

# Sustainovation

REPORTE 2016 | MAKRO VENEZUELA







“No heredamos la tierra de nuestros ancestros,  
la tomamos prestada de nuestros hijos”

*Proverbio nativo americano*



# Índice



Mensaje de Presidencia **4**

## **Makro**

¿Quiénes somos? **8**

Historia **10**

Directorio Ejecutivo **14**

Visión de Futuro **16**

Fundación Makro **18**

## **Capital Humano**

Valores de la Compañía **26**

Indicadores y estadísticas de RRHH **27**

## **Nuestros Clientes**

Clientes **46**

Marcas Propias **54**

Publicidad y Mercadeo **64**

## **Huella Ambiental**

19 Árboles **78**

Aguas **80**

Plantas de Tratamiento **82**

Electricidad **84**

Proyectos de mejoras **85**

Desechos **86**

Nuestros primeros pasos en Reciclaje **88**

## **Sustainovation Objetivos 2017**

Objetivos 2017 **94**



# Mensaje de **Presidencia**

6





*“Nunca reconoceremos el valor del agua hasta que el pozo esté seco”*

*Thomas Fuller*

En nuestra organización le damos real importancia a los aportes y conocimientos que puede otorgar nuestro talento humano, quienes garantizarán la promoción de ideas innovadoras que elevarán la calidad en el servicio que prestamos a nuestros clientes. Este elemento es imprescindible para la sostenibilidad de Makro.

Para mí es realmente gratificante observar como cada uno de nosotros, integrantes de la familia Makro, seguimos unidos y comprometidos con el crecimiento de la organización. El esfuerzo colectivo nos ha permitido perdurar y ser una de las organizaciones de nuestro segmento más sustentables, tanto ecológica como económicamente durante el 2016, permaneciendo como la principal empresa distribuidora de alimentos del país. Cada día debemos elevar la eficiencia de nuestra empresa, incentivando la práctica de acciones sostenibles e innovadoras.

Estoy seguro que si garantizamos el uso adecuado de los recursos, conservando y respetando el medio ambiente, con la participación activa de nuestros trabajadores, proveedores y clientes podremos seguir brindándoles el servicio de calidad que siempre le hemos ofrecido, a pesar de las evidentes adversidades que estamos enfrentando en el país.

No cabe duda que la determinación y el trabajo de nuestra gente han sido las principales cualidades que nos han permitido cumplir con la misión de la organización y generar la mayor estabilidad de esta empresa que es nuestra segunda casa.

*“Procuremos que nuestras acciones nos lleven hacia un planeta más verde”.*

Nelson Dávila



# makro

Venezuela





“Mientras ellos te prometen la luna,  
nosotros te garantizamos la Tierra”

*Anónimo*



# ¿Quiénes **somos**?

10



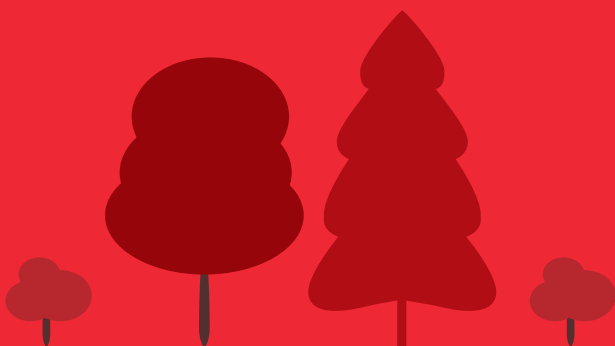
*"Tienes que hacerte responsable de tus acciones y así es como protegeremos la tierra"*

*Julia Butterfly Hill*

Somos la más grande organización mayorista que opera en el mercado venezolano. Distribuimos productos alimenticios al mayor a pequeños y medianos comerciantes tales como: restaurantes, hoteles, luncherías, cantinas, abastos, supermercados, bodegas, fruterías y frigoríficos entre otros comerciantes que se benefician de poder adquirir todos los productos en un solo lugar.

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

La Misión de Makro Venezuela es la distribución de productos con excelencia en precio, calidad y variedad para clientes que compran volumen, ofreciéndole ventajas y oportunidades para crecer.





# Historia





*“Produce una inmensa  
tristeza pensar que la  
naturaleza habla  
mientras el género  
humano no la escucha”*  
Victor Hugo

Makro inició sus actividades en Venezuela en 1992 con la inauguración de su primera tienda Makro La Urbina, ubicada en la ciudad de Caracas. Hoy está presente en los estados más importantes del país y llega al 93% de la población venezolana. Esto la 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 adecuadas a sus necesidades.

Makro Venezuela forma parte de SHV, una empresa familiar fundada en Holanda en 1896, a partir de la fusión de un gran número de compañías dedicadas a comercializar carbón.

En la mitad del siglo XX SHV decidió ampliar sus negocios y sigue haciendo inversiones en varias actividades que incluyen:

- SHV ENERGY: Comercio y distribución del GLP / Generación de energía sustentable.
- Makro: Mayorista con autoservicio.
- 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.
- Nutreco: Líder mundial en nutrición animal y en alimentación de peces.



*“Vivimos en la Tierra  
como si tuviéramos otra  
a la que ir”*

*Terry Swearingen*

Makro inicia 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.

En 1988 en Asia.

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

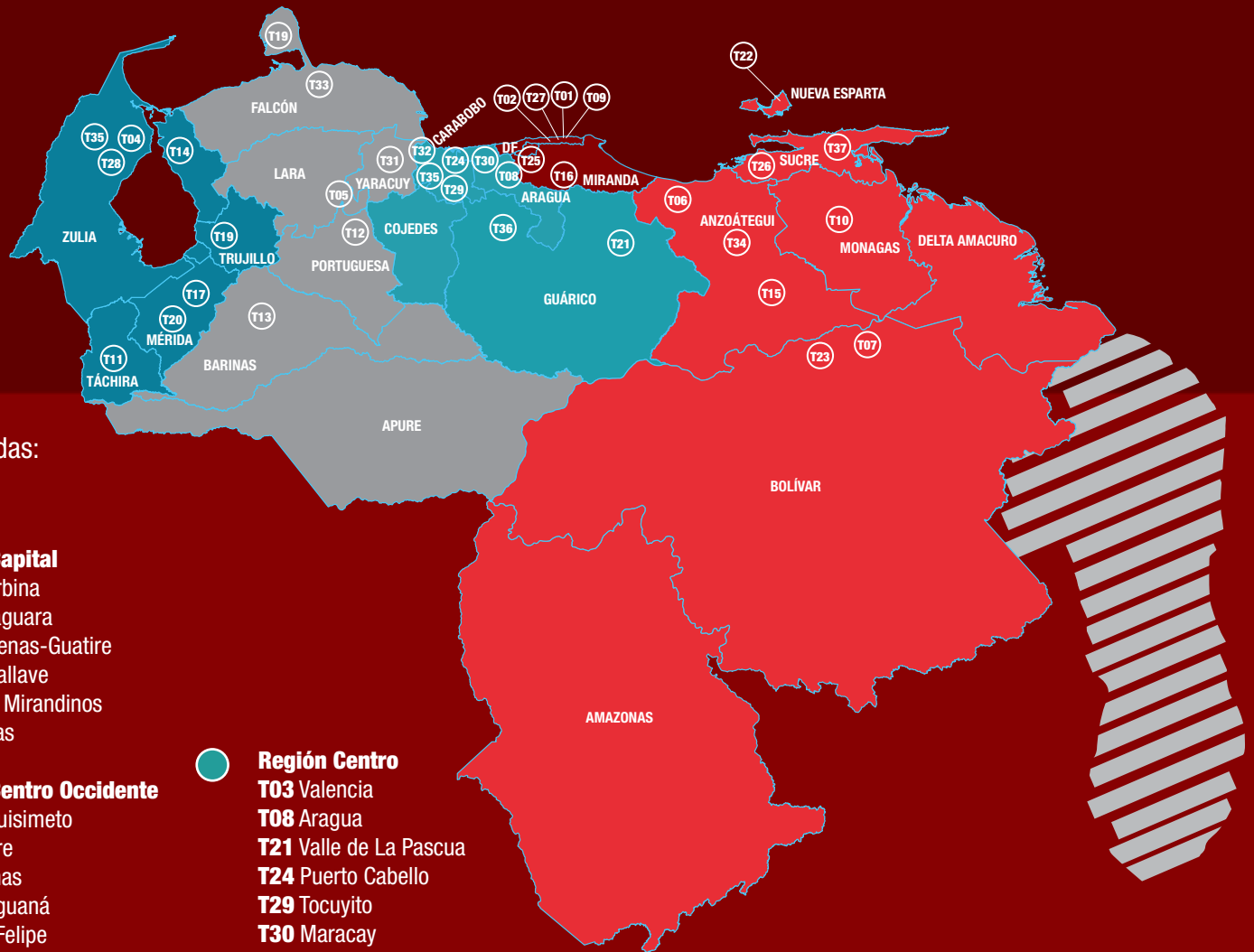
Makro mantiene operaciones en cinco países de nuestro continente con tiendas distribuidas en:

- Brasil = 73 tiendas
- Argentina = 21 tiendas
- Venezuela = 37 tiendas
- Colombia = 17 tiendas
- Perú = 12 tiendas

Nuestras tiendas en Venezuela están en los 21 estados de las 24 dependencias del país.



# Makro Venezuela



Nuestras tiendas:

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

- **Región Centro Occidente**
- T03 Valencia
- 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



*"La sostenibilidad trata de ecología, economía e igualdad"*

*Ralph Bicknese*

# Directorio **Ejecutivo**

16





**Nelson Dávila**  
Presidente



**Ilés Ascanio**  
CFO  
(Vicepresidente de Finanzas)



**Edgar González**  
Director de Consultoría  
Jurídica



**Gustavo Barroso**  
Director Comercial



**Maribel Araujo**  
Director de Clientes  
y Mercadeo



**María Andreína Maiz**  
Director de RRHH



**Jesús Totesantt**  
Director de Ventas  
y Operaciones



**María Elena Sequera**  
Director de Expansión

# Visión de **Futuro**



18





*“El planeta puede vivir sin nosotros. Pero nosotros no podemos vivir sin planeta”*

*Anónimo*

Makro está enfocado en que el negocio perdure en el tiempo, satisfaciendo las necesidades actuales del cliente, sin comprometer la capacidad que debemos tener para retribuir las necesidades de las futuras generaciones, a esto le llamamos Sustainovation (sostenibilidad + innovación).

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 en lo que Makro tiene para ofrecer a sus clientes.

### **Política de sostenibilidad & innovación: NUESTRA VISIÓN**

Responsabilidad y compromiso con el futuro.

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

### **NUESTRA MISIÓN**

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 que nos rodea y contribuir a la estabilidad del planeta, ahora y en el futuro.

# Fundación **Makro**

20





*“El mundo natural es la comunidad sagrada más grande a la que pertenecemos. Dañar esta comunidad es disminuir nuestra propia humanidad”*

*Thomas Berry*

Como empresa comprometida con la sociedad, creamos un vínculo permanente con la comunidad a través del diálogo y la colaboración, sustentado en acciones concretas que representan un aporte importante para todos.



**fundación  
makro**

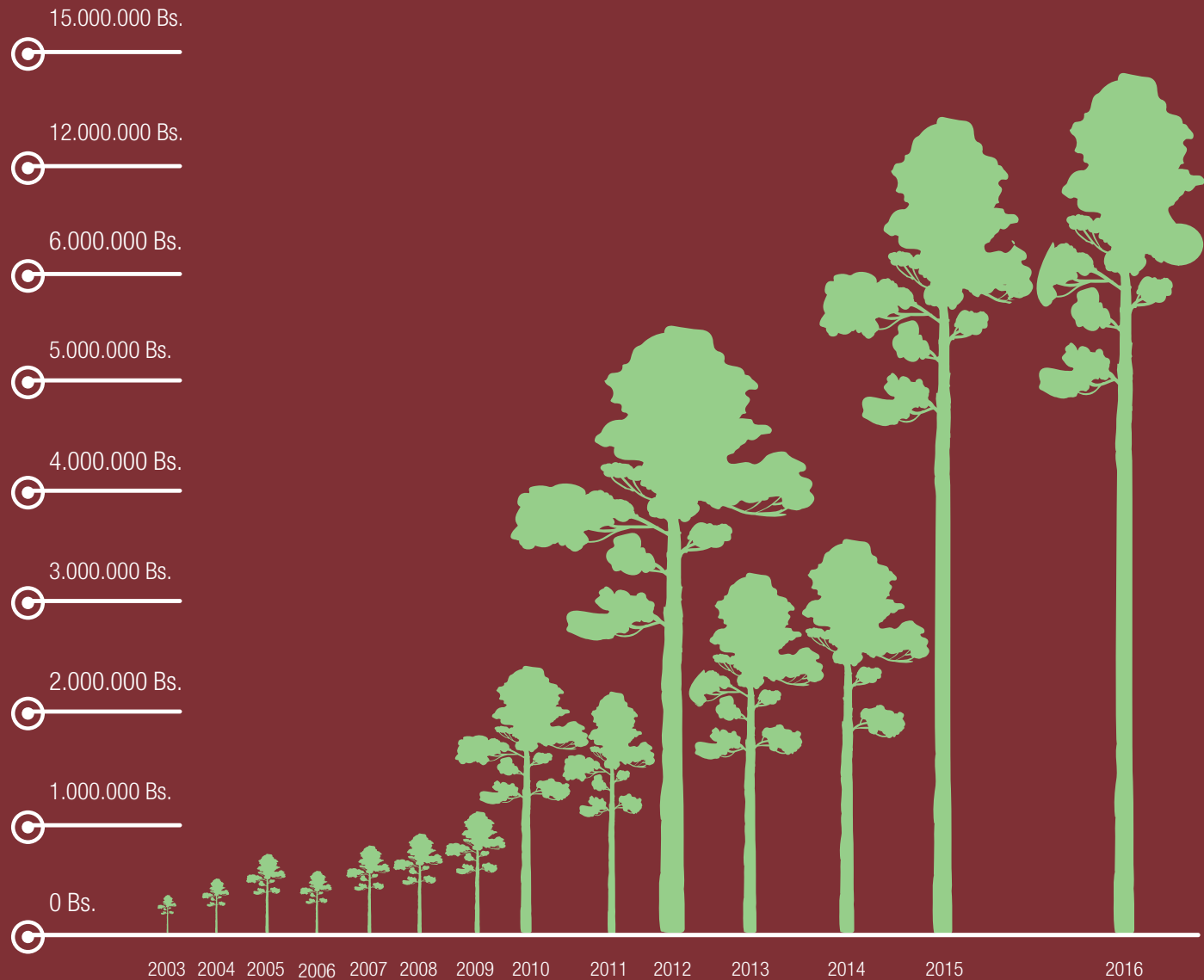
de la mano con  
LA COMUNIDAD

**Fundación Makro**, es una institución que brinda apoyo a los más pequeños en las áreas de educación y salud en Venezuela. Todas nuestras tiendas están involucradas en esta hermosa labor que, entre otras cosas, incluye la donación de un mercado mensual a distintas organizaciones en el ámbito nacional.

El objeto de la Fundación es promover, propiciar y contribuir en el crecimiento y fortalecimiento social de Venezuela a través del desarrollo y soporte en las áreas de educación y salud además de todas aquellas actividades que indirectamente se vinculan a ello, tales como preservación y mejoramiento del ambiente, protección del ciudadano y en general cualquier otra actividad que sea de utilidad colectiva o de interés general.



# DONACIONES REALIZADAS A TRAVÉS DE FUNDACIÓN MAKRO



Con la firme intención de realizar nuestro aporte a las comunidades, desarrollamos diferentes actividades deportivas, culturales y de salud a lo largo de todo el territorio nacional.

Algunas de las actividades que hemos desarrollado son:

- Ferias Artesanales Comunitarias.
- Bailoterapias.
- Encuentros Deportivos.
- Jornadas de Salud.
- Talleres de Ajedrez.
- Adecuación y remodelación de infraestructuras pertenecientes a las comunidades
- Donaciones y contribuciones para eventos y celebraciones
- Aportes económicos para salud y reparación de viviendas.





### COMUNALES

Para continuar el impulso de nuestro apoyo a las comunidades, hemos desarrollado una serie de proyectos a ser ejecutados a mediano y corto plazo. Lo que persigue ser más eficientes en la utilización de los recursos que destinamos a las comunidades organizadas que nos rodean.

Algunos de estos proyectos son:

- Dotación de Bibliotecas de Aula.
- Programa de capacitación ambiental y sostenibilidad.
- Programa de reciclaje escolar.
- Talleres de artes plásticas dirigidos a escolares.
- Talleres de promoción de lectura.
- Concurso de fotografía comunitaria.
- Talleres de formación artesanal.
- Mejoramiento de infraestructura escolar.
- Apoyo al deporte escolar y comunitario.

En la búsqueda de soluciones conjuntas a los diferentes problemas que podemos enfrentar en el día a día en nuestra vida en comunidad, proponemos que se desarrollen actividades en conjunto que ayuden al crecimiento de las comunidades que generen nuevos y mejores espacios de convivencia.





*“Entre el hombre  
y el árbol hay un  
imperceptible vínculo  
vital que une sus  
destinos”  
Anónimo*



# Capital **Humano**



“Ningún hombre fue glorioso,  
si no fue laborioso”

*Benjamin Franklin*





## Valores de la **Compañía**

28

Nuestra Organización se fundamenta en valores como la Integridad y la Lealtad, y en el caso de Makro Venezuela, cada vez cobran más sentido dado el entorno en el cual nos desenvolvemos. Ellos, no solo son parte de nuestra filosofía corporativa, sino que pertenecen a nuestro ADN y son pilares de la Cultura Organizacional de la cual estamos sumamente orgullosos.

A lo largo de más de 24 años de operación ininterrumpida en el país, hemos fomentado en nuestra gente la identificación con ambos valores: Integridad y Lealtad, con miras a aportarlos a la sociedad y a las comunidades que nos rodean, promoviendo en las familias de nuestros trabajadores la identificación con ambos conceptos y vivir bajo el lema de honestidad, sinceridad, comunicación y esfuerzo.



*“Si supiera que el mundo se ha de acabar mañana, yo hoy aún plantaría un árbol”*  
Martin Luther King, Jr.

# Indicadores y estadísticas de **RRHH**

29

## **KPI manejados por RRHH en el 2016 y estadísticas del área**

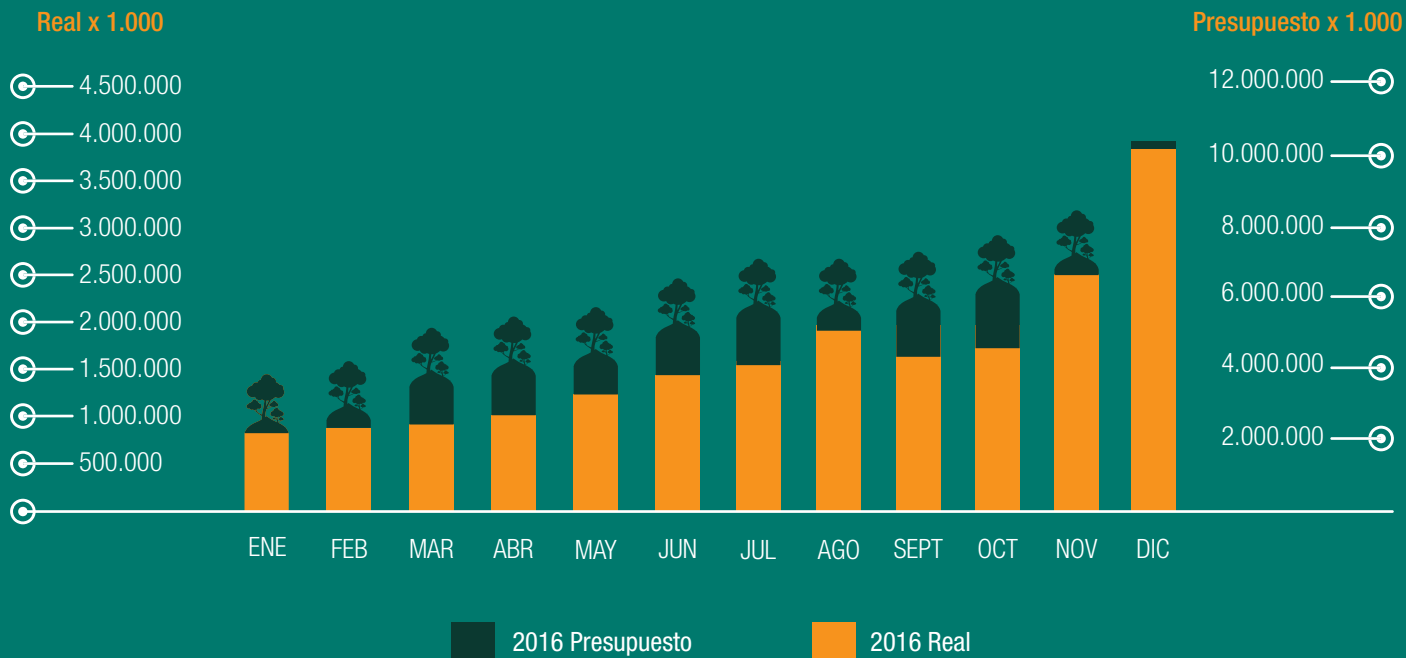
Dentro de la gestión de recursos humanos, hay indicadores fundamentales que supervisamos a diario para medir nuestra labor y los aportes para la organización.

Nos sentimos orgullosos de ser generadores importantes de empleos en el país:  
4.500 directos, 13.500 indirectos y los empleos que generan nuestros clientes objetivo.



Gracias a la constante búsqueda de nuevas formas para optimizar los procesos y utilizar los recursos eficientemente, hemos mejorado la productividad notablemente.

## EVOLUCIÓN PRODUCTIVIDAD 2016





Las acciones oportunas de las áreas comerciales, aunado a una gestión mancomunada entre la Dirección de Ventas & Operaciones y la Dirección de Recursos Humanos, nos permitieron superar de manera considerable las proyecciones de Productividad de la Organización (Ventas x FTE), resultando esto en un beneficio directo para nuestros trabajadores y su remuneración.

En segmentos de negocio como el que nos encontramos, es habitual una alta rotación en los niveles base dado que son posiciones en las que usualmente se contratan estudiantes universitarios o personas que tienen otros compromisos laborales; sin embargo, Makro Venezuela desde hace varios años ha notado que quienes comienzan a trabajar en nuestra organización, son personas que permanecen por muchos años y que incluso escalan posiciones a niveles gerenciales o de alta dirección, lo que ciertamente nos hace sentir honrados y orgullosos porque esto demuestra la calidad de la compañía a la cual formamos parte.

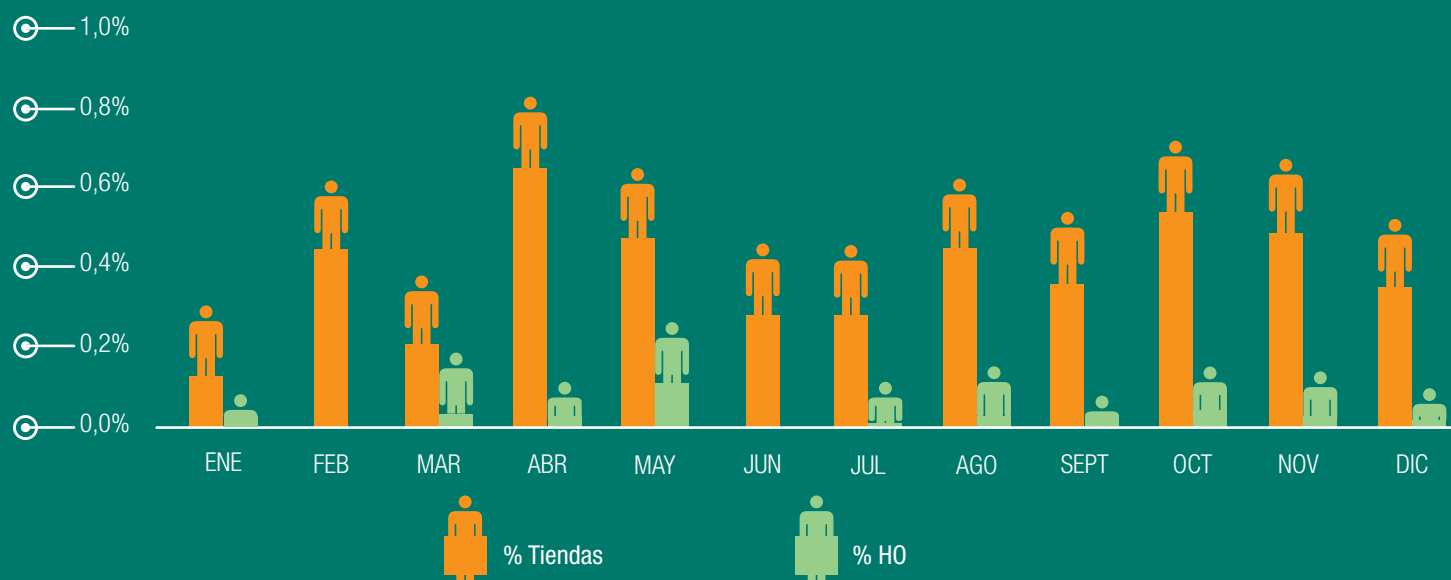




*“El hombre es la única criatura que consume sin producir”*

*George Orwell*

## EVOLUCIÓN ROTACIÓN 2016



A manera de información, la estadística del mercado para nuestro segmento es aproximadamente 30%. Makro Venezuela, acumulado en el 2016, obtuvo un porcentaje de 8,4% en donde en su mayoría (7,1%) corresponde a las tiendas donde mantenemos a la mayor cantidad de trabajadores.



## Conversatorios

A lo largo del 2016 y de la mano con Nelson Dávila, Presidente de Makro Venezuela, se realizaron varias sesiones de Conversatorios en Oficina Central donde más allá de la interacción sobre la realidad del negocio y la estrategia en el corto y mediano plazo, fueron espacios para aclarar inquietudes y plantear alternativas que nos permitieran sobrellevar la situación, siempre pensando en mantenernos en el país y seguir siendo una fuente de trabajo estable y permanente para muchos venezolanos, cumpliendo claramente nuestra labor con la soberanía alimentaria del país.

En los Conversatorios, se trataron tópicos sobre SHV, la Organización y sus compañías en el mundo, las áreas de foco en la cual tanto Makro Group como Makro Venezuela habían acordado alinear esfuerzos y, no podían faltar los resultados de la empresa y las tendencias para el cierre del año, todo ello con la intención de reforzar la comunicación abierta que siempre nos ha caracterizado y alinear esfuerzos en pro del cumplimiento de los objetivos que nos habíamos planteado.







### **Ascensos, transferencias y exportación de capital humano**

Desde finales del año 2015, se comenzó a evaluar la posibilidad de aportar talentos a las operaciones de la región, dado el éxito y las buenas experiencias que se habían tenido en el pasado, donde los venezolanos habíamos sido expuestos a retos fuera de nuestras fronteras.

Durante el 2016, ésta iniciativa se convirtió en una realidad permitiendo que a varios de nuestros colegas de amplia trayectoria en Makro Venezuela, se les presentaran oportunidades en algún país de la región, con la intención de soportar el desarrollo de la operación con las experiencias y competencias que habían logrado capitalizar a lo largo de los años que estuvieron con nosotros y en las distintas posiciones que habían ocupado.

En este momento contamos con más de 15 venezolanos ocupando distintos cargos en Makro Argentina, Makro Brasil, Makro Colombia, Makro Perú y Makro Group.

- Makro Argentina: Lorena Jimenez, Josefina Garófalo.
- Makro Brasil: Juan Cazorla, Carlos Miranda, Franklin Aparcedo, Lorena Perez, Frank Rojas, Carlos Alfonso, Yimmy Alloggia, Eduardo Antón.
- Makro Colombia: Jose Martin, Manuel Vasquez, Francisco Díaz, Ramón Martínez, María Eugenia Ramírez.
- Makro Perú: Glevis Ledezma, Yamelys García.
- Makro Group: Roger Laughlin, Jean Hidalgo.





*“Algún día el árbol que  
has tronchado te hará  
falta para respirar”*

*Iris M. Landrón*

Algunos de ellos, han decidido optar por las ofertas de la compañía, y otros se han ido por sus propios medios y posteriormente han sido reclutados por nuestros colegas en la región. A todos ellos, les deseamos el mayor de los éxitos. Estamos muy orgullosos y seguros de que siempre dejarán en alto el nombre de nuestro país, para que con ello, otros compañeros de Makro Venezuela, también puedan tener las mismas oportunidades en el futuro.

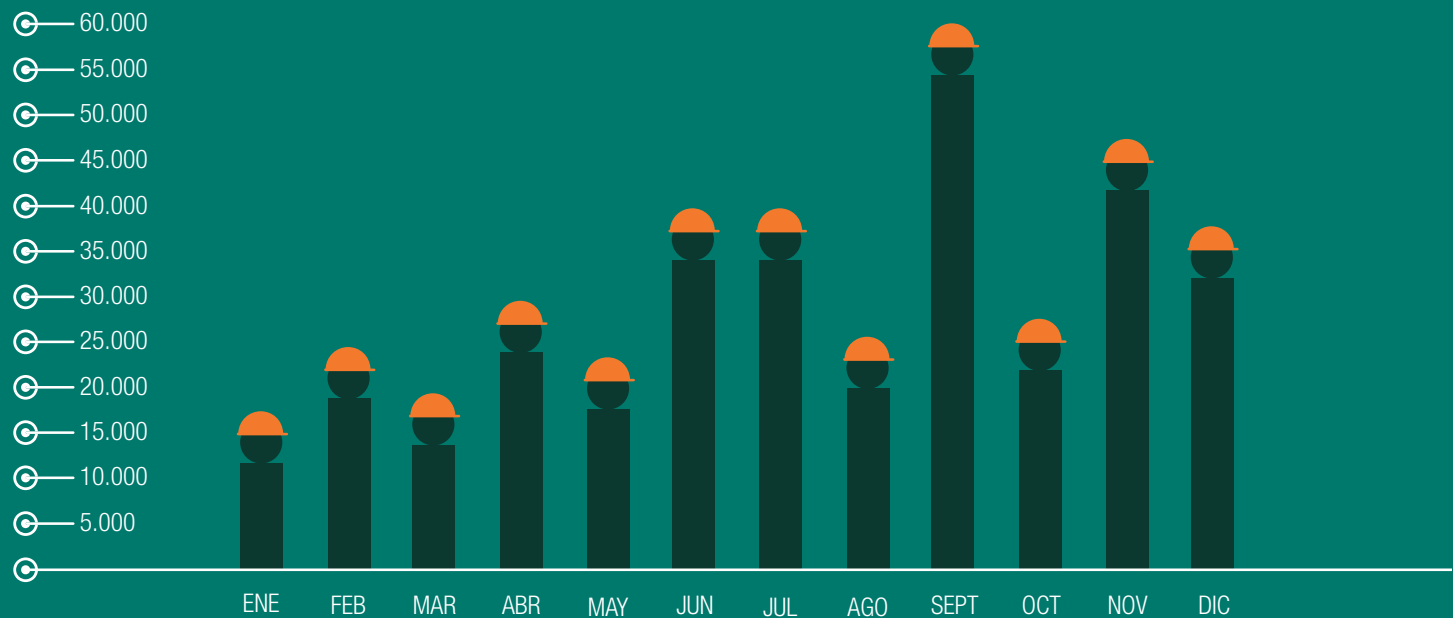
## **Capacitaciones y entrenamientos**

Un aspecto fundamental de nuestra gestión en recursos humanos tiene que ver con el Entrenamiento y Adiestramiento de nuestro equipo de gente, no solo por lo que establece y exige la Ley, sino además porque forma parte de nuestra filosofía corporativa formar y entrenar a nuestros propios sucesores.

A lo largo del año 2016, tanto en las tiendas como en oficina central se pusieron a disposición de los trabajadores de la organización diversas actividades y herramientas que permitieron la capacitación y el desarrollo de nuestro talento humano, quienes a pesar de la dinámica del día a día, lograron ubicar espacios para dedicarse a su formación profesional y personal. Algunas de ellas a través de los equipos de Seguridad y Salud Laboral y otras liderizadas por los equipos de Recursos Humanos desde las tiendas.



## HORAS FORMALES DE ENTRENAMIENTO 2016



Estamos conscientes de que aún nos falta mucho camino por recorrer en este sentido, y para el 2017, nuestra meta es relanzar el campus virtual como una forma sencilla y práctica que podemos poner a disposición de nuestros trabajadores para entrenarse haciendo uso de las alternativas disponibles de la organización.

## Programa Trainee

El año 2016, fue la tercera edición del Programa Trainee que ha venido desarrollándose de la mano con la Dirección de Ventas y Operaciones. En esta oportunidad, participaron 15 trabajadores de distintas tiendas que fueron postulados por sus Gerentes Generales al comité evaluador, quienes posteriormente de revisar sus perfiles y evaluaciones recientes, lograron ser aceptados en el programa.

Dentro del grupo de este año, tuvimos Gerentes de Piso, Gerentes de Recursos Humanos y personal de Oficina Central, quienes por primera vez, habían sido considerados para esta actividad.

Tal y como ha sucedido en años anteriores, con ayuda de una universidad de renombre, el programa se inició con dos adiestramientos en áreas de Liderazgo y Finanzas, con miras a complementar y nivelar los conocimientos que cada uno de los integrantes pudiera tener previo a su participación, para posteriormente, en conjunto con la Dirección de Ventas y Operaciones y la Dirección de Recursos Humanos, adentrarse en SHV, su historia, sus compañías en el mundo, sus conceptos y luego, en Makro Venezuela, en donde revisamos la operación desde los puntos más sencillos hasta aquellos más completos, preparándolos para las posiciones que en el corto plazo pudieran ocupar liderizando equipos en algunas de nuestras tiendas a nivel nacional.









*“No deseo copiar a la naturaleza. Me interesa más ponerme a la par de ella”*

*Georges Braque*

## Programa 2.2.2

El programa 222 surge como iniciativa regional para atraer talentos que puedan rápidamente ocupar posiciones de alto nivel en cualquiera de las compañías del grupo SHV.

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

En 2016 fue el primer año en el que Makro formó parte del complejo proceso de reclutamiento y selección de estos candidatos, donde la operación de Venezuela debía incorporar a 2 nuevos talentos a la Organización. Uno de ellos, es Gustavo Sucre, actual Sub Gerente de Tienda La Urbina, quien ingresó a la empresa el pasado 25 de enero de 2016. Gustavo estuvo la mayor parte del año en entrenamiento en nuestras tiendas en la Región Capital y tuvo la oportunidad de conocer las operaciones de Puerto Ordaz, Barquisimeto, Centro de Acopio y las 4 tiendas ubicadas en el estado Zulia, esto con la intención de que pudiera identificar las variantes según el entorno y al contexto al que estamos expuestos. Desde el pasado mes de Noviembre, Gustavo se encuentra en la Tienda La Urbina en el rol de Sub Gerente completando su primera asignación en el país, la cual culminará en Julio de 2017. Llegado este momento, Makro Group en conjunto con SHV, decidirán su nueva asignación en alguna de las empresas de SHV en el mundo.

**PROMOCIONES y/o MOVIMIENTOS INTERNOS**

<b>Nombre:</b> Gustavo Alberto Sucre Ibarra
<b>Cargo:</b> Asistente al Gerente General de Tienda
<b>Dirección a la que reportar:</b> Dirección de Recursos Humanos
<b>Información adicional:</b> Lic. En Administración

<b>Nombre:</b> Gustavo Alberto Sucre Ibarra
<b>Posición actual:</b> Asistente al Gerente General de Tienda Programa 2 2 2
<b>Área actual:</b> Dirección de Recursos Humanos
<b>Nueva Posición:</b> Sub- Gerente de Tienda, Tienda La Urbina
<b>Nueva Área:</b> Dirección de Ventas.
<b>Fecha efectiva:</b> 01-11-2016

Para el año 2017, Makro Venezuela continuará el proceso de reclutamiento y selección de candidatos al Programa 222, en ésta oportunidad con 3 nuevos candidatos.

# Publicidad y **Mercadeo**

66

La tecnología y las redes sociales han hecho más fácil el acceso y la difusión de la información, ahora se utiliza por más tiempo Internet porque nos parece más rápido y sencillo comunicarnos por este medio.

Por esta razón, gran parte de nuestras comunicaciones se han trasladado a la web.

La forma como nos comunicamos también se ha adaptado al creciente desarrollo tecnológico. En los actuales momentos contamos con diversas herramientas comunicacionales. En 2016 desarrollamos nuevos canales de comunicación con nuestros clientes en las redes sociales Facebook y Twitter.

También abrimos LinkedIn como un canal de comunicación con el mercado laboral y de exposición institucional.

Facebook, nuestro canal Horeca.

Twitter, canal de Detallistas de Alimentos y resto de clientes.

Estamos en el proceso de apertura de Instagram, canal Horeca y Detallistas de Alimentos.

Todas abiertas como empresa sin costo y con seguidores totalmente orgánicos.





22 de **marzo**  
Día mundial del agua



Por iniciativa de las Naciones Unidas, como un medio de llamar la atención sobre la importancia del agua dulce y la defensa de la gestión sostenible de los recursos de agua dulce..

Fuente: <http://www.ile.educacion.es/financiamiento/temas/774-22-de-marzo-dia-mundial-del-agua>

 **makro**  
siempre de más

 @makrovenezuela /makrovenezuela makrovia Makro Comercializadora, S.A. Venezuela

22 de **abril**  
Día de la tierra



 **makro**  
siempre de más

 @makrovenezuela /makrovenezuela makrovia Makro Comercializadora, S.A. Venezuela

**tips**



**Tips ecológicos**

Usar bolsas reciclables o bolsas re-usables. Las bolsas de plástico no son biodegradables, contaminan el océano, la cadena alimenticia y son mucho más caras que las reciclables.

Fuente: [www.alcancelbna.com](http://www.alcancelbna.com)

 **makro**  
siempre de más

 /makrovenezuela Makro Comercializadora, S.A. Venezuela @makrovenezuela



### **Revista Gente Makro**

La comunicación corporativa de la empresa se entiende como el conjunto de mensajes que se intercambian entre los integrantes de la organización, así como entre ésta y el entorno donde se esté desarrollando.

Nuestra revista Gente Makro es parte de la voz en el diálogo con las diferentes áreas de la organización, en ella suministramos información de interés a cada uno de nuestros trabajadores sobre las diversas actividades que se desarrollan en la empresa, permitiéndole involucrarse y estar siempre informado.



*“Lo que estamos haciendo a los bosques del mundo es un espejo de lo que nos hacemos a nosotros mismos y a los otros”*  
Mahatma Gandhi





## Make it Last

Make it last se apoderó de un espacio en cada una de las tiendas y de Oficina Central. Allí dejamos visibles la estrategia Make it last y sus pilares.



CAMBIA TU VIDA DESDE AHORA

SUEÑA SIN MIEDO VIVE SIN LÍMITE

SOMOS DUEÑOS DE NUESTRO FUTURO

HAZ EL CAMBIO

CONFIAMOS EN UN FUTURO SOSTENIBLE

LA PARTICIPACIÓN DE TODOS ES LA CLAVE

EL CAMBIO LLEGÓ, FORMA PARTE DE EL

¿QUE HUELLAS QUIERES DEJAR?

¿CREES EN EL CAMBIO?

¿TE IMPORTA EL FUTURO DE TUS HIJOS?

¿ASUMIRÍAS EL RETO?

¿CUANTO ESTAS DISPUESTO A DAR?

Primero fue una campaña de intriga y luego se reveló la información general. Ahora exponemos cada pilar por períodos mas largos, hasta que todos y cada uno de los trabajadores entiendan el pilar de la estrategia y se involucren con el.





**MAKE  
IT LAST**







*“Una sociedad crece bien cuando las personas plantan árboles cuya sombra saben que nunca disfrutarán”*  
Proverbio Griego

## Decorando y reciclando

Siendo el reciclaje y la innovación una parte importante en el proceso de sostenibilidad, se invitó a todas las áreas de Oficina Central a participar en un concurso navideño. Todos hicieron uso de su creatividad e ingenio fabricando sus propios adornos y reutilizando materiales existentes. La mejor idea fue premiada, todos participaron y además de creativa la jornada fue divertida.

Expresa tu **CREATIVIDAD** la **Navidad** ha llegado.  
Plasma tu idea, se **SUSTENTABLE**

Decora tu departamento con materiales **reciclables** y participa en el concurso

Habrá **sorpresas...**









### **Sustainovation Hub**

Desarrollamos una estrategia comunicacional para dar a conocer la herramienta “Sustainovation Hub”. Mailing, material POP reciclado, reuniones, competencias y juegos formaron parte de nuestras acciones. Con ello logramos una altísima participación.





*“La tierra es insultada y  
ofrece sus flores como  
respuesta”*

*Rabindranath Tagore*



# Huella **Ambiental**



“Ni la sociedad, ni el hombre, ni ninguna otra cosa  
deben sobrepasar para ser buenos los límites  
establecidos por la naturaleza”

*Hipócrates*





## 19 Árboles

80

Queremos contarles una fascinante historia inspirada en *Sustainovation*; uno de los pilares de la estrategia *Haz que perdure*, la cual hemos reflejado a través de nuestra marca propia, Aro. Se trata de una historia que tiene mucho que ver con la Química y con las Matemáticas, pero sobre todo, tiene que ver con un futuro prometedor.

La historia comienza con una bolsa reusable importada desde China y vendida por nuestra marca propia, Aro; continúa con una investigación sobre su impacto ecológico (CFP, por sus siglas en inglés), y finaliza con la increíble noticia de que la producción de dicha bolsa tiene como costo la fotosíntesis de 33 árboles por cada 100 unidades.

Confesamos que no queríamos compartir con ustedes la cifra obtenida al multiplicar la cantidad de bolsas importadas anualmente por el número de árboles que cuesta su CFP. Sin embargo, queremos decirles que hemos encontrado una bolsa sustituta, la cual, solo por el hecho de ser manufacturada en Venezuela, reduce el CFP, de manera que solo se pierden 14 árboles por cada 100 unidades. ¡Es un alivio pensar que 19 árboles serán salvados!

Además es más duradera que otras bolsas reusables porque esta tela es elaborada a partir de un plástico muy resistente, que con el tiempo puede ser reciclado y reutilizado. Otra ventaja que hay que tomar en cuenta: con 40 cm x 45 cm, su capacidad es de 15 kg, y esto es muy provechoso para aquellos clientes comerciales que necesitan abastecer sus pequeños negocios diariamente y con una limitada variedad de productos.





*“La tecnología verde  
podría ser la más grande  
oportunidad económica  
del siglo 20”*

*John Doerr*

Ahora sí, hagamos el cálculo: 100 de nuestras bolsas ecológicas nos ahorrarán la importación de 100 de las antiguas bolsas reusables, salvando así 19 árboles. De manera que al vender 100.000 bolsas ecológicas, habremos salvado 19.000 árboles. A primera vista, podríamos decir que un acre (4.047 m<sup>2</sup>) de bosque contiene alrededor de 1.000 árboles, lo que significa que 19 acres (77.000 m<sup>2</sup> aprox.) de bosque llenos de árboles que producen oxígeno estarán disponibles para compensar el impacto ecológico causado por nuestras antiguas bolsas reusables.

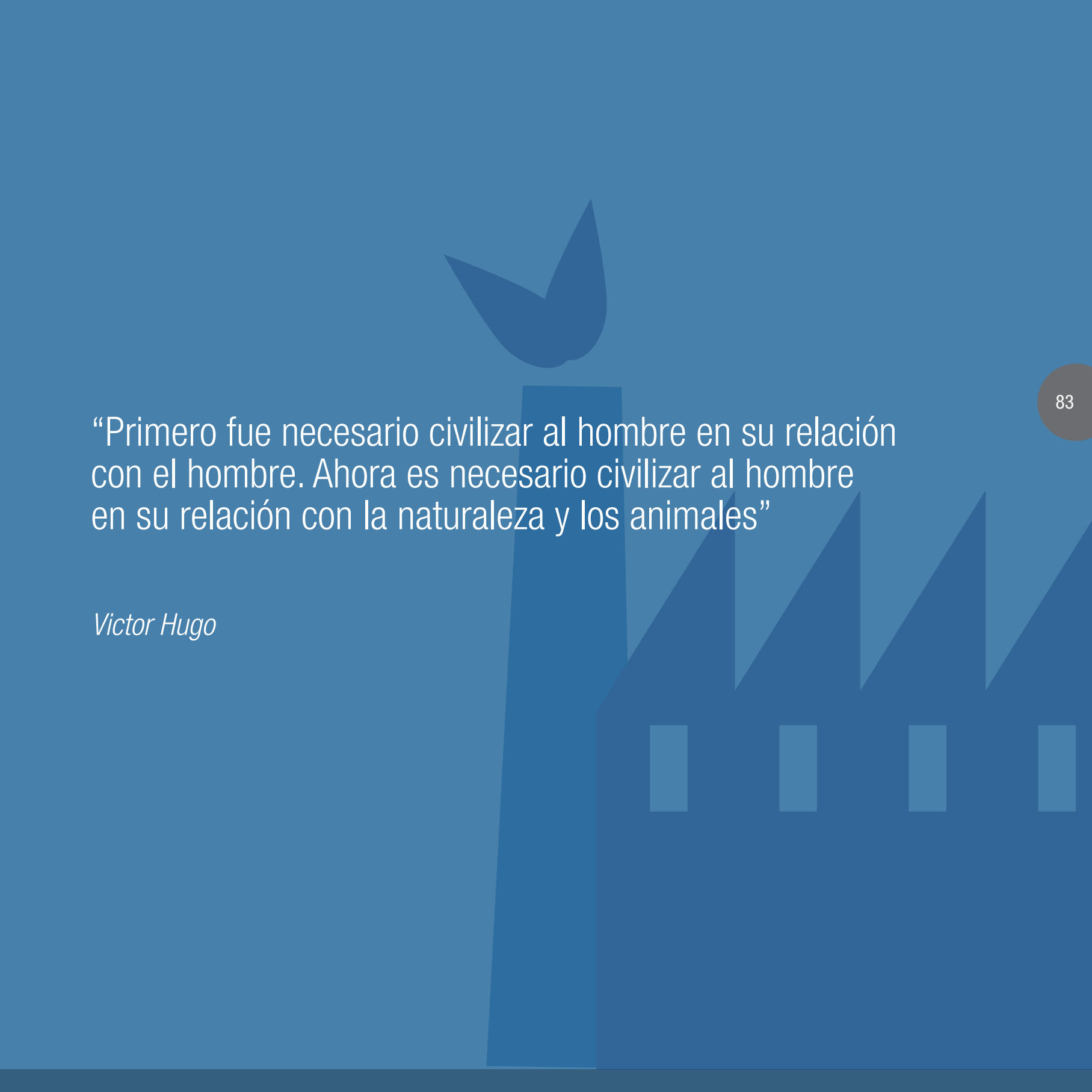
Después de estos cálculos, nos emociona ver nuestras bolsas ecológicas y saber que como empresa hemos hecho una excelente negociación en la cual también le damos la oportunidad a nuestros clientes de preservar el ambiente y hacer que todo perdure: no solamente sus negocios, sino también la vida en el planeta.



# Aguas

82



The background is a solid blue color. In the center, there is a stylized silhouette of a dove with its wings spread, perched atop a tall, narrow rectangular pillar. To the right of the pillar, there is a silhouette of a building with a sawtooth roof and four rectangular windows. The text is overlaid on the left side of the image.

“Primero fue necesario civilizar al hombre en su relación con el hombre. Ahora es necesario civilizar al hombre en su relación con la naturaleza y los animales”

*Victor Hugo*

# Plantas de tratamiento de **Aguas**

84

En el año 2016 el consumo total de agua fue de 137.330 m<sup>3</sup>/año, sobre este volumen logramos reciclar el 4% del mismo, ya que solo contamos con trece plantas de tratamiento en nuestras tiendas, este volumen es utilizado en parte para el riego de las áreas verdes y el resto es enviado a los cuerpos de agua tales como ríos y quebradas.

En nuestras instalaciones se practican trimestralmente los ensayos de laboratorio, necesarios para determinar la calidad del agua que sale de las plantas de tratamiento, dando cumplimiento con lo establecido en las normas venezolanas de control de efluentes hacia cauces naturales, Decreto N° 883 del MPP Ambiente, publicado en la Gaceta Oficial N° 5.021 Extraordinario, fecha 18 de diciembre de 1995, logrando el objetivo primordial de descarga de aguas no contaminadas hacia los cauces naturales.

La recirculación de las aguas residuales y su aprovechamiento para baños (urinarios, WC) y sistema de riego, es una alternativa óptima alineada con la protección del medio ambiente, evitando en gran parte la demanda del vital líquido en el acueducto público y la descarga a los receptores cloacales ubicados en el urbanismo.



*“Las obras humanas,  
la urbanización, deben  
estar en el paisaje  
natural, no  
en vez de”  
Ricardo Barbetti*



Tienda 18.



Tienda 33.



Tienda 25.



Tienda 16.

# Electricidad

En el 2016 se logró un ahorro en consumo eléctrico del 16% con respecto al 2015, 80.398.525 Kwh del 2015 contra 77.781.502 Kwh del 2016, este ahorro básicamente se debe a la generación con plantas eléctricas y a otras políticas tales como:

1. Sustitución de luminarias tipo Metal Halide de 400 W, por luminarias tipo LED de 100 W.
2. Instalación de láminas traslúcidas.
3. Sistemas de alarmas para puertas abiertas en cavas.
4. Sistemas de ahorro de energía ROSO.
5. Implementación del Software de Gestión de Mantenimiento (sysMan), para el registro de lecturas del consumo eléctrico mensual y análisis de históricos.



# Proyectos de **mejoras**

## Para el año 2017 trabajaremos en:

- La construcción de tanques recolectores de aguas de lluvia en tres tiendas, con el fin de utilizarlas en los sistemas de riego y en los sanitarios, esta política será continuada anualmente hasta que se culmine la totalidad de las tiendas.
- Control electrónico (medición indirecta) de los niveles de diésel y su registro en el Sistema de Ahorro de Energía ROSO.
- Control electromecánico, para el monitoreo del consumo de agua y su registro electrónico en el Sistema de Ahorro de Energía ROSO.

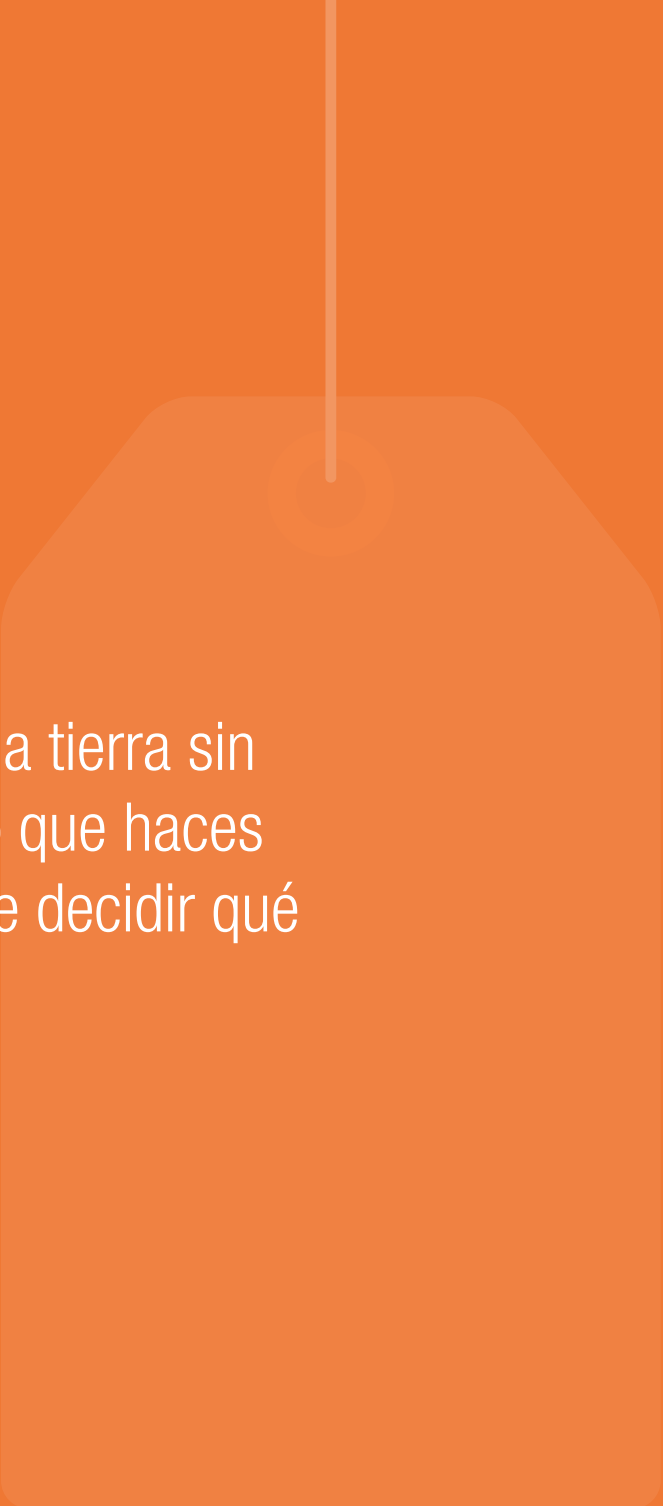


# Desechos

88







“No puedes pasar un solo día en la tierra sin tener un impacto en el mundo. Lo que haces marca una diferencia, y tienes que decidir qué tipo de diferencia quieres hacer”

*Jane Goodall*

# Nuestros primeros pasos en **Reciclaje**

90

Actualmente estamos enfocados en fortalecer nuestro proceso de reciclaje, tratando de generar parámetros de medición estandarizados para todas las operaciones e ir incorporando nuevos residuos que sean potencialmente reutilizables para nosotros o terceros.

Algunas tiendas se encuentran dotadas de compactadoras de residuos lo que permite comprimir materiales como el cartón y el papel, optimizando el espacio, y facilitando el manejo de éstos para su retiro.

Las tiendas manejan de forma independiente estaciones o rincones de reciclajes (baterías, controles de aires acondicionados, linternas, sensores de cavas, tapas) así como la venta de los desechos de plásticos y cartones.

Actualmente estamos desarrollando métodos que nos permitan realizar la medición centralizada de esta gestión.



*“El futuro pertenece a aquellos que entienden que hacer más con menos es compasivo, próspero, duradero, más inteligente y más competitivo”*  
Paul Hawken



Como parte de las actividades de Servicios Generales de Oficina Central, se encuentra la recolección de papel y cartón generado por quienes aquí laboramos, dicho material es recolectado diariamente y llevado al depósito de reciclaje hasta que se cuenta con una cantidad significativa para solicitar la visita de la empresa REPAVECA, quien es nuestro proveedor/ aliado encargado de prestar el servicio de recolección y reporte de indicadores de ahorro con impacto ambiental positivo, en todas las áreas está ubicada estratégicamente al lado de las impresoras, una caja ecológica identificada con el logo y nombre del programa de reciclaje, todo el material acopiado en Oficina Central de Makro Comercializadora S.A. es transformado en materia prima para la elaboración de distintos productos con base de papel fabricados por Papeles Venezolanos, C.A, quien es socio comercial de REPAVECA.



**Carolina Liborius, Coordinadora de Servicios Generales junto a José Gregorio Oropeza, Gerente de Mercadeo y Responsabilidad Social de REPAVECA.**



Aprendiendo cómo seleccionar los desechos que generamos dentro de nuestras operaciones, podremos incrementar la reutilización interna de los mismos, y cuando se decida su disposición final, irán al área de reciclaje para ser entregados a REPAVECA.

### Cajas Ecológicas

Con el relanzamiento de estas cajas, debemos incorporar políticas para la utilización de las papeleras en las estaciones de trabajo de manera que todo el personal esté alineado e informado de las acciones de reciclaje y sostenibilidad que estamos aplicando.

#### Ambientalmente hablando...

¿Dónde ahorramos cuando reciclamos papel y cartón?

- Utilización del Agua
- KWH de consumo de Energía (Kilovatios-horas)
- Emisiones de CO<sup>2</sup>
- Tala de árboles
- Cm<sup>3</sup> de Relleno sanitario



# **Sustainovation** Objetivos 2017

94



“Las futuras generaciones no nos perdonarán por haber malgastado su última oportunidad y su última oportunidad es hoy”

*Jacques Yves Cousteau*



PEOPLE

PERMITIR A LAS PERSONAS SER EL CAMBIO



PLANET

HACER MÁS CON MENOS



PROFIT

CREAR RELACIONES DE BENEFICIO MUTUO



COLABORADORES

Capacitar al 100% a los colaboradores sobre sostenibilidad y nuestro código de ética.



SALUD & SEGURIDAD

Reducir el número de accidentes laborales en base al año 2015 a través de capacitación.



HUELLA AMBIENTAL

Reducir un 10% nuestra huella relacionada a la venta, en base al 2015 en CO2, electricidad, agua y residuos.



RECICLAJE

Reciclar el 10% de nuestros residuos.



LUCRO

Cumplir los objetivos planteados en el Budget 2017.



CLIENTES

Incrementar la satisfacción de nuestros clientes. No aplica para Venezuela.



CALIDAD

Mantener el estándar en la manipulación de alimentos.



SOCIEDAD

Mantener el programa social "Proyecto Escuela" vinculado a la educación en comunidades locales.



EDIFICIOS SOSTENIBLES

Usar los recursos existentes de una forma mas eficiente, contribuyendo con el medio ambiente (aguas tratadas).



PRODUCTOS SOSTENIBLES

Aprovechar las oportunidades que se presenten para el desarrollo de productos sostenibles.



PROVEEDORES

Involucrar al 100% de nuestros top proveedores en nuestro programa de sostenibilidad, desarrollando al menos 3 iniciativas con ellos.



REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

Publicar reporte de sostenibilidad 2016, basado en las directrices de GRI.



ESTRATEGIA

Apoyar la estrategia a largo plazo de SHV Holdings.



INNOVACIÓN

Lanzar al menos 1 reto local y participar de 1 reto regional en la plataforma Sustainovation Hub.



NUEVAS PLATAFORMAS

Mantener el canal de comunicaciones con nuestros clientes, a través de las redes sociales.



COLABORADORES  
PERSONAS  
ALIDAD & SEGURIDAD CALIDAD  
reto INNOVACIÓN  
SOCIEDAD  
SUSTENTABILIDAD  
ESTRATEGIA HUELLA AMBIENTAL  
DESAFÍO PLANETA  
NUEVAS PLATAFORMAS RECURSOS CLIENTES  
PROVEEDORES REPORTE RESULTADOS  
GESTIÓN DE RESIDUOS  
SUSTAINOVATION  
PROFIT  
EDIFICIOS EFICIENTES



Esta publicación ha sido impresa por  
**MONSERRAT IMPRESORES, C.A.**  
en bond 24 y cartulina sulfato 0.14, sin llegar a ser un  
papel artesanal, ambos materiales están elaborados con  
una mezcla de fibras nuevas y recicladas, que garantizan  
la calidad de la impresión.

**Dirección de Clientes y Mercadeo**  
**Makro Comercializadora, S.A.**  
**Venezuela**

**Director:**  
Maribel Araujo F.

**Coordinación Mercadeo:**  
Maritza González V.

**Coordinadora de Producción:**  
Ana Karina Abril.

**Diseño Gráfico:**  
Alfredo J. Rodríguez G.



