

SOSTENIBILIDAD

*Reporte 2017
Makro Venezuela*

makro

Pequeños cambios hacen una Makro diferencia.

makro
su mejor aliado.

[*Índice*]



MENSAJE DE NUESTRO PRESIDENTE	4
NUESTRA ORGANIZACIÓN	6
¿Quiénes somos?	7
Historia	7
Grupo Makro	8
Makro Venezuela	9
Perfil de la organización	10
Nuestro modelo de negocio	11
Nuestros grupos de clientes	12
Nuestra cadena de valor	13
Gobierno corporativo	14
Comité corporativo	15
Ética en nuestras operaciones	16
Fomentando la conducta ética	16
Speak Up	18
Nuestros impactos riesgos y oportunidades	19
LA SOSTENIBILIDAD EN MAKRO	20
La estrategia de sostenibilidad de Makro	21
Nuestra visión	21
Nuestra misión	21
Nuestros compromisos	21
Comunicación abierta y reporte	22
Sobre este informe	22
Relacionamiento con Grupos de Interés	23
Materialidad	24
Sostenibilidad e Innovación: Objetivos 2018	26
Resumen de Nuestras Cifras y Resultados 2017	27
CREAMOS RELACIONES DE BENEFICIO MUTUO	28
Desempeño Económico	29
Nuestros Clientes	31
Satisfacción y Fortalecimiento de nuestros clientes	32
Nuestros productos	33
Productos marcas propias: calidad, salud y seguridad de nuestros clientes	33
Etiquetado de nuestras marcas	34

Innovación sostenible	35
Nuestros proveedores	36
Cadena de suministro	37
Iniciativas con los proveedores	39
LAS PERSONAS COMO MOTOR DEL CAMBIO	40
Gente Makro	41
Selección, capacitación y desarrollo del talento humano	43
Reclutamiento, Selección y Rotación	43
Índice de Rotación Total	43
Formación, Capacitación y Desarrollo	47
Desarrollo	50
Programa de Reclutamiento Interno (PRI)	50
Programa Trainee	50
Programa 222	51
Venezolanos asumiendo responsabilidades en el Exterior	51
Desempeño	52
Salud, seguridad y bienestar de nuestros trabajadores	52
Delegados de prevención	53
Accidentes Laborales	54
Bienestar	58
Conservatorios	61
NUESTRAS COMUNIDADES	62
Relación con nuestras comunidades	63
POR NUESTRO PLANETA HACEMOS MAS CON MENOS	66
Hacemos más con menos	28
Actividades de concientización	68
Sembrando Árboles Cultivando Valores	69
Navidad Sostenible	70
Eficiencia operativa	71
Energía	72
Agua	74
Residuos	75
Edificios eficientes	77
Agradecimiento	78
Índice de contenido GRI	80



Mensaje
de nuestro Presidente

102-14



Es muy grato presentarles nuestro segundo reporte de Sostenibilidad correspondiente a los resultados del año 2017, en el cual estamos informando lo que estamos haciendo en relación a nuestra gente, el planeta y la rentabilidad del negocio.

En el año 2017 afrontamos muchos retos como empresa. El nivel de Integridad, lealtad, responsabilidad y ética de nuestra gente nos permitió mantener a la organización cumpliendo con su rol, siendo la principal empresa Mayorista de Alimentos del país, donde a pesar de las adversidades logramos todos los objetivos planteados.

Continuar trabajando como la gran familia Makro que somos nos permitirá realizar cambios operativos, garantizando la continua optimización del uso de nuestros recursos, promoviendo con acciones sostenibles e innovadoras que nuestra operación permanezca en el tiempo por muchos años más, para continuar sirviendo a nuestros clientes que son nuestra razón de ser.

Corvitiéndonos en partícipes con el proceso de mantener un ambiente estable para nuestras futuras generaciones.

Nelson Dávila
Presidente





Nuestra
Organización



¿Quiénes Somos? 102-1

Somos la más grande organización mayorista que opera en el mercado venezolano.

En Makro Comercializadora S.A., distribuimos productos alimenticios al por mayor a pequeños y medianos comerciantes.

Visión: Makro invertirá en el desarrollo del talento de su gente con el propósito de contribuir en el crecimiento del negocio.

Misión: La distribución de productos con excelencia en precio, calidad y variedad para clientes que compran volumen, ofreciéndole ventajas y oportunidades para crecer, en un solo lugar, en cómodos y seguros espacios.

Historia

Makro Venezuela forma parte del Grupo Holandés “Steenkolen Handels-Vereeniging” (SHV), una empresa familiar fundada en Holanda en 1896, a partir de la fusión de varias compañías dedicadas a la comercialización de carbón.

En la mitad del siglo XX, SHV decidió ampliar sus negocios y seguir haciendo inversiones en varias actividades representadas por las siguientes filiales:

- **SHV ENERGY:** Comercio y distribución del Gas licuado de petróleo (GLP) / Generación de energía sustentable.
- **NPM Capital:** Gestión de fondos de inversión en capital privado.
- **Dyas:** Explotación y producción de petróleo y gas.
- **ERIKS:** Soluciones de ingeniería para la industria en general.
- **Mammoet:** Líder mundial en soluciones para el transporte de carga pesada y elevación.
- **Nutreco:** Líder mundial en nutrición animal y alimentos para peces.
- **Makro:** Mayorista con autoservicio.

Grupo Makro 102-3; 102-4; 102-6; 102-7

Makro inició sus operaciones en Holanda en el año 1968 con el concepto "Pague y lleve" y pronto se expande a otros países de Europa. En 1972 comienza operaciones en Sur América y en 1988 en Asia.

En 1992 inicia sus actividades en Venezuela con la inauguración de su primera tienda Makro La Urbina, ubicada en la ciudad de Caracas.

Durante 1997 cierra sus operaciones en Europa y en 2014 en Asia, para concentrar su expansión en países de Sur América.

Actualmente, Makro mantiene operaciones en cinco países de nuestro continente con tiendas distribuidas en:

- **Brasil:** 74 tiendas
- **Venezuela:** 37 tiendas
- **Argentina:** 22 tiendas
- **Colombia:** 20 tiendas
- **Perú:** 12 tiendas

Total 165 tiendas



Makro Venezuela 102-3; 102-4; 102-6; 102-7

Nuestras tiendas en Venezuela hoy están en los 21 estados de las 24 dependencias del país y llegamos al 93% de la población venezolana siendo la sede principal en Caracas.

Región Capital

- T01 La Urbina
- T02 La Yaguara
- T09 Guarenas-Guatire
- T16 Charallave
- T25 Altos Mirandinos
- T27 Vargas

Región Centro Occidente

- T05 Barquisimeto
- T12 Araure
- T13 Barinas
- T18 Paraguaná
- T31 San Felipe
- T33 Coro

Región Oriente

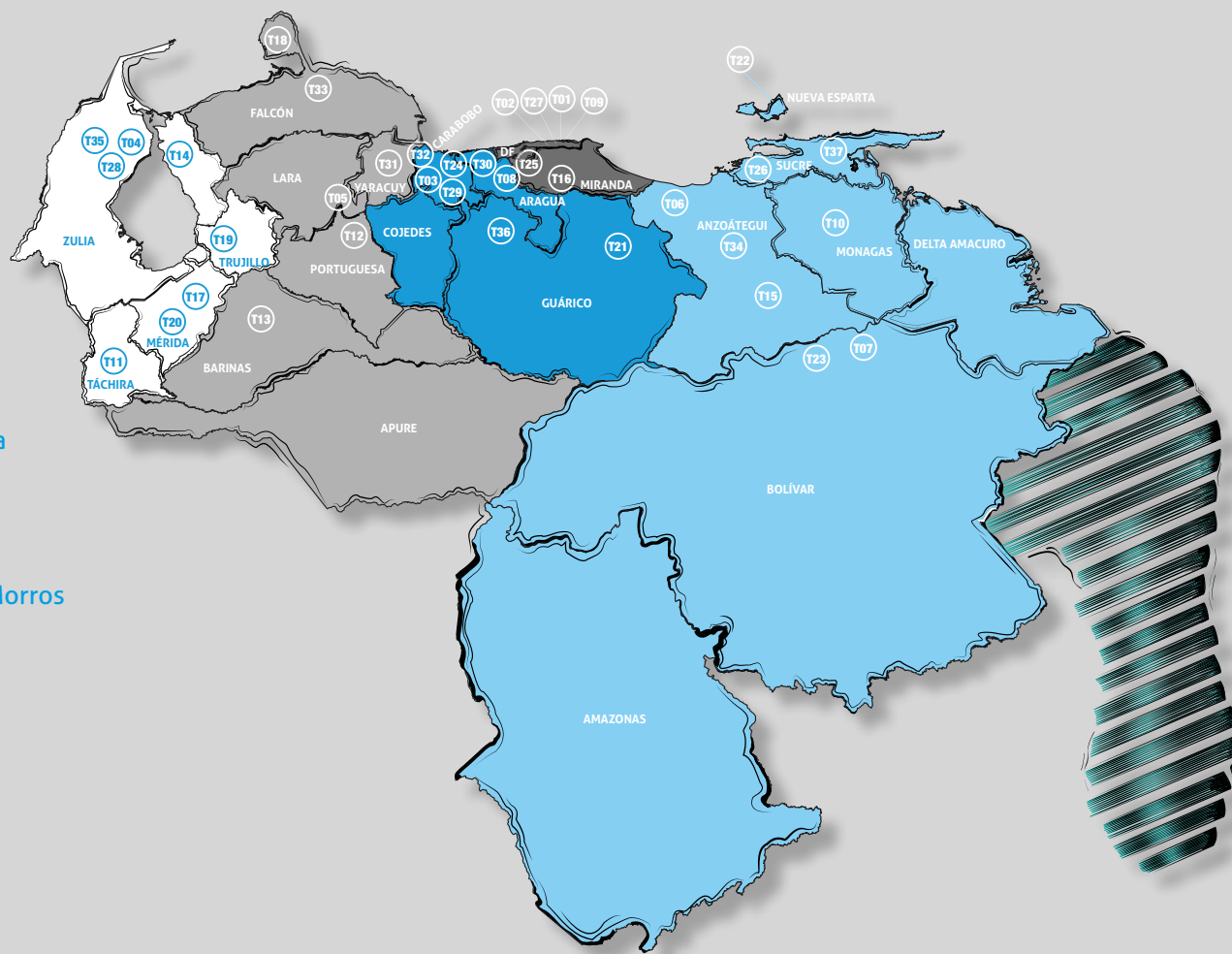
- T06 Puerto La Cruz
- T07 Puerto Ordaz
- T10 Maturín
- T15 El Tigre
- T22 Margarita
- T23 Ciudad Bolívar
- T26 Cumaná
- T34 Anaco
- T37 Carúpano

Región Centro

- T03 Valencia
- T08 Aragua
- T21 Valle de La Pascua
- T24 Puerto Cabello
- T29 Tocuyito
- T30 Maracay
- T32 Naguanagua
- T36 San Juan de Los Morros

Región Occidente

- T04 Maracaibo
- T11 San Cristóbal
- T14 Costa Oriental
- T17 Mérida
- T19 Trujillo
- T20 El Vigía
- T28 San Francisco
- T35 Maracaibo Norte



Perfil de la Organización

Estrategia y enfoque del Grupo Makro

En Makro queremos seguir creciendo y queremos hacerlo de una manera sostenible, es por ello que se establecieron seis pilares fundamentales en los que debemos sentar las bases del negocio. Esta visión está enmarcada por un simple credo: Make It Last! que significa hagamos que perdure y representa una creencia en la fuerza innovadora de la gente que forma parte de la operación, en el valor que aportan los clientes y el mundo, es utilizar lo que se tiene tan eficientemente como sea posible, siempre entregando la calidad, eligiendo a la gente correcta, pensando diariamente sobre el crecimiento continuo.

El pilar Sustainovation está conformado por 14 objetivos divididos en 3 componentes: Gente, Planeta y Utilidad, en los que enfocamos el Desarrollo Sostenible del negocio. Cabe destacar que en el año 2017 se crearon áreas de gestión autónomas para los temas de innovación y sostenibilidad.

Los 6 pilares en los que se fundamenta nuestro negocio son:



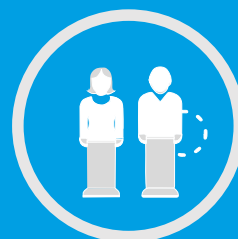
Crecimiento de ventas



Satisfacción de los clientes



BSF: Infraestructura de soporte al negocio



Gente



ROCE: Retorno sobre el capital empleado



Sustainovation: Sostenibilidad + Innovación

Nuestro modelo de negocio 102-2; 102-7

En Makro nos esforzamos para 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 más de 6.187 referencias de productos en nuestras tiendas, con estrictos procesos de calidad, garantizando acceso a nuestros clientes a productos confiables al mejor precio del mercado.

Los productos que comercializamos se dividen en tres categorías: Alimentos secos, Perecederos y No alimentos.



Nuestros grupos de clientes 102-6

Esto nos convierte en la única red de tiendas mayoristas de Venezuela que apoya el crecimiento de pequeños y medianos comerciantes, gracias a la oferta de una amplia y adecuada gama de productos, en presentaciones ajustadas a las necesidades de nuestros clientes objetivos que son el Procesador de Alimento y Prestadores de Servicio.



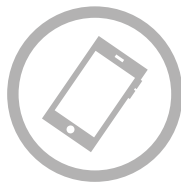
Detallistas de Alimentos

Bodegas, abastos, supermercados, fruterías y pescaderías, entre otros.



Procesador de Alimentos

También conocidos como HORECA que son hoteles, restaurantes y catering.



Detallistas de No Alimentos

Autoperiquitos y tiendas por departamentos.



Prestadores de Servicios

Oficinas, peluquerías, vigilancia.



Comprador Individual

Personas naturales.



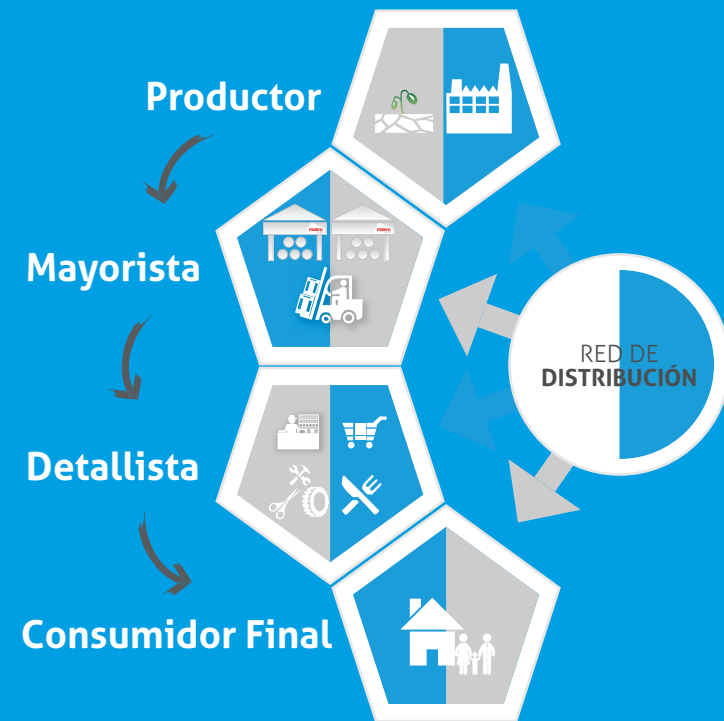
Clientes de Gran Volumen

Exportadores, importadores y distribuidores mayoristas.

Nuestra cadena de valor 102-7; 102-9; 102-10; 204-1

En Makro tenemos una posición estratégica en la cadena de suministro, siendo nuestro enfoque principal satisfacer las necesidades de los diferentes grupos de clientes, es por ello que abastecemos nuestras tiendas con proveedores locales e internacionales.

En el año 2017 no tuvimos cambios significativos en la cadena de suministro. Contamos con la participación de 761 proveedores, de los cuales 99,99% fueron nacionales, divididos en las categorías: alimentos secos, perecederos y no alimentos.



Gobierno corporativo 102-18

En Makro la directiva se encuentra conformada por 5 ejecutivos, 3 hombres y 2 mujeres, liderados por el Presidente de Makro Venezuela, quienes tienen la responsabilidad de la toma de decisiones para mantener la sostenibilidad del negocio.



Nelson Dávila
Presidente



Nelson Rojas
Vicepresidente
de Finanzas



Gustavo Barroso
Director Comercial



María Elena Sequera
Directora de Operaciones
y Recursos Humanos



Maribel Araujo
Directora Mercadeo
y Clientes



Edgar González
Director de Consultoría
Jurídica

Comités corporativos 102-17

Como parte de la estructura de Gobierno, existen 7 comités que tienen reuniones periódicas, cada uno de ellos con objetivos claros para implementar estrategias que permitan el desarrollo del negocio.



Comité de Negociación de Convención Colectiva

Encargado de la discusión y acuerdos del contrato colectivo de nuestros trabajadores.



Comité de Merma y Ventas

Área comercial y operaciones revisan resultados y acciones para el surtido, venta y control de la merma.



Comité de Siembra de Valores

Encargado de organizar y fomentar valores en los trabajadores.



Comité de Sostenibilidad

Se encarga de hacer seguimiento a las iniciativas relacionadas con nuestros objetivos de sostenibilidad, a corto, mediano y largo plazo.



Comité de Auditoría Interna

Se encarga de hacer seguimiento a los resultados producto de las auditorías internas.



Comité de Ética y Cumplimiento

Se encarga de fomentar la conducta ética en la organización.



Comité de Speak Up

Realiza seguimiento a los casos presentados por esta herramienta.

Ética en nuestras operaciones 102-16

Nuestra Organización se fundamenta en valores como la **Integridad y la Lealtad**. En el caso de Makro creemos en la importancia de asumirlos en nuestras actividades diarias respetando la ley, lo que cada vez cobra más sentido dado el entorno en el cual nos desenvolvemos. Nuestros valores, no solo son parte de nuestra filosofía corporativa, sino que pertenecen a nuestro ADN y a la Cultura Organizacional de la cual estamos sumamente orgullosos.

A lo largo de más de 25 años de operación ininterrumpida en el país, hemos fomentado en nuestra gente la identificación con ambos valores: **Integridad** basado en ser honesto, sincero y totalmente abiertos en nuestra comunicación sobre todos los asuntos que afectan a la compañía. Puede que las buenas noticias circulen despacio, pero las malas deberían hacerlo rápidamente. **Lealtad**, significa dedicar el mayor esfuerzo posible al trabajo para la compañía y su desarrollo. Dos valores que fomentamos con el propósito de seguir creciendo en beneficio de nuestros accionistas, nuestros empleados y por el bienestar de la sociedad en la que vivimos y trabajamos.

Fomentando la conducta ética 102-17

Para Makro, el fortalecimiento de un comportamiento íntegro que respete las normas, es un medio para afianzar una cultura organizacional sana, donde existe confianza y colaboración, ayudando a prevenir situaciones de corrupción.

Es por ello que para gestionar el tema ético dentro del Grupo, se ha creado un área de **Ética y Cumplimiento** cuya estructura parte de un Director en nuestra casa matriz, quien se encarga de establecer los lineamientos. Luego, contamos con un Director a nivel del Grupo Makro con sede en Brasil y finalmente, cada país tiene sus representantes de ética y cumplimiento. 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.

En el año 2017 con el fin de difundir e inaugurar el programa de "ética y cumplimiento" y recordar a todos los colaboradores nuestros valores y compromisos, se llevó a cabo la **Semana de ética y cumplimiento** del 16 al 20 de Octubre, en la cual conocimos a **Norma**, la mascota creada para representar esos temas, recordamos nuestros valores familiares y la importancia de traerlos al trabajo, repasamos nuestra Política de Conflicto de Intereses y se realizaron capacitaciones sobre cómo identificar fraudes y formas de reaccionar.

Esta actividad contó con el apoyo de los trabajadores de nuestras 37 tiendas, Centro de Acopio y Oficina Central, quienes con entusiasmo y mucha creatividad, demostraron la importancia de actuar apegados a nuestros valores familiares e institucionales.

Sigamos a Norma



Speak up 102-17

Adicionalmente a la semana de Ética y cumplimiento, se hizo un relanzamiento de la herramienta "Speak up", canal de denuncias disponible desde el año 2015 y cuyo nombre anterior era Alertline. A esta línea anónima, tienen acceso todos los colaboradores de la organización, así como aliados del negocio y terceros. Los casos que se reciben, son validados por un proveedor independiente de Makro, quien los remite a los administradores en SHV quienes dependiendo del caso lo asignan a la máxima autoridad de Makro Group y al oficial de cumplimiento de la región, el cual procede a asignar el caso para su verificación, revisión y sus medidas correspondientes.

Finalmente, para unificar la gestión ética de todas las unidades de Negocio de Makro, la Dirección Regional de Ética y Cumplimiento continuará elaborando políticas, directrices e instrumentos que apoyen el fortalecimiento de la conducta ética en nuestras operaciones.

The logo consists of a dark grey speech bubble shape pointing upwards and to the right. Inside the bubble, the words "Speak" and "Up" are written in a large, white, sans-serif font, stacked vertically. "Speak" is on the top line and "Up" is on the bottom line.

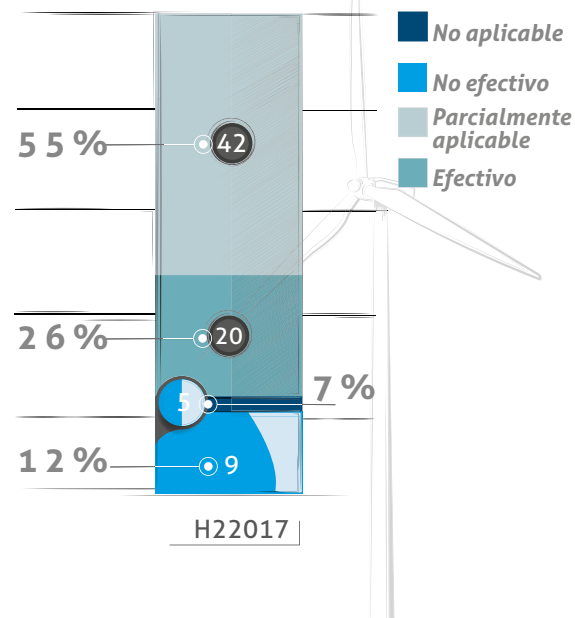
**Speak
Up**

Nuestros impactos, riesgos y oportunidades 102-11; 102-15

Las empresas exitosas deben protegerse de los riesgos y buscar oportunidades de mejoras, es por eso que Makro aborda estas necesidades con una herramienta propia que se denomina Estructura de Soporte al Negocio (BSF por sus siglas en inglés). Herramienta que permite a través de una serie de controles la evaluación de los riesgos en el desempeño de la compañía y verificar si se está encaminado en la dirección correcta para el cumplimiento de los objetivos planteados. Es un proceso de medición, aprendizaje y adaptación, que permite identificar nuevas ideas para mejorar el negocio.

Esta herramienta se implementó en Makro Venezuela en el año 2015, permitiendo aplicar el principio de precaución con un seguimiento más sólido y seguro de nuestra operación, traduciéndose en el incremento de controles efectivos, y evitando que se emprendan acciones que puedan tener impactos negativos que afecten la continuidad del negocio. En el año 2017 de los 76 controles evaluados el 55% fueron efectivos. Para 2018, se continuará trabajando en los controles que fueron parcialmente efectivos y no efectivos.

Análisis de Tendencia de los Controles de Riesgo



La Sostenibilidad

en Makro



20

La estrategia de sostenibilidad de Makro

Política

En Makro Venezuela creemos firmemente que hacer negocios de manera sostenible significa hacer las cosas bien y cada vez mejor, creando la diferencia y perdurando en el tiempo. Para lograrlo, estamos comprometidos con satisfacer las necesidades actuales del cliente, sin comprometer la capacidad que debemos tener para retribuir las necesidades de las futuras generaciones.

Esto solo es posible haciendo lo que es correcto, desde una ética y punto de vista social. Es una iniciativa estratégica a seguir, para elevar el valor de la innovación y la diferencia de lo que Makro tiene para ofrecer a sus clientes.

Nuestra visión de la 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.

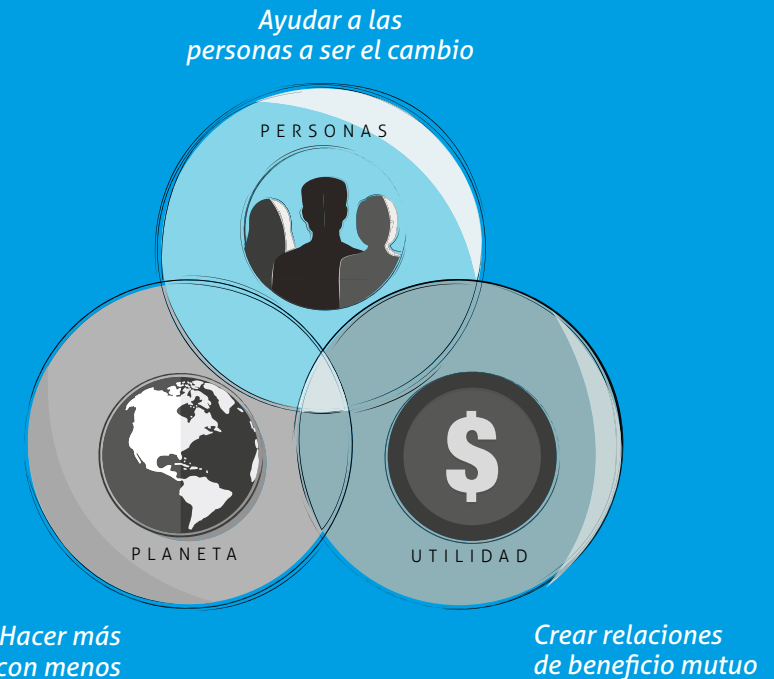
Nuestra misión de sostenibilidad

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 nuestra operación y contribuir a la estabilidad del planeta, ahora y en el futuro.

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

Nuestro compromiso

Buscar continuamente nuevas oportunidades para asegurar que estamos generando un impacto positivo en los tres componentes de la sostenibilidad:



Comunicación abierta y reporte

Para Makro es importante mantener un espacio de diálogo abierto con nuestros grupos de interés, con la finalidad de conocerlos y comprender mejor cuáles son los temas que les preocupan.

Sabemos que afianzar las comunicaciones, fortalecen los vínculos con nuestros grupos de interés y generan confianza. Un propósito de Makro es que en la medida que se avanza en las operaciones también se puedan ir abordando desde la gestión aquellos temas relevantes. En un primer ejercicio de planeación regional en el año 2015, definimos los objetivos de la organización enfocados en la sostenibilidad del negocio considerando la gestión de temas claves para fomentar el acercamiento con nuestros grupos de interés. Entre los objetivos a nivel comunicacional se encuentra el informe de sostenibilidad como herramienta de rendición de cuentas y de seguimiento a nuestra gestión.

Sobre este informe 102-12; 102-45; 102-49; 102-50; 102-51; 102-52; 102-53; 102-54; 102-56

Este es el segundo Reporte de Sostenibilidad de Makro Comercializadora, S.A. que cubre las operaciones de Makro en Venezuela, 1 de enero al 31 de diciembre de 2017. Como nos hemos comprometido, mantenemos la frecuencia de reporte que hemos establecido internamente en la compañía¹.

Este informe se ha elaborado de conformidad con la opción Esencial de los Estándares GRI (Global Reporting Initiative²). Iniciativa internacional reconocida para la presentación de reportes en sostenibilidad. Vincularnos a esta iniciativa, ha significado un ajuste en los contenidos y ampliación de la información sobre algunos temas. Como parte de este cambio en la presentación, y con el ánimo de generar una mayor apropiación de nuestro modelo de sostenibilidad que abarca las tres componentes del desarrollo: social, ambiental y económico, hemos reorganizado la estructura del reporte en función de estas tres dimensiones y de nuestros temas materiales.

Si los lectores tienen alguna duda o desean profundizar en la información aquí reportada se pueden comunicar con el área de Sostenibilidad en Makro al correo: sustentabilidad1@makro.com.ve. Cabe señalar que si bien este informe de Sostenibilidad no fue verificado externamente, si se aplicaron métodos rigurosos de recolección de información, con el fin de asegurar su confiabilidad.

¹ Se reporta una vez al año, durante el segundo semestre de cada año calendario. La anterior publicación fue en el 2017 cubriendo la gestión de 2016.






² 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 nuestros grupos de interés 102-40; 102-43

Los grupos de interés identificados por Makro Venezuela y con quienes se trabaja de cerca son:



Para mantener una comunicación fluida que permita el fortalecimiento de las relaciones con cada uno de nuestros grupos de interés formalmente contamos con los siguientes mecanismos de comunicación:

Grupo de interés de Makro	Canal de comunicación o medio de contacto	Frecuencia
 Colaboradores (HO y Tiendas)	Correo electrónico (Mailing)	Permanente
	SpeakUp (Línea ética)	Permanente
	Chat interno	Permanente
	Intranet Makro	Permanente
	Activaciones, talleres y otros eventos internos	Permanente
	Eventos de integración	Anual
	Evaluación de desempeño	Semestral
	Conversatorios con el Presidente	Semestral
	Reuniones con gerentes de área	Mensual
 Clientes	Website	Permanente
	Redes Sociales	Permanente
	Libro de sugerencias	Permanente
	Telemakro	Permanente
	Atención al cliente	Permanente
	Focus Group	Permanente
	Estudios de satisfacción, entrevistas y Focus Group	Permanente
Visita de PDC's (Promotores de desarrollo de clientes)	Mensual	
 Proveedores	Reuniones Presenciales	Permanente
	Correo Electrónico (Mailing)	Permanente
	Evento de Proveedores	Anual
 Comunidad	Correo Electrónico (Mailing)	Permanente
	Reuniones Presenciales	Permanente
	Eventos	Mensual
 Autoridades	Reuniones Presenciales	Permanente
	Correo Electrónico (Mailing)	Permanente
	Oficios	Permanente

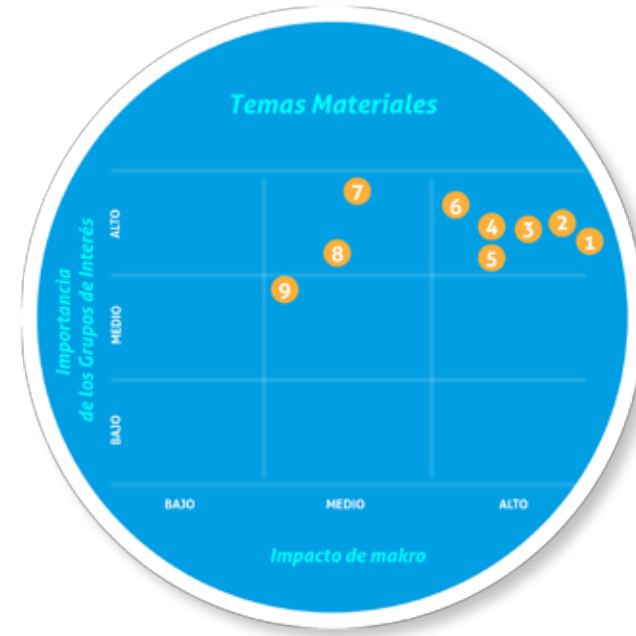
Materialidad 102-42; 102-43; 102-44; 102-46; 102-47

Este documento se basó en los temas considerados relevantes, de acuerdo con la evaluación hecha por los diferentes grupos de interés consultados para la elaboración de la matriz de materialidad del Grupo Makro en el año 2015.

El ejercicio de materialidad se llevó a cabo en 3 fases:

- **Identificación.** Basado en el análisis del enfoque estratégico de Makro, los temas claves identificados por el equipo de Sostenibilidad de todas las unidades de negocios, así como aspectos sugeridos por el GRI e impactos relacionados con las actividades, productos y servicios, sin importar si estos impactos ocurrían dentro o fuera de la organización, se definió una amplia gama de asuntos importantes.
- **Priorización.** Los temas identificados, fueron organizados en un cuestionario en línea, el cual fue enviado a las diferentes partes interesadas involucradas en la cadena de valor de Makro. En total, la empresa a nivel regional consultó a 877 personas sobre 27 temas.

Definiendo los principales desafíos y oportunidades de Makro en las tres dimensiones de la sostenibilidad.
- **Validación.** Los resultados fueron presentados a los directores de la compañía a nivel regional, quienes revisaron la información y aprobaron la lista de temas materiales para el Grupo Makro, seleccionando los temas que tuvieron una clasificación de relevancia media-alta o alta para Makro y sus públicos externos consultados y que son aplicables para el contexto local.



1. Reclutamiento, capacitación y desarrollo.
2. Conducta ética.
3. Salud y seguridad de nuestros clientes.
4. Salud, seguridad y bienestar de los empleados.
5. Satisfacción y desarrollo de clientes.
6. Comunicación abierta y reportes.
7. Desempeño económico.
8. Innovación sostenible.
9. Cumplimiento legal ambiental.

Como resultado del proceso descrito, se identificaron los siguientes temas materiales:

Asunto Material		Grupo de interés			Grupo Makro	Cobertura del tema Material
		T	P	C		
1	Reclutamiento, Capacitación y Desarrollo	●	●	●	●	Incluye los programas y acciones que desarrolla Makro en cuanto a la selección, el entrenamiento y capacitación, la evaluación de desempeño y el desarrollo de los trabajadores en la organización.
2	Conducta ética	●	●	●	●	Cubre todas las decisiones y operaciones de Makro.
3	Salud, seguridad de nuestros clientes	●	●	●		Incluye las acciones de Makro para gestionar los impactos que puedan tener sus productos en la salud y seguridad de los clientes y comunidad.
4	Salud, seguridad y bienestar de los empleados	●	●	●		Incluye las decisiones y acciones de Makro para dar condiciones de trabajo seguras y que ayuden a cuidar la salud y el bienestar de los trabajadores en todas las operaciones de Makro en el país.
5	Satisfacción y desarrollo de Clientes			●	●	Cubre las acciones y decisiones de Makro frente al desarrollo y satisfacción de sus clientes que afecten su desempeño social y económico. Asunto identificado material a nivel regional, en Venezuela por la situación país no se mide.
6	Comunicación Abierta y Reportes	●	●		●	Cubre impactos sociales, ambientales y económicos dentro y fuera de la organización.
7	Desempeño económico	●	●	●	●	Incluye la generación del valor económico de Makro y la forma en que lo distribuye entre sus grupos de interés.
8	Innovación Sostenible	●	●	●		Decisiones y acciones de Makro en función de la creación y distribución de productos amigables con el medio ambiente y la sociedad.
9	Cumplimiento Legal Ambiental			●		Iniciativas ambientales implementadas por Makro Venezuela para dar cumplimiento a la normativa del país.

T: Trabajadores P: Proveedores C: Clientes

Sostenibilidad: Objetivos 2018

En el 2015 se establecieron los siguientes objetivos que guían la gestión de la sostenibilidad en Makro Group.

 <p>PERSONA</p> <p>PERMITIR A LAS PERSONAS SER EL CAMBIO</p>	 <p>COLABORADORES Capacitar al 100% de colaboradores sobre sostenibilidad y nuestro código de ética.</p>	 <p>SALUD & SEGURIDAD Reducir el número de accidentes laborales, en base al año 2015 a través de capacitación.</p>	 <p>CALIDAD Mantener el estándar en la manipulación de alimentos..</p>	 <p>SOCIEDAD Mantener el programa social "Proyecto Escuela" vinculado a la educación en comunidades locales.</p>	 <p>ESTRATEGIA Apoyar la estrategia a largo plazo de SHV Holdings.</p>	
 <p>PLANETA</p> <p>HACER MÁS CON MENOS</p>	 <p>HUELLA AMBIENTAL Reducir en 10% nuestra huella relacionada a la venta, en base al 2015 en CO2, electricidad, agua y residuos.</p>	 <p>RECICLAJE Reciclar el 10% de nuestros residuos.</p>	 <p>EDIFICIOS SOSTENIBLES Usar los recursos existentes de una forma mas eficiente, contribuyendo con el medio ambiente (aguas tratadas).</p>	 <p>PRODUCTOS SOSTENIBLES Aprovechar las oportunidades que se presenten para el desarrollo de productos sostenibles.</p>		
 <p>UTILIDAD</p> <p>CREAR RELACIONES DE BENEFICIO MUTUO</p>	 <p>RESULTADOS Cumplir los objetivos planteados en el Bud 2017.</p>	 <p>CLIENTES Incrementar la satisfacción del cliente utilizando Net Promoter Score (no aplica para Venezuela).</p>	 <p>PROVEEDORES Involucrar al 100% de los top proveedores en nuestro programa de sostenibilidad, desarrollando al menos 3 iniciativas con ellos.</p>	 <p>REPORTE DE SOSTENIBILIDAD Publicar reporte de sostenibilidad basado en las directrices de GRI.</p>	 <p>INNOVACIÓN Lanzar al menos 1 reto local y participar de 1 reto regional en la plataforma Sustainability Hub.</p>	 <p>NUEVA PLATAFORMA Mantener el canal de comunicaciones con nuestros clientes, a través de las RRSS.</p>

Resumen de nuestras cifras y resultados 2017



Creamos relaciones
de beneficio mutuo





Desempeño económico 102-7; 201-1

El desempeño económico de la empresa garantiza la salud financiera de la organización, la cual repercute de forma directa en toda la cadena de valor, soportando el desarrollo de proveedores, comunidades y de nuestros colaboradores.

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 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 modelo de negocio.

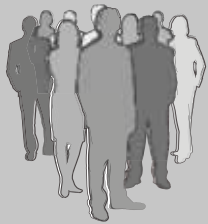
Para el año 2017 la situación económica que afrontamos estuvo enmarcada en una inflación continua, a la que con mucho seguimiento en todos nuestros procesos y gastos, logramos enfrentar generando resultados positivos al cierre del año.

En Makro Venezuela el valor económico directo generado para el año 2017 fue de 1.449.162.366.485,38 Bolívares.

A continuación presentamos un resumen de nuestros resultados:

Valor Económico Directo Generado (VEG)	Bolívares
Ingresos por ventas	1.449.133.506.108
Otros ingresos	28.860.377.380
Total valor Económico Directo Generado	1.449.162.366.485,38

Los ingresos generados, los distribuimos entre los diferentes grupos de intereses de distintas formas:



COLABORADORES



Beneficiando de forma directa a los 3.855 trabajadores a través de salarios, inversión en formación y otros beneficios.



CLIENTES



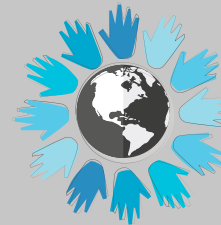
A través de inversiones en nuestros establecimientos y en nuestros sistemas para prestar mejores servicios.



PROVEEDORES de bienes y servicios



A través de las compras y pagos de los bienes y servicios que nos ofrecen.



COMUNIDAD



A través del Programa "Proyecto Escuelas" y la Fundación Makro.



GOBIERNO



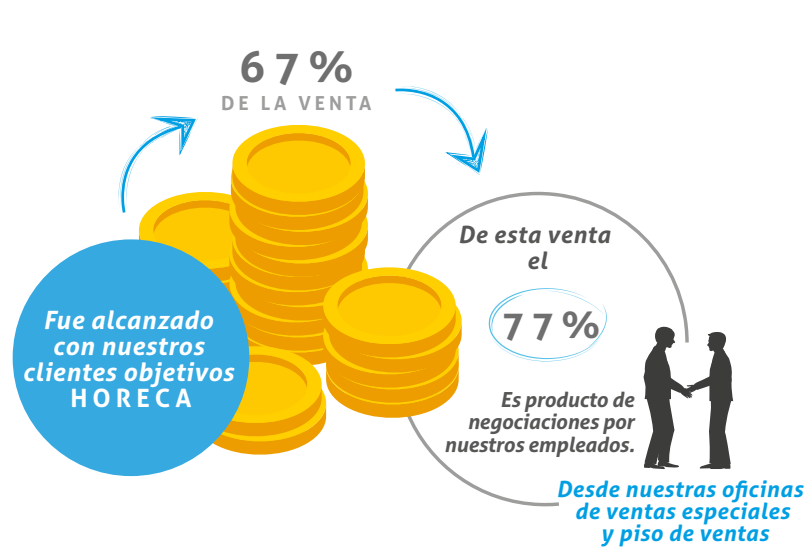
A través de los impuestos municipales y nacionales.

Nuestros clientes

En nuestra Organización hemos hablado acerca de la sostenibilidad y de como esta se relaciona estrechamente con los tres componentes:

GENTE PLANETA UTILIDAD

Nuestros clientes son uno de los focos del negocio y están asociados directamente con nuestros componentes: Gente y Utilidad. Sabemos que construir relaciones de beneficio mutuo con ellos, es una garantía para que Makro Venezuela perdure en el tiempo y para que nuestros clientes también vean un aliado para crecer en sus negocios.



El panorama adverso que afecta coyunturalmente nuestra economía no ha cambiado y es por esto que los índices de escasez y restricciones asociadas a ésta no han mermado, lo que se traduce en la no satisfacción en un 100% de las necesidades de productos para nuestros clientes y sus negocios, no obstante, seguimos manteniendo el norte y redoblando esfuerzos en las estrategias del negocio y es así como nuestros resultados lo demuestran:



Crecimiento que muestra el esfuerzo mancomunado de todas las áreas de la organización en pro de la consecución de nuestras metas y objetivos

Satisfacción y fortalecimiento de nuestros clientes

Conscientes de la importancia de los clientes para Makro, nuestro equipo de trabajo se empeña día a día en conocerlos mejor, atender sus necesidades y afianzar las relaciones con ellos dándoles la mejor experiencia de compra posible.

Es así, como a través de inversiones en la actualización de nuestros canales de comunicación tenemos un mayor alcance con la tecnología de una manera más sencilla y rápida. En el 2017 relanzamos nuestra nueva Página web, con una estructura que permite al usuario localizar fácilmente la información mediante una navegación más simple e intuitiva. Es un espacio con moderno diseño, más visual e interactivo. La implementación de nuestra nueva web emplea técnicas de diseño "responsivo" permitiendo la visualización del contenido desde cualquier dispositivo de última generación.

Continuamos manejando los diferentes canales de redes sociales como Twitter, Facebook, LinkedIn, los cuales ampliamos en 2017 abriendo Instagram, nuestro nuevo canal dirigido a cliente *Horeca y detallista de alimentos* con una excelente receptividad que se evidencia con el indicador de más de 1000 seguidores orgánicos.



Adicionalmente, para atender a nuestro cliente objetivo, en el mes de diciembre le proporcionamos al cliente procesador de alimentos (HORECA), clases magistrales de coctelería con Bartenders Profesionales, con la finalidad de mostrarles la posibilidad de innovar y rentabilizar este servicio en sus negocios, incorporando el uso de licores, frutas y vegetales que ofrecemos en nuestros negocios, lo que fue de gran aceptación por nuestros clientes.



Nuestros productos ¹⁰²⁻²

En nuestras tiendas comercializamos productos asociados a tres líneas:
Alimentos secos, perecederos y no alimentos.



Alimentos secos: víveres, bebidas, licores, snacks, golosinas y confitería, enlatados y envasados, entre otros.



Perecederos: frutas y vegetales, carnes, pescados, lácteos, panes, embutidos y comidas congeladas.



No alimentos: Equipos de oficinas, plásticos, electrodomésticos, alimentos para animales, textiles, cuidado personal, limpieza y cuidado del hogar, entre otros.

Adicionalmente contamos con dos marcas propias:

aro

ARO: Destinada a la venta en presentaciones institucionales cuyo cliente foco son transformadores y HORECA. Son productos con calidad similar a la del líder y precios bajos. Se manejan productos de las tres áreas comerciales.



m&k: Destinada a la venta en presentaciones de varias unidades cuyo cliente foco es el detallista de alimentos. Calidad similar a productos de primer precio. La mayoría de los productos del catálogo m&k se encuentran en el área de alimentos secos.

Productos marcas propias: calidad, salud y seguridad de nuestros clientes ⁴¹⁶⁻¹

La calidad ha sido un factor fundamental en los productos que desarrollamos y en las condiciones de nuestros establecimientos para satisfacer a los clientes, es por ello que durante nuestra trayectoria nos hemos apegado al cumplimiento de las distintas políticas, normas, leyes y reglamentos que involucran la seguridad, salud e higiene tanto de nuestros colaboradores como de nuestra clientela en general. Esto ha sido demostrado en las distintas fiscalizaciones y aprobaciones necesarias para nuestro funcionamiento, muestra de ello es que durante los últimos años no se han recibido multas, sanciones o advertencias de ningún ente gubernamental por incumplimiento de las normativas o códigos voluntarios relativos a los impactos en la salud y seguridad por nuestros productos y servicios.

El personal de Marcas Propias en conjunto con sus proveedores trabaja en pro de ofrecer productos de la mejor calidad, para ello durante el año 2017 se realizó la auditoría de calidad del 30% de los proveedores activos, estando en todos los casos por encima del 70% de cumplimiento de los parámetros evaluados.

Este mismo 30% realizó la autoevaluación de sostenibilidad, con el objetivo de revisar sus oportunidades en el área y si era viable realizar la auditoría. A partir de esto fueron evaluados en temas de sostenibilidad únicamente el 10% de los proveedores activos, los cuales presentaron fortalezas en los puntos de rentabilidad y responsabilidad social y grandes oportunidades de mejora en el aspecto ambiental.

Sumado a las auditorías de calidad, fueron solicitados los Análisis de Laboratorio de los productos presentes en piso de venta, con el objetivo de validar el cumplimiento de las especificaciones con respecto a las normas que rigen la estandarización y lineamientos de Calidad.

Asimismo, el equipo de Marcas Propias se mantiene en la búsqueda del desarrollo de nuevos productos, que cumplan principalmente con la calidad que caracteriza nuestras marcas. Una vez que el proveedor supera la auditoría de calidad, se verifica que tenga la capacidad de despachar a toda la red de tiendas Makro, con productos de alta rotación y rentabilidad para la empresa.

Cada vez que se trabaja un desarrollo bajo Marcas Propias, se revisa su etiqueta bajo los parámetros de este Manual.

Gracias a estos controles, durante el año 2017 no se presentó ningún caso de incumplimiento de etiquetado o rotulado de los productos elaborados bajo las Marcas Propias, garantizando la correcta verificación y exposición de nuestros productos a los clientes.

Etiquetado de nuestras marcas 417-1; 417-2

Para la revisión de las etiquetas de los productos de Marcas Propias se cuenta con un Manual de Marca con base en el cual se revisan todas las normas de etiquetado. Este manual da cumplimiento a la Norma COVENIN 2952: 2001 Norma Venezolana para el Rotulado de Alimentos Envasados.



Innovación sostenible

Marcas Propias

Para Makro, innovar en los productos de Marcas Propias ha sido un foco principal, de hecho, el enfoque de innovación debe abarcar todos nuestros productos y servicios, para brindarles a los clientes una oferta a la medida.

Pensando en innovar en nuestras presentaciones, en el año 2017 lanzamos al mercado la sal refinada marca ARO, en presentación de 5 kilos, dirigida a nuestro cliente HORECA.

Asimismo, uno de nuestros mayores retos en este particular es poder unificar la innovación con la sostenibilidad, para poder desarrollar productos más amigables con el medio ambiente.



Sustainovation Hub

Adicionalmente mantuvimos el uso de la herramienta de Sustainovation Hub, la cual nos ha permitido escuchar propuestas de nuestros trabajadores para dar solución a diversos temas del negocio. En el 2017 lanzamos nuestro segundo reto enfocado en hacer cambios de lo "Impreso a lo Digital", obteniendo:



26

IDEAS

las cuales son evaluadas por un comité para su aplicación.

Nuestros proveedores 102-9; 204-1

Dada nuestra posición estratégica en la cadena de valor afianzamos el acercamiento tanto con los proveedores como con los clientes, logrando relaciones de beneficio mutuo.

Contamos con proveedores comerciales y un gran número de proveedores de servicios, siendo el foco fundamental trabajar con aquellos que se encuentran en el país, ya que apoyamos a la producción nacional, reducimos los costos y ahorramos gastos, manteniendo la adquisición de productos importados no suministrados por proveedores nacionales a los niveles mínimos en las áreas de expansión e informática.

En Makro, desde el año 2015 se creó la Gerencia de Central de Compras, la cual se ha encargado de revisar y gestionar las nuevas contrataciones de la compañía, lo que ha generado beneficios en la reducción de costos por compras nacionales. El mayor reto es que en un período de 2 años esta gerencia abarque el 100 % de las negociaciones de bienes y servicios no comerciales.

Cabe destacar, que en el año 2017 la inversión de bienes y servicios comerciales y no comerciales fue de 1.265.521.541.874 Bolívares.

Por otra parte, la compra de los productos que ofrecemos en nuestras tiendas se encuentra bajo la responsabilidad del área comercial. Para el año 2017 contamos con 761 proveedores de los cuales el 99,99% fueron nacionales, divididos en las siguientes categorías:

- **No Alimentos:** contó con 266 proveedores que representó el 35% del total de la venta de la compañía con los siguientes grupos equipos de oficinas, plásticos, electrodomésticos, alimentos para animales, textiles, entre otros.
- **Alimentos secos:** tuvimos presencia de 324 proveedores representando el 43% con los grupos víveres, bebidas, licores, snacks, golosinas y confitería, cuidado personal, limpieza y cuidado del hogar, enlatados y envasados, entre otros
- **Perecederos:** El 22% de los proveedores activos pertenecen a esta división con un total de 171, con los grupos frutas y vegetales, carnes, pescados, lácteos, panes, embutidos y comidas congeladas.

Cadena de suministro 102-9

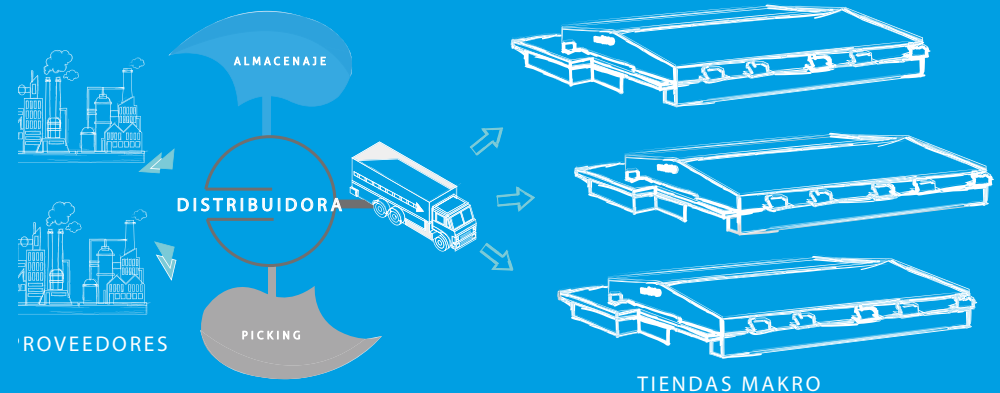
Esquema de nuestros despachos directos

Nuestros pedidos se generan desde oficina central y desde nuestras sucursales, bien sea por un sistema automatizado de reposición de mercancía o por pedidos manuales. En el caso de las frutas, vegetales, refrigerados y congelados, la mayoría de nuestros productos pasan inicialmente por nuestros centros de distribución (centro de acopio CDA y operador logístico), antes de destinarlo a las tiendas y el restante lo despachan los proveedores de forma directa.



Esquema de distribución con el operador logístico

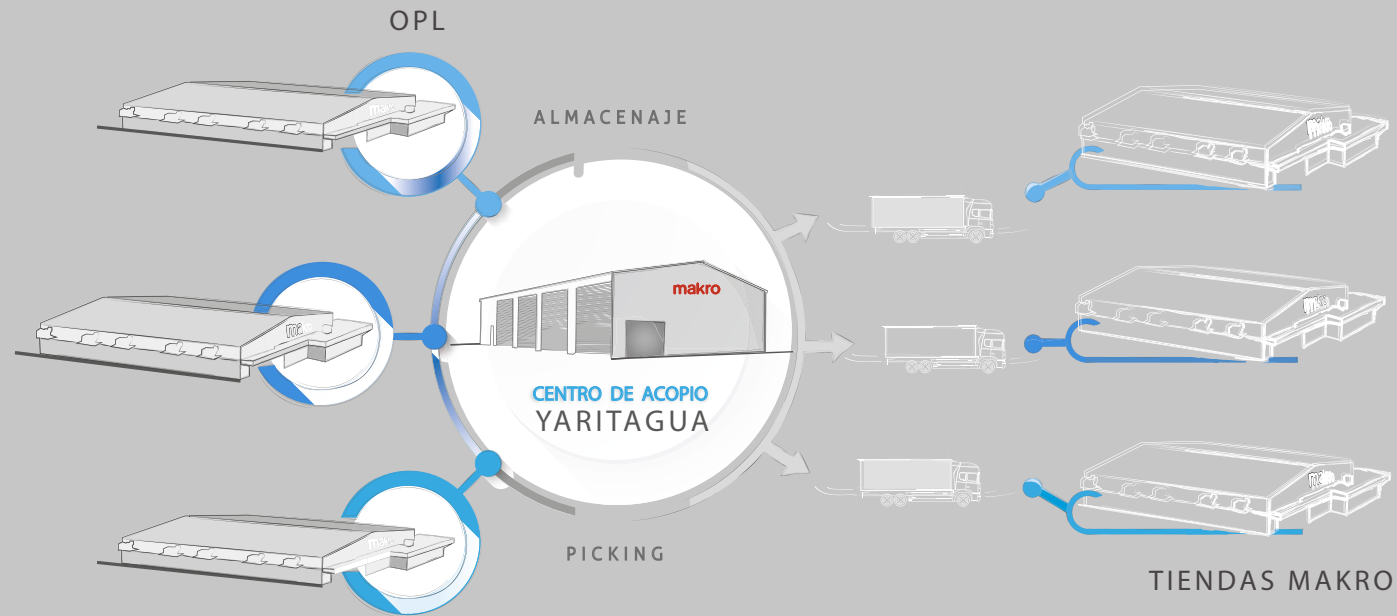
Makro cuenta con un operador logístico para productos perecederos (refrigerados y congelados) ubicado en la Región capital, cuya operación se encarga de recibir, almacenar y distribuir la mercancía. En el año 2017 atendió a 32 proveedores con un total de 1.742 toneladas recibidas, alcanzando las 37 tiendas de Makro a nivel nacional.



Esquema de operación de CDA Yaritagua

Makro cuenta con un centro de acopio para frutas y vegetales, en el cual recibimos mercancía hortofrutícola de productores primarios ubicados en diferentes zonas del país y realizamos el proceso de selección, clasificación y enmallado con máquinas automáticas, para adecuar toda la mercancía en unidades de presentación Makro, lo que nos permite consolidar en un solo despacho diferentes tipos de productos garantizando un mejor nivel de servicio a las tiendas.

En el 2017 tuvimos activos a 71 proveedores primarios de frutas y Hortalizas ubicados en la región central y occidental del país, recibiendo un total de 32.000 toneladas aproximadamente. Atendiendo a las 37 tiendas de Makro y 12 de Mikro.



Iniciativas con los proveedores



Fomentar e incorporarnos con nuestros grupos de interés en estrategias enfocadas a la sostenibilidad, es uno de nuestros objetivos primordiales, es por ello que dimos nuestro primer paso, sumándonos al Proyecto Búmeran del proveedor PepsiCo Alimentos S.C.A., que se basa en el retorno del corrugado, donde el trabajador de Makro realiza la recolección y resguardo del material, el cual es entregado al proveedor con el objetivo de que se cumpla el principio de reutilización o reciclaje del mismo.

Entre otras de las iniciativas a las que estamos apostando desde el año 2017 es formar parte del "Programa Engranados", el cual desarrolla la empresa Cargill de Venezuela con apoyo de la Asociación Civil para el Desarrollo de la Educación Complementaria (ASODECO).

Programa que se basa en la capacitación e inserción laboral de personas con discapacidad. En este caso, MAKRO decidió patrocinar la capacitación de una persona con discapacidad, que luego se incorporará a trabajar en oficina central. Estamos a la espera de la siguiente cohorte que inicia en el 2018.

Las Personas
como motor del cambio



40

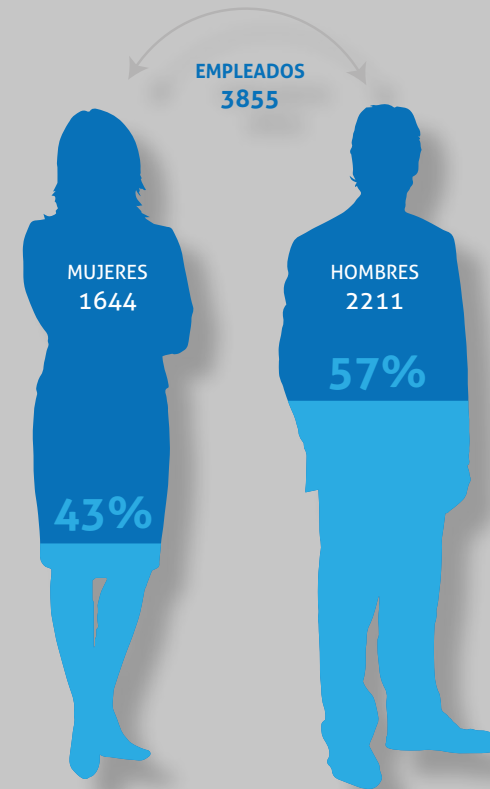
Gente Makro 102-7; 102-8; 102-41

Para Makro, nuestros colaboradores son parte de una gran familia. Sabemos que gracias a su compromiso, trabajo y esfuerzo en equipo, la empresa perdura y logra ser la principal mayorista de alimentos del país.












Son nuestros colaboradores quienes marcan la diferencia en la organización y contar con equipos multidisciplinarios aporta valor, lo que nos hace cada vez más fuertes para continuar. Reconocemos que las personas pueden SER el cambio y por eso los cuidamos y apoyamos para que desarrollen su mejor y mayor potencial.

Desde el área de Recursos Humanos se desarrollan todos los programas e iniciativas para nuestros colaboradores, desde su contratación, entrenamiento, desarrollo y desvinculación, cuya gestión se concentra en un modelo de inclusión, igualdad y compensación por el esfuerzo en el trabajo realizado.

Makro Venezuela, está conformado por un equipo de 3.855 empleados donde se maneja una antigüedad promedio de 9 años, con edad promedio de 36 años.



Distribución por categoría laboral, edad y género

Categoría Laboral	Total de empleados	Femenino	Masculino	<30 años	30 y 50 años	>50 años
Gerentes y Directores 	55	21 	34 	1	37	17
Líderes	598	242 	356 	39	482	77
Técnicos Administrativos Operativos	3193	1374 	1819 	942	2085	166
Aprendiz INCES*	9	7 	2 	9	0	0
TOTAL	3855	1644 	2211 	991	2604	260

*INCES: Instituto Nacional de Capacitación y Educación Socialista.

Como parte de la política de contratación, Makro busca generar estabilidad laboral y por ello todos los trabajadores cuentan con contrato por tiempo indeterminado, exceptuando aquellos que son contratados para cubrir vacantes por vacaciones, reposos y permisos por maternidad y paternidad.

Los aprendices, en el marco del programa INCES también son vinculados a la empresa a término definido hasta completar el tiempo reglamentario.

Todas nuestras operaciones garantizan los derechos humanos fundamentales de las personas que intervienen en los procesos de Makro, basados en las leyes y las normativas del país, ya que así lo prevén y establecen. Respetamos las diferencias y tratamos a todos respetuosamente, no aceptamos la discriminación por motivo de raza, color, sexo, religión, opinión política, ascendencia nacional, así como otras formas relevantes de discriminación.

Por política de la empresa, los trabajadores que conforman la plantilla de Makro son mayores de edad, exceptuando algunos que se desempeñan como aprendices, cuya labor está centrada en el aprendizaje de funciones administrativas y contables, reguladas y supervisadas por el INCES. Por tanto, no se han identificado riesgos o incidentes de explotación infantil.

Asimismo, Makro Venezuela en consonancia con los acuerdos internacionales y la normativa legal vigente, garantiza a todos sus empleados y a las empresas prestadoras de servicios, la protección contra el trabajo forzoso u obligatorio, por lo que no hemos registrado casos de esta índole en nuestras operaciones durante el periodo evaluado, cumpliendo de esta manera con las medidas establecidas para la contratación y realización del trabajo, las cuales son supervisadas por el estado venezolano.

Como parte de los derechos humanos en el trabajo, Makro Comercializadora S.A, garantiza el derecho a la libre asociación sindical y la negociación colectiva, en virtud de esto existen asociaciones sindicales, con las cuales se negocia el interés colectivo, dando origen a nuestra Convención Colectiva, debidamente homologada por la inspectoría del Trabajo, con el 77 % de los empleados suscritos bajo esta convención para el año 2017.

Del mismo modo, es importante destacar que no hemos recibido denuncias de violaciones en materia de Derechos Humanos por parte de ninguna de las empresas que nos prestan servicios, manteniéndonos atentos a garantizar su cumplimiento.

Selección, capacitación y desarrollo del talento humano

Reclutamiento, selección y rotación

Para Makro, el talento humano es el motor interno de crecimiento, permite que generemos valor a nuestros clientes y que día a día seamos más competitivos, por ello elegir personas motivadas que se sintonizan con los valores de la compañía y que pueden poner sus conocimientos y experiencia al servicio de nuestra organización es fundamental para nosotros.

El desempeño de los colaboradores en nuestra organización, es un factor primordial en los procesos de Reclutamiento y Selección, es por ello

que durante el año 2017 reforzamos nuestro sistema de reclutamiento interno, logrando cubrir un 80 % de las vacantes más significativas para la continuidad de la operación, manteniendo en nuestros equipos de trabajo colaboradores identificados con Makro, permitiéndoles desarrollar sus carreras profesionales con una formación integral y aprendizaje acelerado por el conocimiento que manejan del negocio.

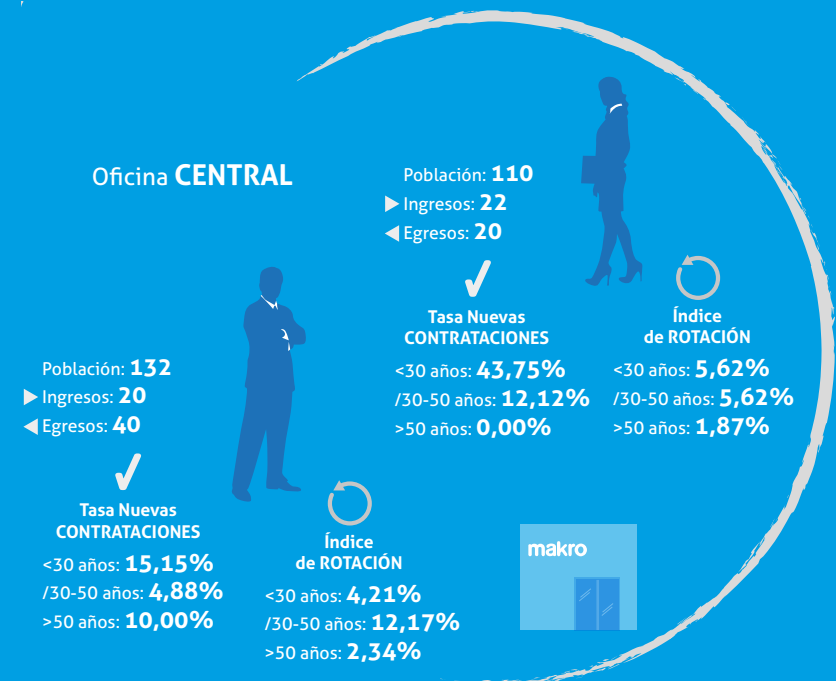
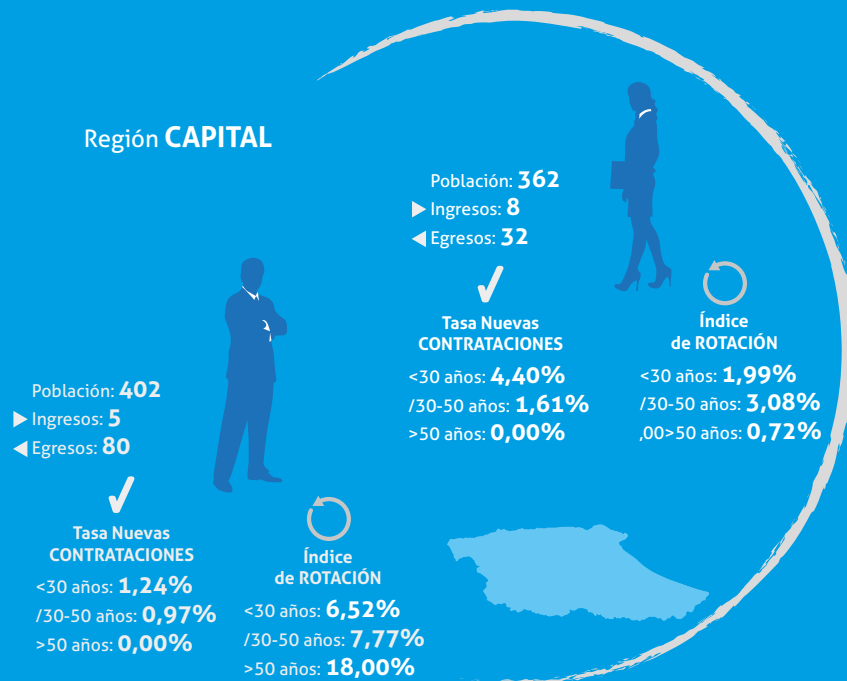
En relación a la rotación del personal, nuestra empresa no se encuentra ajena a la fuga de talentos por la situación coyuntural del país, es por ello que en atención a este tema la empresa implementó evaluaciones bimensuales de las escalas salariales para acompañar y proteger el poder adquisitivo de los trabajadores, esto aunado a los cursos de formación, que además de ser un incentivo de desarrollo profesional, permiten la mejora continua en el desempeño.

A continuación presentamos el índice de rotación y la tasa de nuevas contrataciones que registramos en el año 2017, sin considerar los Aprendices INCES.

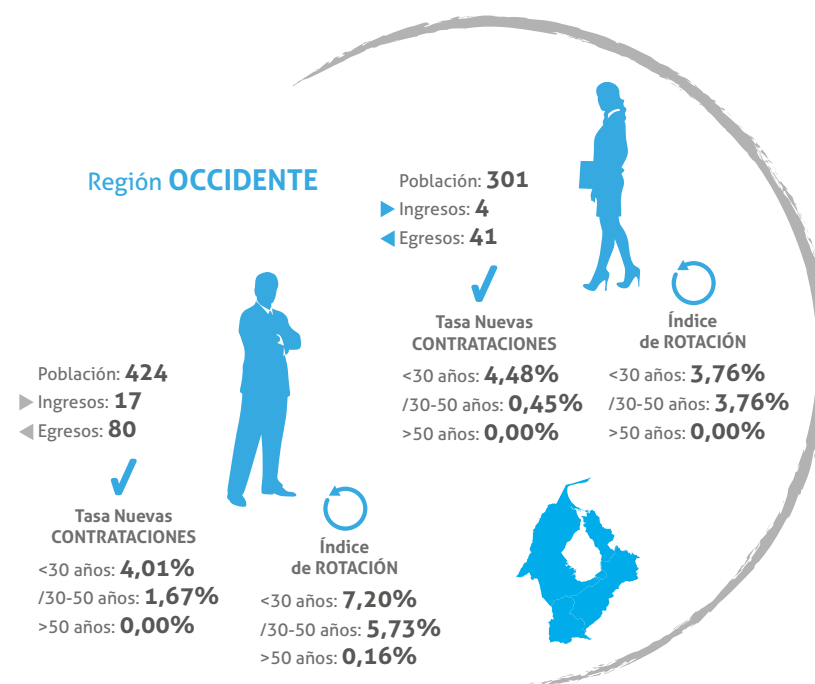
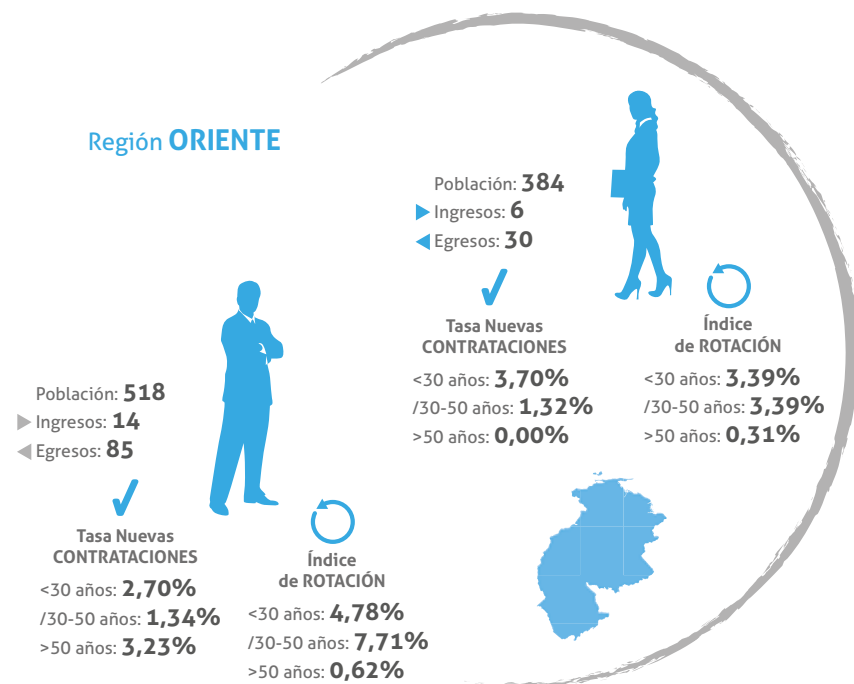
Índice de rotación total 401-1

El índice de rotación de personal es la relación porcentual entre los ingresos y egresos con relación al total de trabajadores de la organización, durante el periodo de evaluación. Obteniendo un índice de rotación de 21% para 2017.

Índices de ROTACIÓN, NUEVAS CONTRATACIONES y TASA DE CONTRATACIÓN



Índices de ROTACIÓN, NUEVAS CONTRATACIONES y TASA DE CONTRATACIÓN



Índices de ROTACIÓN, NUEVAS CONTRATACIONES y TASA DE CONTRATACIÓN

Región CENTRO OCCIDENTE

Población: **326**
 ► Ingresos: **7**
 ◄ Egresos: **51**

Tasa Nuevas CONTRATACIONES
 <30 años: **2,15%**
 /30-50 años: **0,48%**
 >50 años: **0,00%**

Índice de ROTACIÓN
 <30 años: **6,19%**
 /30-50 años: **8,98%**
 >50 años: **0,62%**

Población: **168**
 ► Ingresos: **4**
 ◄ Egresos: **23**

Tasa Nuevas CONTRATACIONES
 <30 años: **4,00%**
 /30-50 años: **2,26%**
 >50 años: **0,00%**

Índice de ROTACIÓN
 <30 años: **5,26%**
 /30-50 años: **5,28%**
 >50 años: **0,00%**

Región CENTRO

Población: **406**
 ► Ingresos: **20**
 ◄ Egresos: **88**

Tasa Nuevas CONTRATACIONES
 <30 años: **4,93%**
 /30-50 años: **2,08%**
 >50 años: **0,00%**

Índice de ROTACIÓN
 <30 años: **8,02%**
 /30-50 años: **8,21%**
 >50 años: **0,57%**

Población: **313**
 ► Ingresos: **6**
 ◄ Egresos: **43**

Tasa Nuevas CONTRATACIONES
 <30 años: **5,26%**
 /30-50 años: **0,89%**
 >50 años: **0,00%**

Índice de ROTACIÓN
 <30 años: **4,20%**
 /30-50 años: **4,20%**
 >50 años: **0,38%**

TOTAL

Población: **3846**
 ► Ingresos: **133**
 ◄ Egresos: **613**

Índice de ROTACIÓN
21%

Índice de ROTACIÓN =

Trabajadores egresados
 Número de FTES

Tasa Nuevas CONTRATACIONES =

Trabajadores egresados
 Número de FTES

FTES= es equivalente a las sumatorias de jornadas laborales de la plantilla de trabajadores.

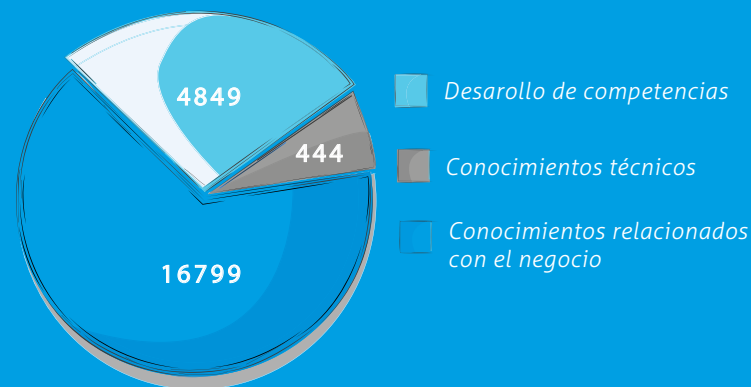
Formación, capacitación y desarrollo 404-1; 404-2

Estamos comprometidos con el crecimiento y desarrollo profesional de nuestro talento humano. Es por ello que nos ocupamos de brindar capacitación que impulse el logro de las competencias necesarias para que la Gente Makro pueda desempeñarse con profesionalismo.

Nuestros procesos de formación incluyen cursos presenciales y virtuales (vía online), registrando 128.025 y 22.029 horas de formación respectivamente. Cabe destacar que la data que se presenta corresponde a la capacitación de los cursos que nuestros empleados han realizado a través del campus virtual, herramienta de formación vía e-learning a la cual tienen acceso todos los empleados y que fue implementada en Makro desde el año 2012, con la publicación de los 10 primeros cursos.

Actualmente contamos con 37 cursos, enfocados en desarrollar las competencias evaluadas por la empresa, el conocimiento técnico y las operaciones relacionadas con el negocio.

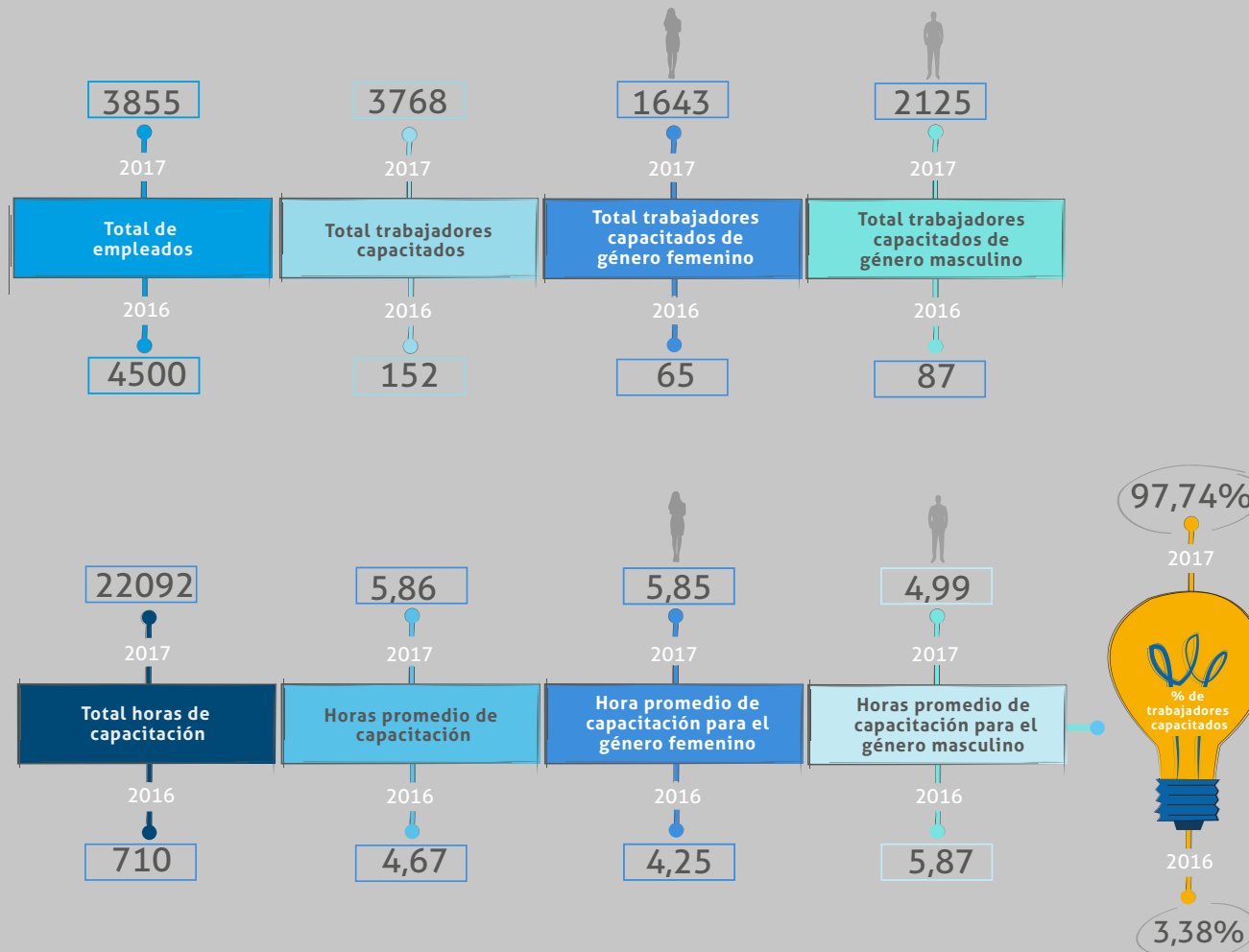
Horas de formación por áreas de conocimientos



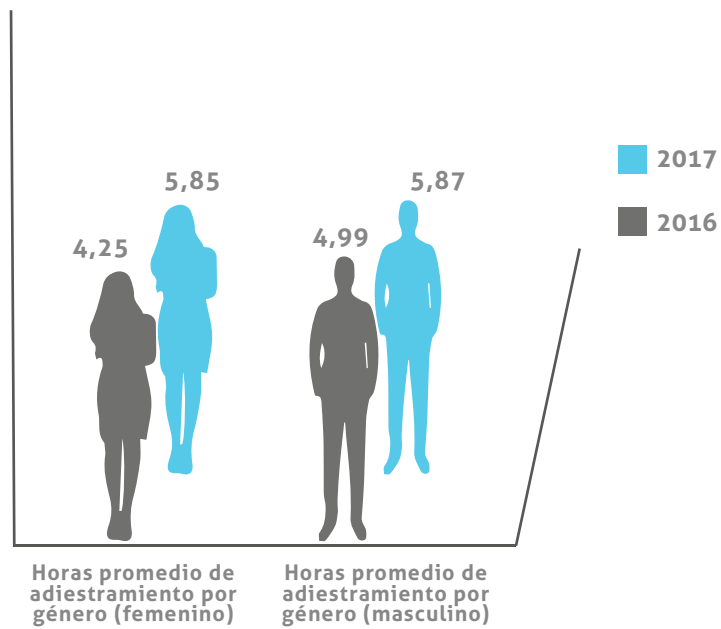
Empleados capacitados por categoría laboral

CATEGORIA LABORAL	EMPLEADOS CAPACITADOS			FEMENINO			MASCULINO		
	2016	2017	VARIACIÓN	2016	2017	VARIACIÓN	2016	2017	VARIACIÓN
Técnico administrativo operativo (TAO)	97	3108	3104%	40	1366	3315%	57	1442	2430%
Líderes	41	529	1190%	19	211	1011%	22	318	1345%
Gerentes y directores	14	131	836%	6	65	983%	8	66	725%
	152	3768	2379%	65	1643	2428%	87	2125	2343%

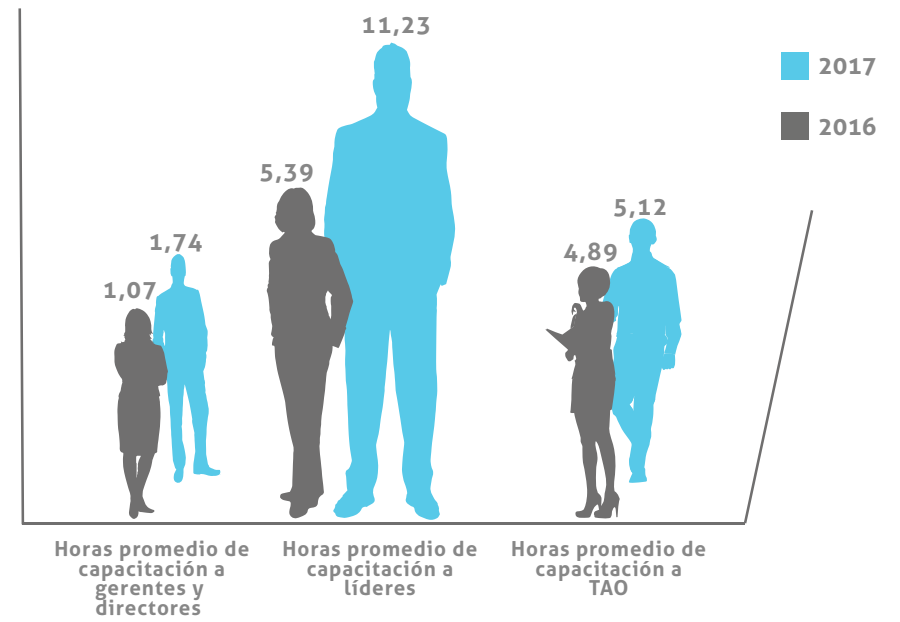
Para el 2017 el 98 % de los trabajadores recibieron al menos 6 horas de formación, a través del campo virtual.



Horas promedio de formación por género



Horas promedio de formación por categoría laboral



Desarrollo

El desarrollo del talento humano es un factor primordial para que nuestra organización pueda perdurar en el tiempo, por ello tenemos programa que incentivan la formación interna de nuestros colaboradores y la atracción de nuevos talentos.

Programa de reclutamiento interno (PRI)

Es un programa que estimula el desarrollo profesional de nuestro personal. Al momento de generarse una vacante, se le da prioridad al personal interno para postularse, proporcionándoles oportunidades de crecimiento. En cumplimiento con este programa registramos desde octubre a diciembre 2017, 38 promociones, 15 del género femenino y 23 del género masculino.

Programa trainee

El enfoque de este programa es preparar a los gerentes de relevo, considerando desde las experiencias más sencillas hasta las más complejas, con la finalidad de que a corto o largo plazo puedan ocupar posiciones de liderazgo en alguna de nuestras tiendas a nivel nacional.

Durante el 2017 fueron postulados al comité evaluador 3 trabajadores de tienda quienes después de revisar sus perfiles pasaron a formar parte de este programa.



Juan Carlos Pérez
Gerente Trainee
Charallave.



Carlos Almeida
Gerente Trainee
Vargas.



Yolman La Cruz
Gerente Trainee
Barquisimeto.

Programa 222

Este programa es una iniciativa regional para atraer talentos que puedan rápidamente ocupar posiciones de alto nivel en cualquiera de las compañías de SHV.

Los candidatos son parte de un programa que tiene una duración de 3 años donde tendrán 2 asignaciones, en 2 continentes y en 2 compañías diferentes. De ahí es donde viene el 222.

El 2017 fue el segundo año en el que Makro Venezuela formó parte del complejo proceso de reclutamiento y selección de estos candidatos, incorporando como nuevo talento a Alexander Ostos, quién ingresó a la organización el 6 de febrero de 2017. En su proceso de entrenamiento pasó por 11 tiendas: La Urbina, La Yaguara, Vargas, Altos Mirandinos, Guarenas, La limpia, Maracaibo Norte, San Francisco, Costa Oriental, Barquisimeto y Centro de Acopio con la intención de que pudiera identificar las variantes según el entorno y contexto en el que nos desenvolvemos.



Alexander Ostos

La primera asignación que está desarrollando Alexander es en Makro Argentina, donde actualmente desempeña el cargo de coordinador de Ventas de Alimentos Secos en la Tienda Olivos ubicada en Buenos Aires. Una vez culmine esta asignación, Makro Group y SHV decidirán su próximo destino en algunas de las filiales en el mundo.

Venezolanos asumiendo responsabilidades en el exterior

Con mucho orgullo durante el año 2017, 4 venezolanos de amplia trayectoria en Makro Venezuela, continuaron sus carreras profesionales ocupando distintos cargos en la región, debido a que sus perfiles se adecuaron a las oportunidades de trabajo que surgieron en otras unidades de negocio. Entre ellos se encuentran:

Jesús Tottesant: Makro Argentina.

María Andreína Mayz / Marcos González: Makro Brasil.

Ilés Ascanio: Makro Colombia.

Desempeño 404-3

Uno de los temas importantes para Makro dentro de la gestión de nuestro talento humano, es la evaluación del desempeño. Sabemos que lo que se mide es susceptible de ser mejorado y por ello, anualmente llevamos a cabo esta medición. En el 2017 el 97% de nuestros colaboradores se registraron en el sistema de evaluación de desempeño, siendo nuestro reto para el 2018 comenzar a contabilizar el registro de aquellas evaluaciones que se mantienen bajo un formato manual.

Este sistema permite realizar 2 ciclos de evaluaciones, comenzando en los meses de enero y febrero donde se hace el cierre de los objetivos del año anterior y se establecen los objetivos del año en curso, adicionalmente permite hacer una revisión de las competencias que son importantes. En el segundo ciclo se verifica el cumplimiento de las metas planteadas y del plan individual.

Para llevar a cabo una evaluación justa, se han dividido los trabajadores en 3 grandes grupos, dependiendo de la posición que ocupan en la compañía con el fin de evaluar competencias y conocimientos adecuados para cada categoría laboral:



En Makro creemos que cada persona puede forjar su carrera y en estos ejercicios de evaluación, el trabajador tiene oportunidades de plantear sus expectativas de forma consensuada con su jefe, e ir adquiriendo nuevos conocimientos y competencias para su desarrollo profesional.

Salud, seguridad y bienestar de nuestros trabajadores

403-1; 403-2; 403-3; 403-4

La salud, seguridad y bienestar de nuestros trabajadores es esencial, queremos que la Gente Makro siempre regrese bien a su hogar y sabemos que un ambiente de trabajo seguro y agradable, es la primera condición para que todos podamos dar lo mejor de nosotros en las actividades diarias.

En este sentido, el 100% de nuestros procesos de trabajo son controlados, garantizando las condiciones óptimas para el desarrollo de las actividades inherentes a cada puesto de trabajo. Para lograrlo, se ha realizado una labor de levantamiento de información sobre procedimientos seguros, los cuales han alimentado los Análisis Seguros de Trabajo.

Por medio de las notificaciones de las condiciones inseguras e insalubres (notificaciones de riesgos) se comunica a cada una de nuestras posiciones, la identificación de los riesgos que estas actividades pueden representar y las medidas de seguridad adoptadas tanto por la organización como por cada uno de los ocupantes de los distintos puestos de trabajo.

³La categoría SHV incluye, directores, gerentes nacionales y gerente general.

⁴La categoría o grupo de Líderes incluye, analistas senior, jefes, coordinadores,

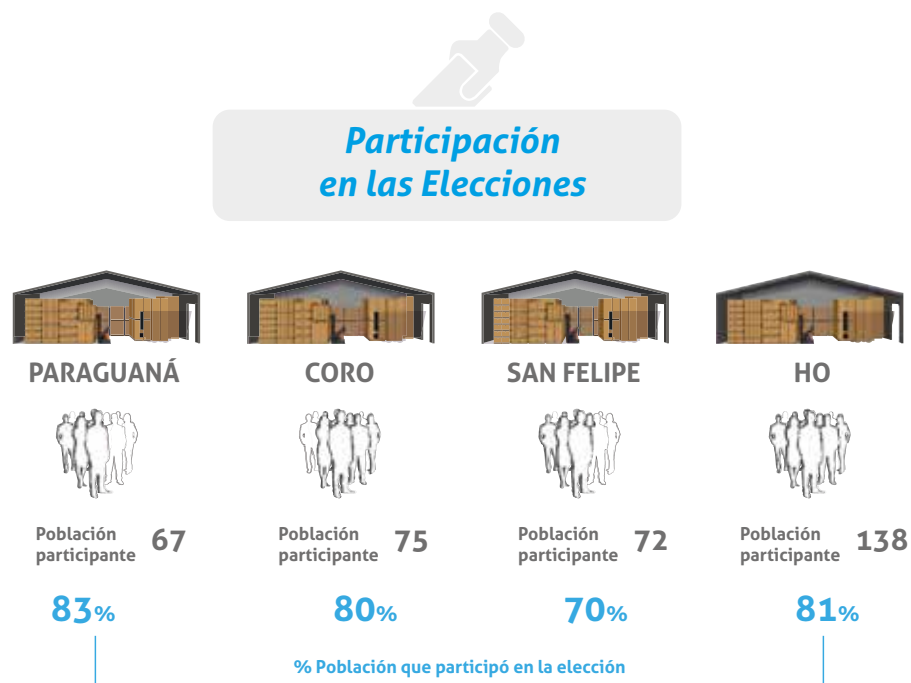
⁵TAO: Técnicos administrativos y operativos.

Delegados de prevención

Del mismo modo, debemos señalar que el 100 % de los trabajadores se encuentran amparados y protegidos por la gestión de nuestros comités de seguridad y salud laboral establecidos en cada centro de trabajo, como parte de la gestión preventiva de los referidos comités.

En nuestros 39 centros de trabajo (37 tiendas, Oficina Central HO, y Centro de Acopio CDA) se encuentran constituidos y en funcionamiento los distintos comités de seguridad y salud laboral, apegados a la legislación nacional dando cobertura a los 3.855 trabajadores y trabajadoras. Dichos comités tienen elecciones cada 2 años y 3 meses de acuerdo a la legislación nacional.

Asimismo fomentamos la participación de los trabajadores en las decisiones que pueden afectarlos. En el año 2017 se realizaron elecciones de los delegados de prevención en 3 tiendas y oficina central, en las que participaron en promedio 78% de los trabajadores habilitados para votar.



Accidentes laborales

En relación a la ocurrencia de accidentes durante los últimos dos años, hemos logrado una disminución del 23% en la accidentalidad respecto al año 2016.





En cuanto a nuestro indicador de días perdidos por ocasión de accidentes de trabajo, vemos también una disminución del 20% en 2017 respecto al 2016, lo cual coincide con la disminución de la accidentalidad para este año.

Consideramos que en parte las campañas de comunicación y la formación asociada a los temas de autocuidado, seguridad y salud en el trabajo aportaron a este resultado.





En 2017 resaltamos las siguientes iniciativas frente a este tema:

- **111.592 Horas hombre** de Formación en seguridad y salud en el trabajo mediante cursos presenciales.
- **Charlas educativas** sobre alimentación balanceada en la Semana de la Salud.
- **Recertificaciones** de equipos de elevación.
- **Evaluaciones ergonómicas** de los puestos de trabajos e implementación de medidas preventivas.
- **Implementación de los programas recreativos** para los trabajadores que incluye deportes, turismo y actividades de esparcimiento.

Total accidentes laborales

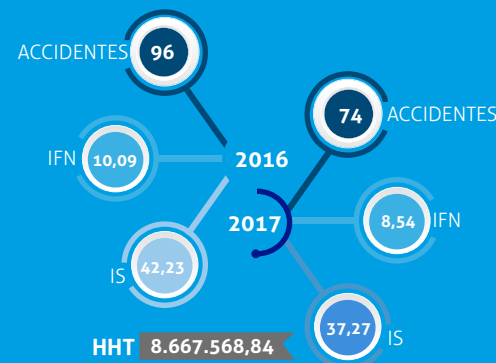
	2016			2017		
			TOTAL			TOTAL
Región Capital	17	6	23	9	4	13
Región Centro	23	6	29	13	5	18
Región Oriente	20	6	26	13	5	18
Región Occidente	7	1	8	9	2	11
Región Centro Occidente	9	1	10	10	4	14
TOTAL	76	20	96	54	20	74

Días perdidos por accidente de trabajo

REGIÓN	2016		TOTAL	2017		TOTAL
						
Capital	95	56	151	22	21	43
Centro	64	47	111	74	43	117
Oriente	64	26	90	30	4	34
Occidente	1	0	1	32	15	47
Centro Occidente	50	0	50	57	25	82
Total días perdidos por año	403			323		

Por su parte el *Índice de Frecuencia Neta (IFN)* nacional y el *Índice de Severidad (IS)*⁶ reflejan una disminución en 2017 respecto al año 2016, como resultado de la baja en el número de accidentes y los días perdidos.

Índice de Frecuencia Neta (IFN) e índice de severidad



Fórmula utilizada para la determinación del índice de Frecuencia Neta:

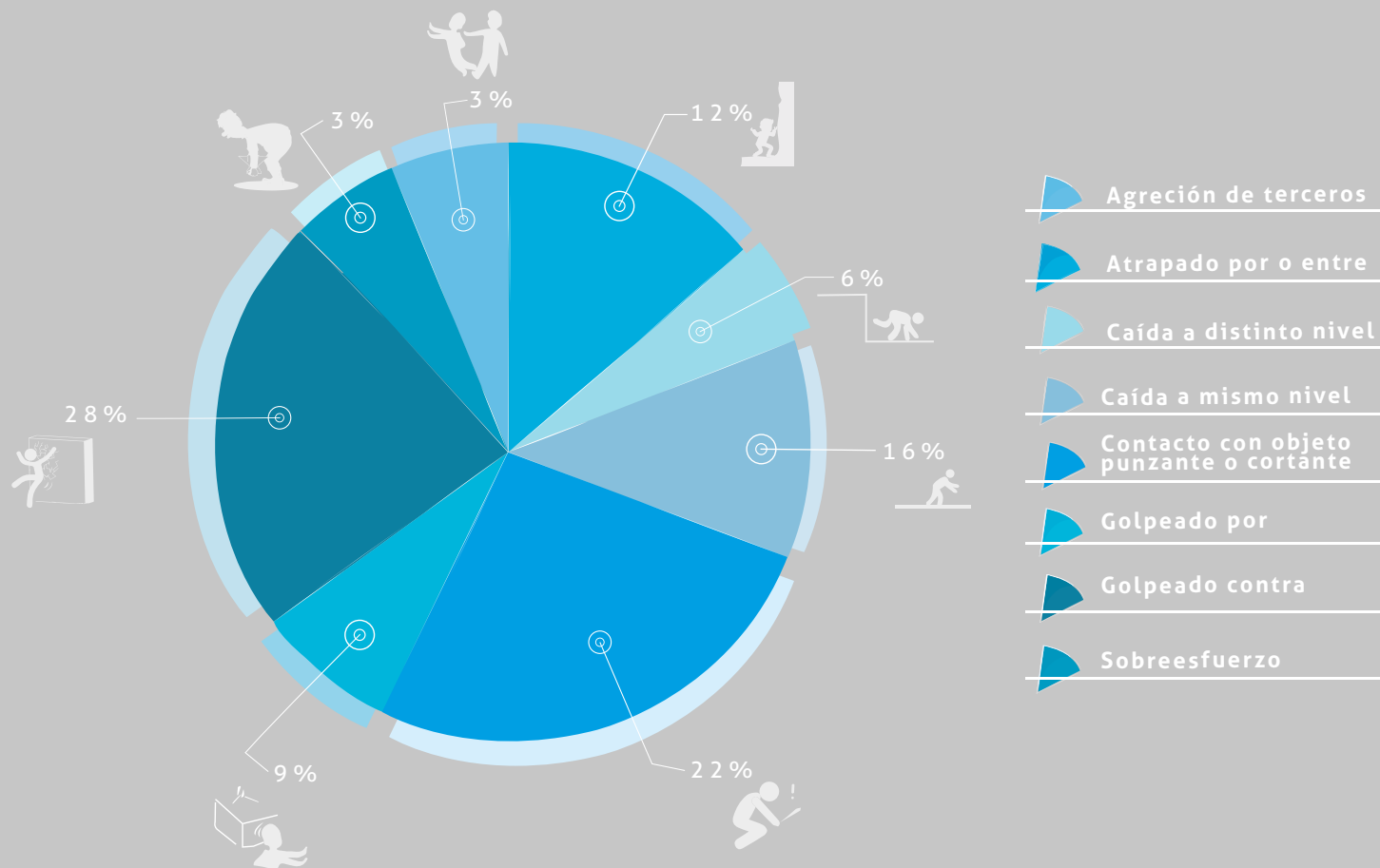
$$IFN = \frac{\text{Nº Accidentes con Pérdidas de tiempo} \times 1.000.000}{\text{Horas Hombre de Exposición}}$$

Fórmula utilizada para la determinación del Índice de Severidad:

$$IS = \frac{\text{Días perdidos por accidentes laborales} \times 1.000.000}{\text{Horas Hombre de Exposición}}$$

⁶Tanto en los índices de frecuencia como en los índices de severidad se incluyen aquellos accidentes de pequeña envergadura (menos a 1 día de salud perdido) al igual que los accidentes que hayan ameritado más de 1 día de salud perdido por ocasión del accidente de trabajo, para el cálculo de estos días se consideran días naturales o días calendario y los mismos empiezan a contarse desde el día después de ocurrido el evento.

Porcentaje y tipos de accidentes ocurridos



El esfuerzo permanente de Makro por asegurarse de que todos los trabajadores tengan sus elementos de protección, así como la implementación de los programas de capacitación para que todos seamos conscientes de que el primer responsable de la propia seguridad y cuidado, es cada uno, ha aportado a la disminución de la accidentalidad en el año 2017, periodo en el que no se reportaron accidentes laborales con víctimas fatales.

De igual manera, seguimos reforzando comportamientos responsables de autocuidado y atención plena en las actividades que se llevan a cabo en las labores dentro de las operaciones, para continuar disminuyendo nuestros índices de accidentalidad.

Todos los accidentes han sido notificados y declarados por cada uno de nuestros centros de trabajo ante el ente regulador Instituto Nacional de Prevención Salud y Seguridad Laborales, dentro de los lapsos estipulados (60 minutos y 24 horas después de ocurrido el evento) dando cumplimiento a lo establecido en la legislación nacional.

Por otra parte, los trabajos desempeñados en nuestra operación, no son considerados de alto riesgo para la salud. Todas las actividades son controladas mediante la aplicación de rutinas de trabajo seguro. Sin embargo, en las ocasiones que se debe realizar alguna labor de alto riesgo, la misma es encomendada a alguna empresa contratista con experiencia en

el ramo, quienes además deben cumplir con todas las medidas de seguridad tanto internas de la organización como las impuestas por la legislación nacional.

Finalmente, es importante resaltar que la convención colectiva de trabajo Makro-Sintramakro, aborda como parte de su gestión temas de salud y la seguridad laboral. De 75 cláusulas de la convención, 6 (8%) abordan estos temas.

Cláusulas asociadas a salud y seguridad en el trabajo



Centro de asistencia médica



Comité de higiene y seguridad laboral



Enfermedades ocupacionales y discapacidades



Equipos, útiles y herramientas de trabajo



Higiene, seguridad y protección industrial



Transporte de emergencia

Bienestar 401-2

Cuando en nuestra filosofía manifestamos que invertimos en las personas, reconocemos que en la medida en que nuestra Gente se sienta cómoda en su trabajo, reconocida, valorada y con oportunidades, también podrá y querrá dar más de su parte para que logremos las metas que nos hemos propuesto.

Gracias a los convenios y gestiones del área de recursos humanos, en Makro podemos ofrecer beneficios para todos nuestros trabajadores, tales como:

- *Bonificación y permiso por matrimonio.*
- *Bonificación y permiso por nacimiento de hijos.*
- *Seguro HCM.*
- *Contribución y permiso por fallecimiento de familiares.*
- *Póliza de vida.*
- *Préstamos por infortunio.*
- *Juguetes (en navidad) para los hijos de los trabajadores hasta 12 años.*
- *Agasajo a los hijos de los trabajadores por el Día del Niño.*
- *Becas por excelencia a los hijos de los trabajadores.*

- Material didáctico (contribución para la adquisición de útiles escolares).
- Promoción de actividades deportivas.
- Plan vacacional para los hijos de los trabajadores.
- Cesta Navideña.
- Bonos anules por cumplimiento de objetivos (Bono de merma y/o Bono Gerencial).
- Primas por profesionalización y bono post vacacional (para el personal sindicalizado).
- Bono por antigüedad.
- Créditos a empleados.
- Canastilla por nacimiento de hijos.
- Transporte para el personal.

Asimismo, tenemos actividades especiales en las que fomentamos que el trabajador tenga un espacio de esparcimiento. Nuestro compromiso para el 2018 es incrementar las actividades que favorezcan el bienestar y la integración de nuestros trabajadores.

Oficina Central



Tienda Cumaná



Tienda La Urbina



Tienda Coro



Charla de motivación HO



Tienda Ciudad Bolívar



Tienda Aragua



Tienda La Urbina

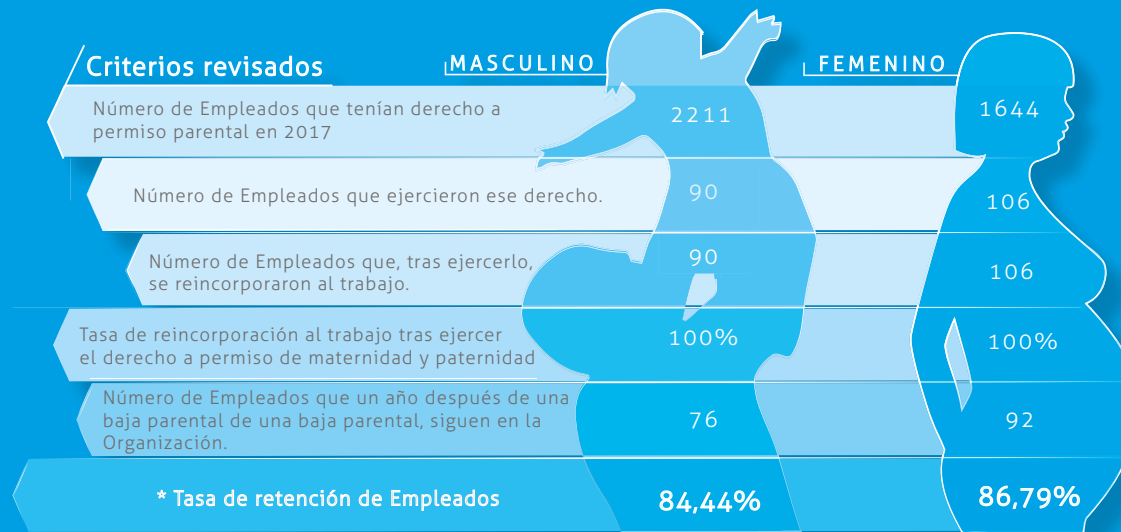


Tienda San Cristóbal



Entre los beneficios que tienen los trabajadores y que están regulados en la ley orgánica de trabajo, se encuentra el permiso o licencia por maternidad (182 días continuos) y por paternidad (14 días continuos). En Makro garantizamos a todos nuestros empleados el derecho a este beneficio debidamente remunerado al 100%.

El 100% de nuestros trabajadores se reincorporaron a sus actividades una vez terminada la licencia.



Permiso de Maternidad y Paternidad 2017 401-3

***Tasa de retención=**

Nº de empleados que después de un año de baja parental siguen en la organización.

Nº de empleados que ejercieron el derecho parental

Conversatorios

De igual manera, para nosotros es importante que nuestros colaboradores estén informados sobre los retos y avances de la compañía, es por ello que en el 2017 continuamos los conversatorios con el Presidente de Makro y reforzamos la práctica de discutir mensualmente los resultados de la compañía con todos los trabajadores.





Nuestras
comunidades



Relación con nuestras comunidades 413-2

Desde sus inicios, Makro ha asumido un compromiso con la sostenibilidad, incluyendo el desarrollo de las comunidades locales, el bien común y el interés en apoyar causas legítimas que promuevan aspectos sociales como mejorar la educación y el bienestar social de una manera general.

Para lograr este vínculo con la comunidad, a través del diálogo y la colaboración mutua, en Venezuela contamos con la Fundación Makro, institución sin fines de lucro creada en 1997 con el objetivo de promover, propiciar y contribuir al crecimiento y fortalecimiento social de Venezuela a través del desarrollo y soporte de programas en áreas de interés social como educación, salud, protección ambiental, y bienestar de las comunidades vulnerables cercanas a las operaciones de Makro. A través de la fundación, Makro canaliza las donaciones y proyectos sociales con la comunidad.

El proyecto bandera de la Fundación es el proyecto ESCUELAS (Educación, Sostenibilidad, Cultura, Economía escolar, Logro de Actitudes para la vida y Salud) que tiene como meta contribuir al desarrollo intelectual, económico y cultural de las comunidades cercanas a nuestras tiendas, teniendo como punto de partida las instituciones educativas de carácter público de la zona.

Este proyecto se ha desarrollado desde el año 2016 y se inició con un diagnóstico de las necesidades de las comunidades cercanas a las 37 tiendas de Makro. Una vez comprendida la realidad del contexto donde tenemos operaciones, se estructuró el proyecto abordando las necesidades específicas de cada escuela. Definida la institución apadrinada el gerente

general de cada tienda en conjunto con el coordinador de relaciones comunales mantienen una relación cercana con la misma para poder conocer sus actividades, necesidades y apoyarlas con los temas que van surgiendo para su operación. Cada tienda centraliza las peticiones o requerimientos de las escuelas con el fin de gestionar el programa ajustado a sus requerimientos. Asimismo, se busca que los trabajadores puedan involucrarse y conocer el programa de cerca, aportando con su tiempo de forma voluntaria a las actividades que se desarrollan en conjunto.

Hasta la fecha hemos entregado dotación de libros a 12 Bibliotecas Escolares en las escuelas apadrinadas ubicadas en los estados: Anzoátegui, Miranda, Bolívar, Aragua, Zulia, Carabobo y Guárico y adicionalmente fomentamos actividades en apoyo al desarrollo intelectual, recreativo y deportivo, tales como:

- Donaciones de insumos.
- Cine Foros y sesiones de lectura.
- Voluntariado en la elaboración de alimentos.

Esto nos permitió con el 32% de nuestra operación cerrar el año 2017, beneficiando a 6.957 niños y niñas que cursan estudios en instituciones de bajos recursos, cercanas a nuestras tiendas.

ESCUELAS beneficiadas con el Proyecto Escuelas

TIENDAS	INSTITUCIÓN	BENEFICIARIOS DIRECTOS	ESTADO TERRITORIAL
			
Makro Mérida	Escuela Estatal San Onofre	120	MÉRIDA
Makro Guaremas	UENRB José Antonio Páez	240	MIRANDA
Makro Maracaibo Norte	U.E.N Federico Villena Welsh	245	ZULIA
Makro Valle de La pascua	UENB Tcnel. Felipe Acosta Carlez	364	GUÁRICO
Makro Tocuyito	Escuela Básica Benigna Reyes	372	CARABOBO
Makro Aragua	E.B.E César Rodríguez Palencia	470	ARAGUA
Makro Charallave	Unidad Educativa Estatal "Dividivi".	479	MIRANDA
Makro El vigía	Esperanza Bolivariana	570	MÉRIDA
Makro Puerto Ordaz	U.E.B. Auyantepuy	602	BOLÍVAR
	U.E.B. "Jesús de Nazaret"	479	
Makro Puerto La Cruz	Fe y Alegría	1200	ANZOÁTEGUI
Makro San francisco	U.E Arquidiocesana Nuestra Señora Del Carmen	1816	ZULIA
TOTAL		6.957	

Nuestro objetivo para el año 2018, en cuanto al proyecto Escuelas es entregar 11 nuevas Bibliotecas a escuelas en: Coro, Punto Fijo, Yaracuy, Puerto Cabello, Naguanagua, Vargas, Maracaibo, Maturín, San Cristóbal, Valle de la Pascua y Costa Oriental. Con lo que beneficiaremos a 7000 nuevos niños, logrando afianzar nuestra relación con la comunidad.

En Makro le apostamos a la generación de impactos positivos de nuestra operación por lo que buscamos entre otras cosas, que el empleo que se genere pueda ser aprovechado por la comunidad local, que nuestras tiendas surtan a las zonas de influencia y que con nuestra labor generemos oportunidades de crecimiento económico al sector donde nos encontremos ubicados.

Asimismo para reforzar los valores de la compañía y la sensibilidad social, por iniciativa de nuestros colaboradores realizamos actividades de voluntariado con la campaña "Cambia un juguete por una sonrisa" que consistió en la donación de juguetes por parte de nuestros trabajadores para ser entregados a niños en situación vulnerable.

Proyecto Escuelas



Donación de juguetes



Por nuestro Planeta
hacemos más con menos



Hacemos más con menos 307-1

En Makro nos enfocamos en elevar la eficiencia, a través de la implementación de acciones sostenibles e innovadoras que permitan un uso adecuado de los recursos naturales, conservando y respetando el medio ambiente.

Sabemos que sólo tenemos un planeta y de nuestras decisiones y acciones depende que las actuales y futuras generaciones puedan disfrutar de un ambiente en el que puedan vivir bien. Con este compromiso presente, trabajamos día a día en nuestras operaciones para cumplir no sólo con las exigencias legales de nuestro país en materia ambiental, sino también para poder reducir nuestra huella e impactar positivamente nuestro entorno.

En Makro Venezuela, las áreas de Sostenibilidad y Expansión se encargan de gestionar el tema ambiental. Actualmente estamos definiendo esquemas y metodologías de medición de varios de los recursos utilizados, tales como: agua, combustible y residuos, para establecer nuevas estrategias de gestión en cada uno de los temas ambientales. Mientras este proceso culmina, continuamos controlando nuestros indicadores ambientales como se ha establecido por parte del Holding con los mecanismos propios que se han creado en el país.

Gracias a este continuo monitoreo, no hemos registrado ningún incumplimiento de la legislación o normativa ambiental del país. Como parte de este esfuerzo de ir más allá de lo estrictamente obligatorio, hemos logrado hasta el 2017, que el 59% de las Tiendas de Makro hayan recibido el Registro RACDA*. Este registro nos da una certificación de que nuestros procesos no amenazan de forma significativamente el medio ambiente por el almacenamiento de combustible y la instalación de plantas de tratamiento.

En Makro también enfatizamos en la sensibilización ambiental de nuestro personal y de su grupo familiar por lo que sabemos que es un factor determinante para generar impactos contundentes en la sociedad que nos rodea. Nuestra gente representa el pilar más importante de la operación y son nuestros colaboradores los que hacen posible que las buenas prácticas perduren en el tiempo.

Con estas premisas, en el año 2017 se desarrollaron iniciativas, fomentando el voluntariado asociado a actividades que sensibilizan a nuestra gente y sus familias frente al cuidado ambiental.

**RACDA: Registro de Actividades Capaces de Degradar el Ambiente, instrumento administrativo de gestión utilizado por la autoridad ambiental Nacional que tiene como fin controlar estas actividades.*

Actividades de concientización

Con el lema *"Dejar en la playa sólo las huellas de nuestros pies"*, Makro participó por primera vez en el Día Mundial de Playa, donde los colaboradores en compañía de sus familiares asistieron a Playa Vasito, ubicada en La Guaira y ayudaron en la limpieza de este espacio utilizado para el esparcimiento de la comunidad.



Sembrando árboles cultivando valores

La tienda Coro incorporó, dentro del Plan Vacacional, una actividad para que los niños de nuestros colaboradores sembraran árboles alrededor de la tienda.

Asimismo, los trabajadores del centro de acopio y la tienda Makro San Francisco reforestaron los alrededores de las instalaciones.



Navidad sostenible

Invitamos a nuestros trabajadores a decorar con creatividad sus tiendas y departamentos, usando como principio el uso de materiales reciclados o reutilizados. A continuación, un ejemplo de los resultados creativos en:

Makro Carúpano:



Makro Charallave:



Makro Anaco:



Makro Trujillo:



Eficiencia operativa 302-3; 305-4

Makro a nivel regional cuenta con indicadores de eficiencia y reducción de huella ambiental en cuatro temas que son de gran importancia para el Holding: Emisiones de Dióxido de carbono (CO₂), consumo energético, consumo de agua y generación de residuos /desechos.





Para la presentación de estos indicadores, Makro estableció: una línea base en 2015, una meta de reducción Regional, una meta de reducción por país para 2018 y un mecanismo de medición de intensidades establecido por nuestra empresa.

Hemos logrado reducir la intensidad de las cuatro (4) variables ambientales que monitoreamos, cumpliendo con las metas 2017 en reducción de la intensidad en las emisiones y el consumo energético.

Sabemos que continua siendo un reto de gestión, la reducción, el consumo de agua y el manejo de los desechos, lo que nos ha llevado a emprender acciones adicionales para cumplir con nuestros objetivos en estas líneas. Entre ellas cabe mencionar, la adaptación de la Planta de Tratamiento de Tienda Guarenas que permitirá reutilizar el agua en el riego de jardines y bajantes de inodoros y el proceso de identificación y clasificación de residuos con el fin de gestionarlos. Estamos seguros de que estos avances nos permitirán continuar mejorando los resultados en materia ambiental para el año 2018.

Resumen de nuestra Huella Ambiental Indicadores de Intensidad⁷



	Métrica	Objetivos 2018	Objetivos 2017	Línea Base 2015	Resultado 2017	% de reducción
	Emisiones de CO ₂ / 1 millón de ventas	-20%	-10%	800	98	88%
 Electricidad	KWh consumidos / 1 millón de ventas	-20%	-10%	1.743	351	80%
 Agua	m ³ consumidos / 1 millón de ventas	-20%	-10%	7,4	2	73%
 Desechos	Kg generadores / 1 millón de ventas	-20%	-15%	140	7	95%

⁷Cada una de las intensidades se establece utilizando como denominador 1 millones de ventas en la moneda del país, en nuestro caso para disminuir la distorsión del resultado se restó la inflación acumulada según Ecoanálítica.

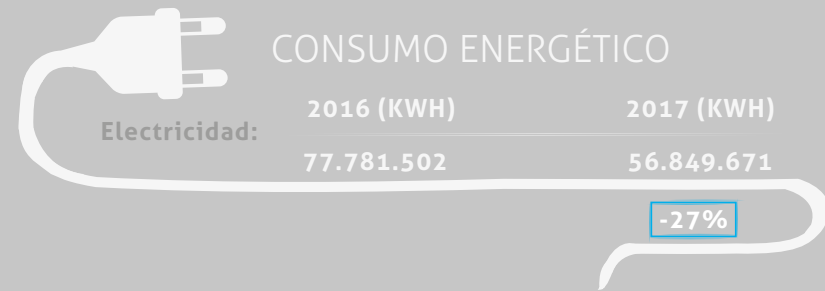
Energía 302-1; 302-4

El consumo energético es uno de los factores ambientales que controlamos como parte de nuestra eficiencia operativa. Este indicador depende en gran medida de nuestras inversiones en mejoramiento de tecnologías en iluminación, refrigeración, así como otras medidas de ahorro que hemos emprendido en nuestras operaciones. El área de Expansión ha liderado tanto el monitoreo como las acciones ejecutadas en esta materia.

En MAKRO Venezuela consumimos dos tipos de energía: renovable y no renovable. La energía renovable es aquella que se encuentra en el medio ambiente en cantidades ilimitadas y es la más utilizada por Makro, ya que proviene de centrales hidroeléctricas, cuyo consumo es controlado a través de la facturación. A este tipo de energía la denominamos energía verde. Consumimos también energía no renovable asociada a combustibles fósiles utilizados para el funcionamiento de nuestras plantas generadoras, las cuales funcionan con diesel y a esta energía la denominamos energía gris. Como parte de las buenas prácticas que continuamos implementando en materia de ahorro energético en 2017 se encuentran:

- La instalación de láminas traslúcidas en el Centro de Acopio logrando un nivel adecuado de iluminación a través de la energía solar.
- La sustitución de Neveras Verticales por Neveras Autocontenidas, en 35% de nuestras tiendas, las cuales permitieron un mejor aprovechamiento del sistema de refrigeración, disminución del consumo de energía y generación de menos contaminación al utilizar refrigerantes más ecoamigables.

Finalmente, el cambio en nuestros horarios de funcionamiento, también aportó una reducción a nuestro consumo energético que aunado a las iniciativas anteriores, alcanzaron un ahorro del 27% en el consumo eléctrico con respecto al 2016.



Paneles traslúcidos.



Neveras autocontenidas.

Emisiones 305-1; 305-2; 305-5

Makro comprende que su operación genera emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), conocida también como la huella de carbono. En nuestra operación las emisiones directas que generamos provienen principalmente de los combustibles fósiles (fuentes no renovables) como la gasolina y el Diesel y las emisiones indirectas del consumo eléctrico (fuente renovable). Por ello, las emisiones de CO₂e se calculan a partir de los consumos energéticos (electricidad y combustibles) y aplicamos factores de conversión internacionales.

A continuación se muestra el CO₂ equivalente (CO₂e) proveniente del consumo de combustibles y electricidad, teniendo presente los alcances que define el GRI; para obtener el resultado, multiplicamos el consumo por el factor de conversión ya establecido.



HUELLA DE CARBONO (EMISIONES GEI+ENERGÍA)

Alcance - Fuente de energía	Factor de conversión	Consumo 2017	CO ₂ e 2017	
Alcance 1 - Emisiones Directas de GEI	Gasolina	2,156	18165 L	39163,74
	Diesel	2,6751	426320 L	1140448,632
	Total			1.179.612
Alcance 2 - Emisiones Indirectas de GEI	Electricidad	0,2514	56405186 Kwh	14.180.264
	Total			14.180.264

Total Emisiones GEI: 15.359.876

En comparación con el 2016, las emisiones de gases de efecto invernadero disminuyeron en un 10 %. Parte de este resultado lo atribuimos a la reducción de la jornada laboral, al cierre de las tiendas los días domingos y a la renovación de los sistemas de refrigeración de las 13 tiendas, cuyas tecnologías son más eficientes, lo que ha optimizado el consumo energético.

Nuestra meta para el 2018 es incorporar en la medición de emisiones de gases efecto invernadero el impacto de los refrigerantes.

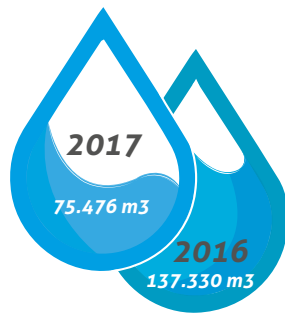
- El GEI que medimos es el CO₂, ya que por la naturaleza de nuestras actividades no se emiten sustancias destructoras de la capa de ozono, ni emisión de NO, SO.
- Nuestra casa matriz emplea dos guías: IEA - CO₂ EMISSIONS FROM FUEL COMBUSTION Highlights (2014 Edition) y IPCC Default Values (IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories 2006; Volume 2 - Energy - Stationary combustion).
- El alcance ¹ son todas las emisiones directas de GEI provenientes de combustibles fósiles utilizados en nuestras operaciones y el alcance ² son las emisiones indirectas de GEI que se calculan a partir de toda la energía comprada de generadores externos a Makro, son únicamente los proveedores de electricidad.

Agua 303-1

El agua que empleamos en nuestras instalaciones proviene del suministro municipal de cada localidad donde tenemos operaciones y en nuestras sucursales de Puerto Ordaz, Coro y Anaco el agua proviene directamente de pozo.

Para realizar la medición del consumo de agua desde el 2017, en la tienda de Costa Oriental se hizo un desarrollo de un prototipo para la medición de este recurso, dicha iniciativa fue implementada por el jefe de mantenimiento de esa tienda. Nuestro objetivo para el 2018 es instalar en el 10 % de nuestra operación estos equipos, con la finalidad de obtener una medición más precisa de este indicador, ya que actualmente nos basamos en un dato estimado.

En el 2017 en consumo de agua fue de 75.476 m³ lo cual representa una reducción de un 45 % respecto al año 2016 en el cual el consumo fue de 137.330 m³.



CONSUMO DE AGUA

Cabe destacar, que en 13 de nuestras tiendas tenemos plantas de tratamiento, donde reciclamos el 4 % del volumen de agua consumido.

En el 2017, comenzamos un proyecto de reutilización de aguas tratadas en la tienda de Guarenas. Este sistema permitirá ahorrar hasta 40% de la dotación diaria del establecimiento.

Residuos 306-2

Uno de los mayores retos que enfrenta el sector al que pertenecemos es el manejo de los residuos no peligrosos, entre los que se encuentran los orgánicos y aquellos que se generan en las operaciones por embalaje y empaque. Conscientes de este desafío sectorial, Makro implementa una estrategia de reciclaje para disminuir los desechos que impactan el medio ambiente, ayudando así al planeta a no agotar sus recursos.

En el año 2017 logramos que el 72% de nuestra operación llevara a cabo actividades de recolección de desecho para reciclaje enfocados principalmente en el cartón y el plástico.

Asimismo, iniciamos la medición de nuestros residuos no peligrosos con el fin de establecer las formas de control y disposición para emprender un manejo más estricto a partir del año 2018. Cabe destacar que la medición que presentamos corresponde a la data de 6 meses, considerando como fecha de inicio el mes de julio.

Gracias a las acciones anteriores, logramos los siguientes resultados en el 2017:

TIPO DE RESIDUO	TIPO DE TRATAMIENTO		
	 Reciclaje	 Relleno Sanitario/ Vertedero	 Reutilización
2017	194220 Kg	123838 Kg	19755 Kg

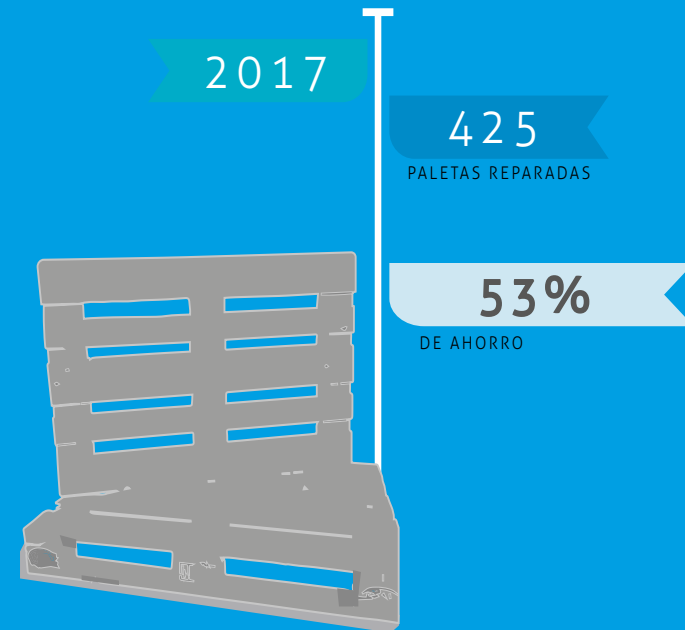
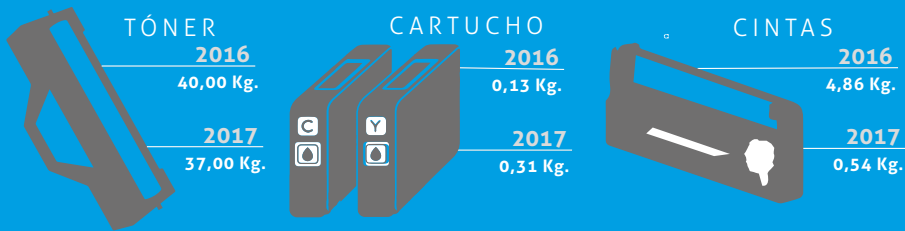
RECURSOS RENOVABLES	UNIDAD DE MEDIDA (KG)	
	 Cartón	118813 Kg.
 Madera	19755 Kg.	
 Alimentos orgánicos	123838 Kg.	
 Papel	1459 Kg.	
	140027 Kg.	

NO RENOVABLES	UNIDAD DE MEDIDA (KG)	
	 Chatarra	35855 Kg.
 Plástico	37362 Kg.	
 Vidrio	731 Kg.	
	73948 Kg.	

Entre nuestras acciones para el 2018 se encuentra caracterizar nuestros residuos peligrosos, medirlos y comenzar a canalizar la disposición final responsablemente.

En 2017 continuamos donando los cartuchos usados de láser y tinta a Fundana (Fundación de Amigos del Niño que Amerita Protección) esta donación se realiza a través del programa "Hasta el Último Cartucho" el cual recibe esta fundación a nivel nacional y el ingreso que perciben con la destinación de este producto lo utilizan en los gastos operativos de Las Villas de "Los Chiquiticos". Con esta acción no sólo buscamos brindar una ayuda de autofinanciamiento sino que además, ayudamos a evitar la contaminación ambiental ya que un cartucho demora 300 años en biodegradarse.

Como parte de nuestras iniciativas, en 2017, el personal de Centro de Acopio realizó la restauración de las paletas de madera que habían cumplido su tiempo de vida útil, con la finalidad de mantener el flujo de paletas requeridas para el proceso operativo de este centro, contribuyendo con la disminución del gasto en la compra de este insumo, en la sostenibilidad de los recursos naturales y fomentando el trabajo en equipo. Reparando un total de 425 paletas, lo que generó un ahorro del 53 %, en relación a la adquisición de este producto nuevo.



Edificios eficientes

En Makro hemos asumido compromisos ambiciosos enfocados ya no solo en la reducción de nuestros consumos sino también en buscar que nuestras instalaciones sean cada vez más ecoamigables, es así como en el 2017 emprendimos nuestro primer proyecto en la reutilización de aguas tratadas en la tienda de Guarenas, que consiste en un sistema de captación y distribución de estas aguas, por medio de un estanque subterráneo del cual partirá un sistema de bombeo con tanque hidroneumático, que permitirá destinar hacia los recintos sanitarios (inodoros) y áreas verdes agua a una presión sin variaciones e independiente de las interrupciones del servicio público. Este sistema ahorrará hasta 40% de la dotación diaria del establecimiento, ya que permite la reutilización del agua indefinidamente.



Adicionalmente hemos mantenido nuestro sistema para el ahorro de energía eléctrica, conocido con el nombre de Roso, debido a la importancia que para la empresa tiene la reducción de costos por concepto de electricidad, en el cual se analizan los factores que inciden en el régimen tarifario, como son: el cargo por demanda y el cargo por energía.

Este Sistema tiene un hardware y software que permite la visualización, medición, control y comunicación de sistemas de distribución eléctrica conectados en red. El propósito principal de la conexión del equipo en red es recibir información desde cualquier lugar de la industria o comercio, datos básicos para decidir cómo utilizar mejor la energía eléctrica, controlando el proceso productivo de forma remota.

Este sistema nos permite:

- Control del consumo de energía (KWh).
- Control de la demanda de potencia (KVA).
- Control de horario.
- Control del generador de emergencia.
- Registros reales e históricos de información.

En resumen la inversión en Infraestructura para hacer nuestras instalaciones cada vez más ecoamigables fue de 985.634.875,40 Bs, incluyendo las plantas de tratamiento, sustitución de paneles traslucidos e instalación de neveras autocontenidas.

Agradecimiento

Con mucho orgullo presentamos nuestro segundo reporte de sostenibilidad y el primero en conformidad con la opción esencial de los estándares GRI, resultado de la colaboración y esfuerzo de todos los departamentos que forman parte de la organización, a los cuales agradezco su dedicación y tiempo invertido. ***¡Sigamos trabajando por una empresa más Sostenible!***



María Virginia Wills
Coordinadora Nacional de Sostenibilidad

ALTA

buscar lo inusual

crecer gracias a nuestros resultados

escuchar, aprender y reaccionar

quir cuota y nicho de mercado

shv

plicar las cosas

onar el cambio

r en las personas

buscar lo inusual



ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI 102-55

Estándar GRI	Contenido	Números de página	Omisión
	Perfil de la Organización		
	102-1 Nombre de la organización	7	
	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	11, 12, 33	
	102-3 Ubicación de la sede	8, 9	
	102-4 Ubicación de las operaciones	8, 9	
	102-5 Propiedad y forma jurídica		En Venezuela, Makro está constituida bajo la estructura legal de sociedad anónima. El 60% de las acciones de Makro pertenecen al Holding y el restante son de capital privado nacional.
	102-6 Mercados servidos	8, 9, 12	
	102-7 Tamaño de la organización	8, 9, 11, 13, 29, 41	
	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	41	
	102-9 Cadena de suministro	13, 36 - 38	
	102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro		En 2017 se presentaron cambio en las jornadas de operación. Con el objetivo de fomentar la productividad, buen uso de los recursos y la seguridad de nuestros trabajadores, en el 2017 se redujo el horario de atención durante la semana y comenzamos a cerrar los días domingos.
	102-11 Principio o enfoque de precaución	19	
	102-12 Iniciativas externas	22	
	102-13 Afiliación a asociaciones		Makro Venezuela actualmente no tiene ninguna afiliación a asociaciones.
	Estrategia		
	102-14 Declaración de los altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	5	
	102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	19	
	Ética e Integridad		
	102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta	16	
	102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	16, 18	
	Gobernanza		
	102-18 Estructura de gobernanza	14 - 15	
	Participación de los grupos de interés		
	102-40 Lista de los grupos de interés vinculados a la organización.	23	
	102-41 Acuerdos de negociación colectiva	41	
	102-42 Identificación y selección de grupos de interés	24	
	102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés	23 - 24	
	102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados	24	
	Prácticas para la elaboración de informes		
	102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	22	
	102-46 Definición de los contenidos de los informes y las coberturas de los informes	24	
	102-47 Lista de los temas materiales	24	
	102-48 Reexpresión de la información		Para 2017 no hubo reexpresión de datos.
	102-49 Cambios en la elaboración de informes	22	
	102-50 Periodo objeto del informe	22	
	102-51 Fecha del último informe	22	
	102-52 Ciclo de elaboración de informes	22	
	102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe	22	
	102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI	22	

GRI 102:
Contenidos
generales 2016

Índice de Contenidos GRI

Estándar GRI	Contenido	Números de página	Omisión
	102-55 Índice de contenidos GRI	80 - 83	
	102-56 Verificación externa	22	
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	43	
GRI 401: Empleo 2016	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación del personal	43 - 46	
	401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	58	
	401-3 Permiso parental (maternidad y paternidad)	60	
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	52 - 57	
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2016	403-1 Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad	53	
	403-2 Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	54 - 56	
	403-3 Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad	57	
	403-4 Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos	57	
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	49	
GRI 404: Formación y enseñanza 2016	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	47 - 49	
	404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	47, 50 - 51	
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	52	
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	63	
	413-2 Operaciones con impactos negativos significativos, reales y potenciales en las comunidades locales		No se han identificado impactos negativos significativos de nuestras operaciones en las comunidades locales.
	Indicador Propio: beneficiarios de programas sociales.	63 - 64	
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	33	
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	33 - 34	

Índice de Contenidos GRI

Estándar GRI	Contenido	Números de página	Omisión
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	29	
GRI 201: Desempeño económico 2016	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	29 - 30	Parcial. Información reservada por motivos de competencia.
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	36 - 38	
GRI 204: Prácticas de adquisición 2016	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	13, 36	
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	72	
GRI 302: Energía 2016	302-1 Consumo energético dentro de la organización (Alcance 1)	72	
	302-3 Intensidad energética	71	
	302-4 Reducción del consumo energético	72	
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	74	
GRI 303: Agua 2016	303-1 Extracción de agua por fuente	74	
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	73	
GRI 305: Emisiones	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	73	
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	73	
	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI	71	
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI	73	
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	75 - 76	
GRI 306: Efluentes y residuos	306-2 Residuos por tipo y método de eliminación	75	
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	67	
GRI 307: Cumplimiento ambiental	307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	67	

Índice de Contenidos GRI			
Estándar GRI	Contenido	Números de página	Omisión
Marketing y etiquetado			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	34	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
GRI 417: Enfoque de gestión 2016	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	34	
	417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	34	
Satisfacción de nuestros clientes			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	32	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
Satisfacción del cliente	Propio: medición NPS		Información no disponible. Por el contexto del país, no es posible medir este indicador actualmente.
Innovación Sustentable			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	35	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
Innovación Sustentable	Propio: % de ventas de los productos sustentables sobre el total de las ventas de marca propia		Información no disponible. Los productos sustentables aún no se han lanzado por limitaciones país.

**Coordinación General
Área de Sostenibilidad**

Gerencia Nacional de Mercadeo y Clientes:
Elio González

Asesoría
BSD Consulting

Diseño Gráfico:
Alfredo J. Rodríguez G.

Infografía:
Ana Katibeth Navarro
Gerald Manuel Chávez

Colaboradores
Estefani Alcedo
Betty Yoslakian
Doryhect Mora
Jessica Betancourt
Jean López
Mariana Gutierrez
Marisol Toro
Luis Miguel Velasco
Patricia de Valle Valera

www.makro.com.ve



@makrovenezuela



makrovzla



/makrovenezuela



Makro Venezuela