad		
	102-16 Valores, principios, Estándares y normas de conducta	8	
	102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	8, 10	
	Gobernanza		
	102-18 Estructura de gobernanza	17	
	Participación de los Grupos de Interés		
	102-40 Lista de los grupos de interés vinculados a la organización.	17	
	102-41 Acuerdos de negociación colectiva	43	
	102-42 Identificación y selección de grupos de interés	18	
	102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés	18	
	102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados	19	

Estándar GRI	Contenido	No. pág	Comentario/ Omisión
GRI 102: Contenidos generales 2016	Prácticas para la elaboración de informes		
	102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	16	
	102-46 Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas de los informes	19	
	102-47 Lista de los temas materiales	19	
	102-48 Reexpresión de la información		No se presentaron reexpresiones de información respecto al 2016.
	102-49 Cambios en la elaboración de informes	16	
	102-50 Periodo objeto del informe	16	
	102-51 Fecha del último informe	16	
	102-52 Ciclo de elaboración de informes	16	
	102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe	16	
	102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI	16	
	102-55 Índice de contenidos GRI	72	
	102-56 Verificación externa	16	

Contenidos temáticos			
Estándar GRI	Contenido	No. pág	Comentario/ Omisión
Temas materiales			
Desempeño económico			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	19,22,24	
GRI 201: Desempeño económico 2016	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	24	Parcial. Por motivos de confidencialidad no se presentan los datos del valor distribuido.
Prácticas de adquisición			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	19,33-35	
GRI 204: Prácticas de adquisición 2016	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	33	
Anticorrupción			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	8-10	
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-3 Casos de corrupción con rmados y medidas tomadas	10	

Estándar GRI	Contenido	No. pág	Comentario/ Omisión
Energía			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	19, 54	
GRI 302: Energía 2016	302-3 Intensidad energética 302-4 Reducción del consumo energético	65 64	
Agua			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	19,54,62	
GRI 303: Agua 2016	303-1 Extracción de agua por fuente	63	
Emisiones			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	19,65	
GRI 305: Emisiones	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1) 305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2) 305-4 Intensidad de las emisiones de GEI 305-5 Reducción de las emisiones de GEI	67, 68	
Efluentes y residuos			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	19,58- 61	
GRI 306: Efluentes y residuos 2016	306-2 Residuos por tipo y método de eliminación	61-62	
Cumplimiento ambiental			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	19,54- 57	
GRI 307: Cumplimiento ambiental 2016	307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	57	
Empleo			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	19,38- 39	
GRI 401: Empleo 2016	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación del personal 401-3 Permiso parental	39	
Salud y seguridad en el trabajo			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	19,45	
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2016	403-1 Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad	48	
	403-2 Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionaes, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	19-51	
	403-3 Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad	50	

Estándar GRI	Contenido	No. pág	Comentario/ Omisión
Formación y enseñanza			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	19,4	
GRI 404: Formación y enseñanza 2016	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	41	Parcial. No se cuenta con la información desglosada por género y por categoría laboral
	404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	40,44-45	
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional		
Comunidades locales			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	19,52	
GRI 413: Comunidades locales 2016	413-2 Operaciones con impactos negativos significativos -reales y potenciales- en las comunidades locales		No se han identificados impactos negativos significativos en las comunidades locales.
	Propio: Número de beneficiarios de programas sociales	52	
Salud y seguridad de los clientes			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	19,25	
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	26,27	
Marketing y etiquetado			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	32	
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	32	
Satisfacción y Fortalecimiento de nuestros clientes			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	25	
Satisfacción y Fortalecimiento de nuestros clientes	Propio: Medición NPS	26	
Satisfacción y Fortalecimiento de nuestros clientes			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	19,28	
Innovación Sostenible	Propio: % de ventas de los productos sostenibles sobre el total de las ventas de marca propia	30	



Juntos podemos
— hacer una —
Makro diferencia