



# Superando grandes desafíos

Memoria de Sostenibilidad 2020





Memoria de Sostenibilidad 2020

# **Superando grandes desafíos**

# Índice

1



Cartas de  
apertura

p. 6

2



Acerca de  
esta memoria

p. 8

5



Clientes y  
Cadena de valor

p. 64

6



Comunidad

p. 86

3



Sobre la  
organización

p. 14

4



Nuestro  
equipo

p. 40

7



Ambiente

p. 102

8



Índice de  
contenidos GRI

p. 118

# Carta del Director Principal

102-14

El 2020 fue un año que nos marcó a todos, sin excepción, y nos impuso una nueva realidad. La gestión que se presenta en este informe estuvo fuertemente marcada por la pandemia y sus efectos sobre la sociedad y la economía, tanto a nivel global como a nivel país. En este escenario de emergencia e incertidumbre, tuvimos que innovar y adaptarnos para garantizar el acceso a nuestros productos y servicios que necesitaban los ecuatorianos, cuidando su salud y sin dejar de brindarles la mejor experiencia de compra y economía por la que nos eligen. Los resultados que compartimos no hubiesen sido posible sin el enorme compromiso, la solidaridad y la resiliencia de nuestros equipos de trabajo en este contexto.

Desde hace tiempo, la sostenibilidad es parte de nuestra filosofía de negocio y le damos el mismo valor a los impactos sociales y ambientales de nuestro esfuerzo, que al resultado del negocio. Con esta visión, nos comprometimos a desarrollar una propuesta de valor sostenible para toda la cadena de gestión de nuestros almacenes: desde la negociación con proveedores hasta la venta y entrega de productos a nuestros clientes.

Es parte de nuestra filosofía cuidar y crecer con las comunidades que nos acogen, mejorando la calidad de vida de las familias ecuatorianas. Y gracias a nuestro alcance nacional, conocemos mejor que nadie las diferentes realidades de nuestro país y muchas veces somos los primeros en llegar. Por ello, en este año nos volcamos a asistir a las personas en situaciones de emergencia, con foco en garantizar el acceso a alimentos e insumos para los grupos más vulnerables.

Aún ante la adversidad, reafirmamos nuestro compromiso con el desarrollo socioeconómico del país y el cuidado del ambiente. Con esta prioridad, pusimos foco en la innovación tecnológica para continuar nuestras operaciones; seguir generando oportunidades de empleo y crecimiento; y apoyar a las cadenas de valor regionales golpeadas por la grave situación económica.

Por último, en este 2020 cumplimos 60 años y lo celebramos con muchos reconocimientos: nos destacaron como una de las marcas más conocidas por los ecuatorianos y como la segunda mejor empresa empleadora del país. Todos estos logros y este impacto positivo en las comunidades, las personas y el ambiente, es lo que llamamos el Efecto Tía.

Muchas gracias,

**Luis Reyes**

# Mensaje de los accionistas

Hoy tengo el orgullo de presentarles los resultados de un año diferente, que nos presentó muchísimos desafíos a cada uno de nosotros y marcó el inicio de una nueva realidad en todo el mundo. Pero también, en el que ganó protagonismo el enorme compromiso y talento de nuestro equipo para hacer frente a la adversidad.

En el 2020 las familias del Ecuador asumieron la pandemia de diversas formas y posibilidades. De nuestra parte, fue un año en el que nuestra misión de cuidar a las comunidades que nos acogen cobró más sentido que nunca, y en el que nos sobrepusimos siendo fieles a la cultura del hacer que nos caracteriza.

A lo largo del año nos centramos en enfrentar la adversidad con innovación. Pusimos nuestro esfuerzo y el corazón en estar cerca de los ecuatorianos, asegurando que puedan contar con los productos esenciales que necesitaban. Adaptamos nuestras instalaciones para cuidar la salud de las personas e incorporamos soluciones tecnológicas para garantizar el abastecimiento de nuestros clientes durante la cuarentena sin dejar de brindarles la mejor experiencia de compra y economía por la que nos eligen.

Con este espíritu de hacer, apenas inició la emergencia sanitaria nos pusimos en acción para acompañar a las comunidades más vulnerables.

Gracias a un gran esfuerzo de logística y el compromiso solidario de nuestros equipos de todo el país, pusimos en marcha la campaña Unidos Alimentamos Más Personas con la que logramos proveer alimentos esenciales a 250.000 familias en estado de vulnerabilidad y necesidad extrema. Este esfuerzo nos valió un reconocimiento que recibimos todos con mucha humildad: el premio Superhéroes de Desarrollo 2020 del Banco de Desarrollo Interamericano (BID).

En un año en el que teníamos pensado celebrar nuestro 60° aniversario en el Ecuador, la pandemia nos obligó a cambiar de planes. Sin embargo, celebramos con resultados muy positivos en materia de aprendizajes. Pero nada de esto se logró aisladamente, fue el resultado del encuentro entre el coraje de las personas que forman la gran familia Tía, la lealtad de nuestros clientes, el apoyo de nuestros socios y proveedores, y la voluntad de trabajar en equipo con los gobiernos a lo largo y ancho del país.

Los invito a recorrer nuestra séptima Memoria de Sostenibilidad y conocer todo el trabajo que hicimos en 2020 para generar impacto positivo para las personas y el ambiente, poniendo nuestra misión en el centro del negocio.

Muchas gracias,

**Francisco de Narváez**  
Presidente del Grupo de Narváez



2

# Acerca de esta memoria



# Sobre esta memoria

102-1, 102-3, 102-4, 102-5, 102-10, 102-49, 102-50, 102-52, 102-54

En nuestra séptima Memoria de sostenibilidad renovamos el compromiso de compartir con los grupos de interés la información relevante acerca de la gestión de los principales impactos económicos, ambientales y sociales de Tía.

En línea con las mejores prácticas internacionales, la elaboración de este informe se realizó de conformidad con los Estándares de la Global Reporting Initiative (GRI), opción Esencial.

El presente informe corresponde al período comprendido entre el 1° de enero y el 31 de diciembre de 2020, y abarca a la totalidad de las operaciones de Tiendas Industriales Asociadas Tía S.A., una compañía de origen y con operaciones en el Ecuador, cuya casa matriz se encuentra ubicada en Chimborazo 217 y Luque, Guayaquil.

La empresa ha decidido iniciar un ciclo de elaboración de reportes anuales, y el reporte anterior corresponde al período 2019. Cualquier limitación en su alcance es indicado a lo largo del informe.

El documento fue elaborado por el área de Sostenibilidad con la asistencia técnica de la agencia done! y la colaboración de integrantes de las distintas áreas operativas de la compañía.

## Punto de contacto

102-53

Para realizar consultas o compartir su opinión acerca de nuestra Memoria de sostenibilidad, puede escribirnos a: [memoria.sostenibilidad@tia.com.ec](mailto:memoria.sostenibilidad@tia.com.ec)



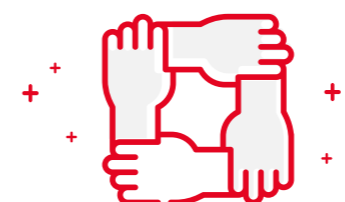
# Nuestros grupos de interés

102-40, 102-42, 102-43

Los grupos de interés son entidades o individuos que son razonablemente afectados por las actividades, productos y servicios de nuestra organización, o cuyas acciones podrían afectar la capacidad de Tía de desarrollar su estrategia y/o alcanzar sus objetivos con éxito.

La siguiente tabla presenta a nuestros principales grupos de interés y los canales de comunicación y participación con cada uno de ellos. La encuesta de materialidad constituye el canal formal para conocer los impactos más relevantes de nuestro trabajo para cada uno de ellos y, el presente reporte, el mecanismo para brindar la información acerca de cómo gestionamos estos aspectos de manera consecuente y comparable en el tiempo.

Grupo	Enfoque de participación
<b>Clientes</b>	Encuesta de materialidad, redes sociales, página corporativa, encuestas.
<b>Comunidad (Tercer sector)</b>	Encuesta de materialidad, correo electrónico y postal, contacto estrecho con fundaciones y ONG.
<b>Accionistas</b>	Encuesta de materialidad, reuniones periódicas.
<b>Colaboradores</b>	Encuesta de materialidad, encuentros, canales de comunicación interna.
<b>Autoridades</b>	Encuesta de materialidad, reuniones periódicas, contacto frecuente.
<b>Medios de comunicación</b>	Encuesta de materialidad, boletines de prensa, encuestas, encuentros con periodistas, entrevistas, contacto frecuente.
<b>Proveedores</b>	Encuesta de materialidad, reuniones, contacto frecuente.



# Proceso de definición de contenidos

102-44, 102-46, 102-47

Para definir los contenidos relevantes a incluir en nuestra memoria desarrollamos un ejercicio de materialidad, en el que consultamos a representantes de todos nuestros grupos de interés.

Los temas materiales son aquellos que tienen un impacto significativo en las dimensiones económica, ambiental y social de la organización, y/o por su nivel de influencia en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés de Tía. El proceso de materialidad se realizó siguiendo la metodología sugerida por los Estándares GRI y se desarrolló en tres etapas:

## Identificación

A partir del análisis de documentación interna y externa, y de un estudio de mercado comparativo de empresas del sector identificamos los temas que representan los principales impactos del sector industrial.

## Priorización

Llevamos adelante una encuesta con el Comité de sostenibilidad a quienes se les solicitó la priorización de los temas identificados de acuerdo al nivel de impacto que representan para el negocio.

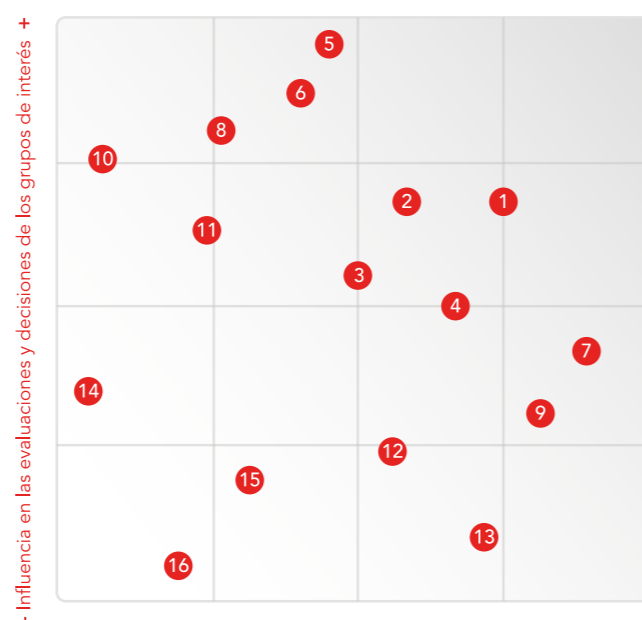
## Validación

Enviamos una encuesta online a nuestros grupos de interés, solicitando su valoración acerca de los temas que consideran más relevantes para la gestión sostenible de nuestro negocio y una jerarquización de acuerdo con el nivel de impacto que tiene para cada uno de ellos.

## Matriz

Con los resultados de la priorización y la validación, desarrollamos una matriz de materialidad que nos permite obtener una visión estratégica de las prioridades para la gestión sostenible de nuestro negocio.

## Matriz de materialidad



- 1** Formación y desarrollo de la fuerza laboral (Cobertura interna)
- 2** Bienestar y calidad de vida de los colaboradores (Cobertura interna)
- 3** Innovación y tecnología (Cobertura externa e interna)
- 4** Oferta de productos sustentables (Cobertura externa)
- 5** Ética e integridad (Cobertura externa e interna)
- 6** Salud y seguridad (Cobertura interna)
- 7** Uso eficiente de recursos (Cobertura interna)
- 8** Experiencia del cliente (Cobertura externa e interna)
- 9** Atracción y retención de talentos (Cobertura externa e interna)
- 10** Contribución al desarrollo socioeconómico (Cobertura externa e interna)
- 11** Operaciones y logística sustentables (Cobertura interna)
- 12** Medición y reducción de la huella ambiental (Cobertura interna)
- 13** Impulso al emprendedurismo y las MiPymes (Cobertura externa)
- 14** Desarrollo de la cadena de valor (Cobertura externa)
- 15** Gestión de residuos (Cobertura externa e interna)
- 16** Packaging y embalajes (Cobertura externa e interna)



# 3 Sobre la organización

De izquierda a derecha: Luis Yanez, Angie Guzman y Mauricio Vera. Colaboradores Tía Centro.





# Tía, 60 años junto al Ecuador

102-6, 102-10, 102-7

Tía es el resultado de la visión de Federico Deutsch y Karel Steüer, dos emprendedores europeos que llegaron a América Latina en la segunda posguerra con la idea de traer el sistema de ventas que se estaba popularizando en el viejo continente. Así fue que en 1960 inauguraron el primer local de Tía en pleno centro de Guayaquil, en las calles Chimborazo y Luque. Con este primer supermercado, sentaron las bases de su misión de brindar una propuesta de productos de calidad y accesibles, para todas las familias ecuatorianas.

En 2020, celebramos 60 años en el país, con un equipo formado por más de 7800 personas que dan servicio para abrir todas las mañanas nuestros 232 locales, ubicados en 106 ciudades de la Costa, Sierra y Amazonía de Ecuador, en las oficinas administrativas y en los dos Centros Nacionales de Distribución.

En todos estos años de historia nos hemos esforzado continuamente en ser siempre mejores, para las personas, el país y el ambiente. Y aún ante los contextos más difíciles, apostamos a la innovación para brindar la mejor propuesta de valor a nuestro consumidor, impulsando el crecimiento sostenible del país, siempre en respeto por el ambiente.

## BID impulsa nuestro compromiso con las economías regionales



Nos pusimos la meta y asumimos un compromiso con el Gobierno Nacional de inaugurar 100 nuevos locales para llevar productos de primera necesidad a las áreas más desatendidas del país y generar 1.000 plazas de empleo, para contribuir al desarrollo de las economías regionales del Ecuador.

Para hacerlo posible, en 2020 recibimos un préstamo de USD 40 millones por parte del BID Invest, miembro del Grupo BID (Banco Interamericano de Desarrollo). El financiamiento, que tiene un plazo de diez años, está destinado para la construcción de nuevos locales.

Para impulsar el impacto social de este financiamiento, en 2020 recibimos una asesoría técnica a cargo de un consultor internacional seleccionado por BID Invest que se enfocó en identificar oportunidades de creación de valor compartido en nuestra cadena de suministro, como aumentar la diversidad en nuestros proveedores y desarrollar soluciones de producción más sostenibles.

La asesoría se encuentra en progreso, al cierre de este informe, con el objetivo de implementar un programa durante el período 2021.

## El contexto económico

Como ocurrió en gran parte del mundo, la pandemia del COVID-19 tuvo grandes consecuencias a nivel social y económico, que presentaron riesgos a la sostenibilidad de nuestro negocio.

Ante la identificación de los primeros casos de COVID-19 en el Ecuador, se instrumentó un estricto confinamiento en todo el territorio nacional que se extendió a lo largo del segundo trimestre de 2020. Esta situación creó muchas restricciones a nuestras operaciones, en relación al abastecimiento y al consumo. Se limitaron la capacidad de producción de las empresas, y a su vez, la demanda sufrió una profunda caída por los cambios de comportamiento de los consumidores y su situación económica. Como resultado, esto produjo una reducción de los precios al consumidor de un 0,9% anual al cerrar el 2020, de acuerdo a la consultora Prófitas.

Por otra parte, la caída severa en el consumo (-11,1%) y un desplome de la inversión (-22,5%) produjo que la economía ecuatoriana se contraiga en un -12,3% anual en el segundo trimestre del año. En simultáneo el país fue afectado por la rotura del oleoducto que provocó una contracción del -28,2% anual en el valor agregado petrolero.

A medida que las restricciones impuestas para contener la expansión del virus fueron relajándose, la economía ecuatoriana comenzó a recuperarse y por ende se acomodó la demanda y nuestras operaciones.



Patricia Mendoza, colaboradora de Plaza Tía La Joya

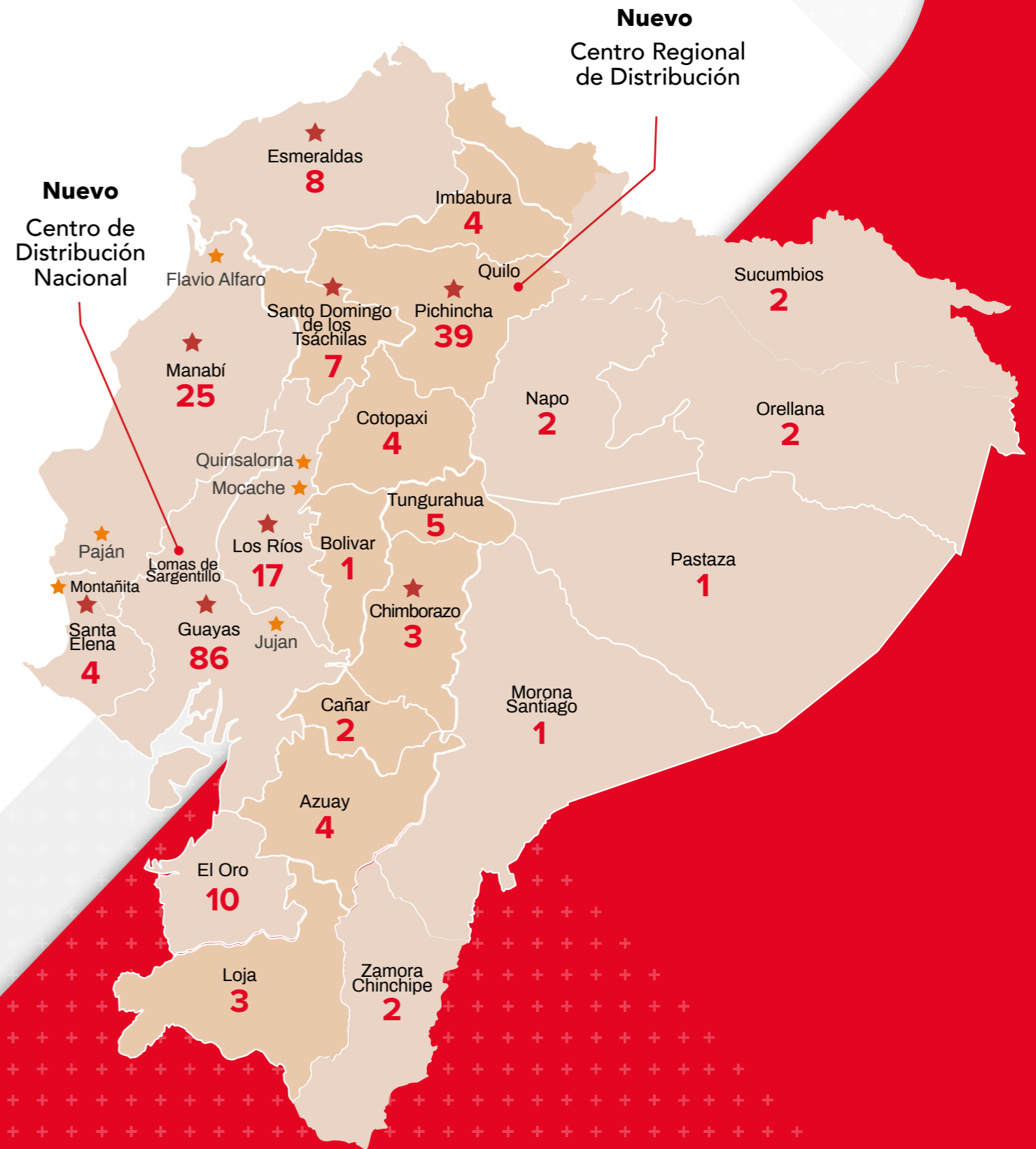
# Tía en cifras

102-4, 102-6, 102-7

# 232 locales

# 22 provincias

# 106 ciudades



**Nuevo**  
Centro de  
Distribución  
Nacional

**Nuevo**  
Centro Regional  
de Distribución



**61,96 millones**  
de tickets



**7.854**  
colaboradores



**1.000**  
proveedores

USD **644,51 millones** Ventas netas

USD **521,71 millones** Activo

USD **437,73 millones** Pasivo

USD **83,98 millones** Patrimonio

# Nuestra propuesta de valor

102-2

## Servicios de venta minorista

Somos una empresa de venta minorista con una amplia oferta de bienes de consumo masivo, tales como alimentos, bebidas, productos de cuidado personal, indumentaria, calzado y del hogar. Nuestra propuesta de valor se basa en una oferta de productos diversa a precios muy asequibles, con un surtido de más de 12.000 artículos, pensados para que las personas puedan encontrar todo lo que necesitan en un mismo lugar.

Desde nuestros diferentes canales de ventas nos acercamos a miles de familias ecuatorianas. A diario recibimos a un promedio de 200.000 clientes en nuestras sucursales. Como complemento, desde 2018 contamos con [www.tia.com.ec](http://www.tia.com.ec), una tienda virtual con entrega a domicilio con el mismo surtido y adicionales como línea blanca, variedad y precios que los locales. También proponemos a nuestros clientes el servicio Tía a Domicilio por el cual pueden solicitar su pedido al local desde WhatsApp o una aplicación conectada con 215 tiendas de todo el país.

Por otra parte, contamos con un Catálogo Virtual en el que se puede acceder a un listado de productos que no se encuentran en los locales, pero que pueden ser solicitados y pagarse en las tiendas.

+ + + + + + + + + + + + + + -

**12.000**  
artículos

en nuestro surtido



**3**  
nuevas tiendas

en 2020

**232**  
sucursales

Tía a domicilio



**26**  
nuevos locales

Más Ahorro

+ + + + + + + + + +



**2000.0000**

clientes por día

## Tipos de sucursales

### Tía

Locales de 500 m<sup>2</sup> hasta 1200 m<sup>2</sup> y 800 m<sup>2</sup> en promedio. Surtido de 7000 artículos en promedio.

### Tía Express

Locales de 200 m<sup>2</sup> a 500 m<sup>2</sup> y 300 m<sup>2</sup> en promedio. Surtido de 3000 artículos en promedio.

### Plaza Tía

Espacio comercial con diferentes locales de productos y servicios, anclados en un local Tía.

### Más Ahorro

Unidad de negocio con tiendas de barrio, con tamaño promedio de 80 m<sup>2</sup>. Surtido de 1600 artículos en promedio.

## Marcas propias

Desde el 2000, apostamos al desarrollo de una propuesta de productos propios en todos los segmentos que realizamos en conjunto con productores locales y extranjeros.

En la actualidad, contamos con marcas propias en las categorías de artículos navideños, temporada playera, juguetes, hogar y cocina, electrónicos, bebés, limpieza del hogar, temporada escolar, alimentos y bebidas, perfumes y aseo personal.



## Nuestros centros de distribución nacional, modelo de innovación

Nuestros centros de distribución, ubicados en la Provincia de Pichincha y en Guayas, nos permiten llevar los productos frescos a las familias ecuatorianas en todo el territorio.

El nuevo Centro de Distribución Nacional CDN de Lomas de Sargentillo, en la provincia del Guayas, fue inaugurado en 2019 después de 18 meses de planificación y construcción. El proyecto requirió una inversión de USD 47 millones, que fue posible gracias a un Convenio de inversión suscrito en el 2018, con el Ministerio de Comercio Exterior, que asciende a USD 127 millones.

Este centro es modelo de innovación desarrollado con un enfoque de sostenibilidad e integra las operaciones que antes se realizaban en dos centros diferentes próximos a Guayaquil. La nueva infraestructura, que destaca como una obra de clase mundial por su diseño, calidad y tecnología, y que posee 16 ha, se levanta en un terreno de 93 hectáreas, en el cual se han previsto 48.000 m<sup>2</sup> para almacenamiento de productos fríos y secos. Su construcción se realizó con criterios de sostenibilidad, enfocados en la eficiencia energética y en la reducción de impactos ambientales. Más información en capítulo Ambiente.

Las innovadoras instalaciones del CDN nos permiten optimizar el tiempo de atención gracias a su software RWMS de Oracle, que concentra toda la planificación y control de tareas logísticas. También cuenta con modernos sistemas mecánicos, tecnológicos y la infraestructura más moderna para la recepción, almacenamiento y despacho de la mercadería. La puesta en marcha del nuevo "CDN Lomas de Sargentillo" generó 459 plazas de empleo. El 84% son colaboradores de los cantones cercanos al centro de distribución, con lo que promovemos el desarrollo de las comunidades locales.



## Servicios financieros

102-2

Acompañamos a nuestros clientes para que puedan acceder a los bienes que necesitan o desean, con productos de financiación y fidelización propios, como CrediTía, el programa de beneficios Tarjeta Más, y propuestas para el canal de empresas.

CrediTía es un crédito directo exclusivo para nuestros clientes, con esto pueden realizar consumos y pagar los mismos de contado (corriente) o diferirlo hasta 18 cuotas en todos nuestros canales de venta y establecimientos de todo el país.

En el 2020 se afiliaron alrededor de 35.400 clientes, los cuales generaron ingresos de aproximadamente 12,8 millones, 225% más que el año anterior.



**35.400**  
clientes usan CrediTía

+169% vs 2019

La tarjeta se otorga a ecuatorianos mayores de 18 años que cuenten con una fuente fija de ingresos, siendo sus beneficios principales ofrecer descuentos y promociones exclusivas a los clientes CrediTía y no cobrar ningún costo de emisión o mantenimiento.

Tarjeta Más es nuestro programa de fidelización para clientes frecuentes que se basa en la acumulación de puntos por compras para canjear por premios o descuentos.

Por último, tenemos una propuesta para el canal empresas, por el cual les ofrecemos la posibilidad de brindar créditos a sus colaboradores para comprar en nuestras tiendas.



**12,8**  
millones de ingresos

+225% vs 2019

## Medios

102-2

En 2014 incursionamos en el mundo de las noticias, el entretenimiento y las comunicaciones con Radio Tía. Es una emisora radial online con una programación que se transmite en todos nuestros locales y por Internet, desde el portal tunein.com. En su programación incluye concursos, ofertas y novedades de Tía y segmentos de fútbol, nutrición y motivaciones, entre otros.



Después del éxito de esta experiencia, en 2018 creamos Tía TV un espacio audiovisual que se ofrece en nuestro canal de YouTube y por Facebook Live. Ofrece contenidos útiles y de entretenimiento para los clientes, como concursos, eventos en vivo, y programas de interés general. Desde el estudio de Tía TV, ubicado en nuestra casa matriz, transmitimos diariamente programas que el público puede visualizar desde cualquier dispositivo.



**Renovamos la programación de Tía TV para acompañar a los ecuatorianos durante el confinamiento por el COVID-19**

En el 2020, la programación de Tía TV se renovó para acompañar a los ecuatorianos durante la etapa de confinamiento por el COVID-19. Incorporamos segmentos de cocina, ejercicios, belleza y salud, entretenimiento, repostería, humor y deportes.

# Filosofía Corporativa

102-16, 102-17

Nacimos con la misión de estar cerca de las familias ecuatorianas, acompañando a todo el país con una oferta de productos y servicios variada y de calidad a precios accesibles. También, generando oportunidades de empleo dignas para cada vez más personas, promoviendo el desarrollo sostenible local e impulsando las economías regionales.



Generamos oportunidades de empleo dignas para cada vez más personas, promovemos el desarrollo sostenible local e impulsamos las economías regionales.

## Misión



Generar bienestar en los hogares ecuatorianos. Promover el crecimiento profesional de nuestros colaboradores. Generar nuevas plazas de trabajo. Incrementar año a año el valor de nuestra compañía.

## Visión



Seguir afianzándonos como la mayor empresa de retail con mayor cobertura geográfica en el Ecuador, con la oferta más variada para los consumidores, poseedora de un eficiente plan de negocio y cuya principal satisfacción es llevar beneficios económicos, sociales y ambientales a todo el país.

# Valores corporativos

- Orientación al cliente
- Actitud de servicio
- Trabajo en equipo
- Desarrollo de la gente
- Calidez y sencillez



# Innovamos con una visión de sostenibilidad

En 2020, decidimos dar un paso más en nuestra misión y avanzar en la profesionalización de nuestra gestión de Responsabilidad Social Empresarial, abriéndonos el desafío de realizar un análisis de nuestros principales impactos para el desarrollo de una estrategia y un plan de sostenibilidad, alineado a las mejores prácticas internacionales en la industria y a nuestra vocación por contribuir con los Objetivos de Desarrollo Sostenible planteados a 2030 por las Naciones Unidas.

Para evaluar los impactos más relevantes para la gestión sostenible de nuestro negocio, en el último trimestre del 2020 realizamos un estudio de mercado en donde relevamos los temas de sostenibilidad estratégicos y las mejores prácticas en nuestro sector industrial a nivel internacional. Con este estudio identificamos un listado de 16 temas relevantes para la gestión sostenible de Tía y sus grupos de interés. Posteriormente, hicimos un ejercicio de priorización con el Comité de Sostenibilidad en el que se les consultó sobre su visión en relación a la relevancia de cada tema para el crecimiento sostenible de la compañía. En paralelo, se desarrolló una encuesta de validación de este listado con representantes de grupos de interés.

La matriz que se puede ver en el capítulo Acerca de la memoria es el resultado del análisis de la encuesta de materialidad y de la priorización interna. En el eje vertical se definen las valoraciones de los grupos de interés y, en el horizontal, las prioridades estratégicas. Como resultado, permite identificar aspectos materiales que requieren gestión y atención en particular y los asuntos que requieren consideración, pero en un nivel de prioridad menor. Este ejercicio se utilizó para el desarrollo de nuestra plataforma de sostenibilidad que comenzó a implementarse en el período 2021 y denominamos "El Efecto Tía".



En 2020 dimos un paso más en nuestra misión y avanzamos en la profesionalización de nuestra gestión de Responsabilidad Social Empresarial, desafiándonos a realizar un análisis de los principales impactos de nuestra operación para el desarrollo de una estrategia y plan de sostenibilidad.

Jorge Luis Choez, colaborador de Tía Centro

# Nuestro aporte a los Objetivos de Desarrollo Sostenible

102-12

En septiembre del año 2015, la Organización de Naciones Unidas (ONU) adoptó un acuerdo con 193 líderes de diferentes países, en el que se establecieron 17 objetivos globales hacia 2030 enfocados en las personas, el planeta, la paz y el trabajo en alianzas.

La sociedad civil, los organismos internacionales, el sector privado y el gobierno cumplen un rol fundamental para alcanzar estos Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que tienen metas específicas en relación a la erradicación de la pobreza, la disminución de las desigualdades, el derecho a la educación, la crisis climática, el acceso al agua, el cuidado de la biodiversidad, el agua y el desarrollo de comunidades sostenibles, para alcanzar un equilibrio sustentable hacia el año 2030.

En Tía buscamos contribuir a alcanzar estas metas, por lo que alineamos nuestras acciones a cinco objetivos que resultan estratégicos por la esencia del negocio.



Objetivo 2

**Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.**

El acceso a la alimentación y una nutrición saludable para todos son fundamentales para nuestro negocio. Estamos comprometidos a brindar una oferta de productos accesibles y nutritivos para cada vez más personas y a apoyar a las comunidades durante una crisis.

También asumimos el compromiso del desarrollo de productores regionales y de sistemas agrícolas que optimicen la producción, minimizando el desperdicio y maximizando el acceso a la alimentación segura y saludable.



Objetivo 4

**Garantizar una educación inclusiva, equitativa, de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.**

Somos muy conscientes de la importancia de la educación para el desarrollo sostenible. Como parte de nuestra contribución económica directa e indirecta, realizamos programas de inversión social en las comunidades vecinas que se enfocan en promover el acceso, mejora de la infraestructura y brindar contenidos educativos de calidad.



Objetivo 8

**Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.**

Nuestra amplia presencia nacional distribuida en 232 locales nos convierte en la segunda empresa que más empleo genera en Ecuador. Promovemos la generación de oportunidades equitativas, la continuidad, el desarrollo y la formación continua de nuestros colaboradores, impulsando su desempeño y promoviendo el desarrollo de sus carreras en la empresa.

Nos preocupamos por el bienestar físico y emocional de las personas que trabajan con nosotros, y nos preocupamos de darles herramientas para ayudarlos a mantener el equilibrio tanto en sus funciones como en su vida personal.



Objetivo 12

**Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.**

Los clientes son el corazón de nuestro negocio. Por eso, ponemos todos nuestros esfuerzos en garantizar el acceso a una propuesta de valor de calidad, variada y accesible, y en brindarles la mejor experiencia de compra. Trabajamos en la evaluación y mejora constante de la calidad de la atención; en el desarrollo de canales innovadores para facilitarles la

tarea; y en acompañarlos con servicios financieros para apoyarlos en su economía.

Impulsamos una cadena de valor sostenible, que incluye e impulsa a pequeños y medianos emprendedores que pueden ofrecer sus productos a las familias ecuatorianas en nuestras perchas, generando oportunidades de progreso económico y desarrollo sostenible en todo el Ecuador.

Buscamos minimizar el impacto de nuestras operaciones en el ambiente, haciendo un uso responsable de los recursos como la energía, el agua y la refrigeración en nuestras operaciones; así como de promover modelos de economía más circulares en nuestros circuitos de abastecimiento, que progresivamente reduzcan los residuos que se desperdician. Y tenemos la meta de trabajar en la mejora del impacto ambiental de los envases y embalajes, tratándolos como recursos valiosos que puedan ser reutilizados, recolectados y reciclados.



Objetivo 17

**Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible.**

Ninguna de nuestras iniciativas se desarrolla de manera aislada. Todos los programas se basan en el trabajo articulado y en sinergia con diferentes actores del sector no gubernamental, público y privado. Impulsamos relaciones de largo plazo con instituciones y fundaciones, que nos permiten estar en el terreno y apoyar las comunidades cercanas a nuestros locales.



# Tía en la mira de todos

Durante el año fuimos premiados y reconocidos por nuestro compromiso y el arduo trabajo de nuestros equipos en diferentes galardones y rankings a nivel nacional.

**4** veces premiados durante el 2020

## Premio Superhéroes del Desarrollo 2020

por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID)



## Mejor Ecommerce Retail del Ecuador 2020

por E-Commerce Institute y la Cámara de Comercio Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE)



## Reconocimiento por la conducta ejemplar durante la crisis sanitaria del COVID-19

otorgado por el Ministro de Producción Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP)



## Reconocimiento y placa Ruta "Héroes del Comercio"

por Homenaje al Bicentenario de la ciudad de Guayaquil.



## Rankings

| Ranking  | Puesto | Medio                            |
|--|--------|----------------------------------|
| 200 Mayores Empleadores En El Ecuador                                | #2     | EKOS                             |
| Power Brands Top of Mind - categoría supermercados                   | #3     | EKOS                             |
| Top of Mind - marcas nacionales                                      | #15    | VITAZO                           |
| Top of Mind - categoría supermercados                                | #2     | VITAZO                           |
| Top of Mind - marca de producto (Ta Riko)                            | #37    | VITAZO                           |
| 500 Mayores Empresas Del Ecuador                                     | #14    | VITAZO                           |
| 500 Mayores Empresas Del Ecuador - categoría Comercio y Distribución | #4     | VITAZO                           |
| Top 1000 Empresarial   | #11    | EKOS                             |
| Ranking Reputación Corporativa                                       | #12    | AMÉRICA ECONOMÍA                 |
| Ranking Reputación Corporativa - categoría supermercados             | #2     | AMÉRICA ECONOMÍA                 |
| Ranking Sectorial Comercio Al Por Mayor Y Menor/Retail               | #3     | EKOS                             |
| Top 100 Aliadas Del Sector Industrial                                | #3     | EL UNIVERSO                      |
| Ranking Empresarial Comercio: Top 5 Empresas Grandes                 | #3     | CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUILL |
| Ranking Empresas Sostenibles del Ecuador                             | #11    | YPSILOM                          |
| Top of Mind E-Commerce - categoría supermercados                     | #2     | FOCUS RESEARCH & STRATEGY        |
| Ranking Marcas Preferidas  | #3     | EKOS                             |
| Top 100 Empresas con Mejor Reputación de MERCOSUR                    | #14    | EL UNIVERSO                      |
| Top 100 Con Mejor Reputación categoría comercio al por mayor y menor | #2     | EL UNIVERSO                      |
| Top 100 Líderes Con Mejor Reputación de MERCOSUR (Luis Reyes)        | #15    | EL UNIVERSO                      |
| Ranking de MERCOSUR Digital  | #3     | EL UNIVERSO                      |

## Espacios en los que participamos

102-13

Cámaras o asociaciones con las que participamos con un rol activo:

- Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible del Ecuador (CEMDES)
- Cámara de Comercio de Ambato
- Cámara de Comercio de Babahoyo
- Cámara de Comercio de Chone
- Cámara de Comercio de Cuenca
- Cámara de Comercio de Guaranda
- Cámara de Comercio de Guayaquil
- Cámara de Comercio de Ibarra
- Cámara de Comercio de Jipijapa
- Cámara de Comercio de Latacunga
- Cámara de Comercio de Loja Cadecol
- Cámara de Comercio de Machala
- Cámara de Comercio de Manta
- Cámara de Comercio de Milagro
- Cámara de Comercio de Pasaje
- Cámara de Comercio de Portoviejo
- Cámara de Comercio de Quevedo
- Cámara de Comercio de Quito
- Cámara de Comercio de Riobamba
- Cámara de Comercio de Samborondón
- Cámara de Comercio de Santa Rosa
- Cámara de Comercio del Cantón Bolívar
- Cámara de Comercio del Cantón Buena Fe
- Cámara de Comercio del Cantón Pastaza
- Cámara de Comercio del Cantón Sucumbios
- Cámara de Comercio del Cantón Tosagua
- Cámara de Comercio del Cantón Zamora
- Cámara de Comercio e Industrias de Azogues
- Cámara de Comercio el Carmen
- Cámara de Comercio SanTiago Domingo
- Cámara de Industrias de Guayaquil
- Cámara de Industrias y Comercio Ecuatoriana Británica de Guayaquil
- Cámara de Industrias de Guayaquil
- Cámara Ecuatoriano Americana de Comercio Guayaquil
- Asociación Cristiana de Empresarios (ACE-UNIAPAC)
- Cámara de la Construcción de Guayaquil
- Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE)
- Cámara de Comercio Ecuatoriano Americana (AMCHAM)
- Red Ecuatoriana de Empresas Solidarias (REDES)
- Alianza para el Emprendimiento e Innovación (AEI)



# Gobierno Corporativo

102-18, 102-20, 102-22, 102-32, 102-33

En cada decisión estratégica de Tía, se prioriza que constituya un paso hacia adelante en la concreción de nuestra visión corporativa. Nuestra estructura de gobierno corporativo está conformada por los Directores de la organización, que tienen roles ejecutivos. Su propósito es velar por el cumplimiento de los objetivos del negocio y el crecimiento sostenible de la compañía, actuando en consonancia con los valores de los accionistas.

La máxima responsabilidad recae en nuestro Director Principal, Luis Reyes. En temas económicos, la responsabilidad corresponde al Director Administrativo Financiero, Marcelo García. La responsabilidad sobre los aspectos ambientales, bajo la Dirección de Operaciones a cargo de Sandro Sgaravatti. Por su parte, los aspectos de impacto social recaen en el área de Responsabilidad Social que pertenece a la Dirección de Marketing dirigida por Noralva Renifo.

La estructura de gobierno se complementa con las direcciones de Compras llevada adelante por José Muñiz; la de Logística y Distribución, por Ángel Zamora y; la de Recursos Humanos, dirigida por Alexandra Barco. La estructura de gobierno de Tía no se desarrolla en Comités, sino que las decisiones estratégicas son tomadas desde las diferentes direcciones en colaboración con el Director Principal. En la actualidad, no contamos con un proceso formal de delegación de autoridad para temas eco-

nómicos, ambientales y sociales. Sin embargo, si se han establecido responsabilidades a nivel ejecutivo, como fue descripto anteriormente. Es así como se cuenta con un Director Financiero, una Gerencia de Seguridad Industrial y un Área de Responsabilidad Social, según el orden mencionado. Esto permite establecer una relación directa entre estas figuras y las diferentes direcciones que conforman el órgano mayor de gobierno. De esta manera, la información y las preocupaciones críticas fluyen directamente entre las gerencias de las áreas, el Director y la Dirección Principal.

El Directorio participa del ejercicio de materialidad liderado por la Dirección de Marketing por el cual se identificaron y priorizaron los principales aspectos económicos, sociales y ambientales, relevantes para la gestión sostenible, que se validaron en una encuesta con grupos de interés. En este informe se rinde cuenta de estos temas materiales prioritarios que constituyen los fundamentos del plan anual de sostenibilidad y RSE.

**Los directores velan por el cumplimiento de los objetivos del negocio pero también por el crecimiento sostenible de la compañía con los máximos valores corporativos.**



# Ética e integridad

Tema material: Ética e integridad, 103,1 103-2, 103-3

Velamos para que todos nuestros colaboradores y representantes, actúen de acuerdo a nuestros valores corporativos y aplicando principios éticos, apegándose a las políticas y reglamentos institucionales. El derecho nos obliga a cumplir con las normas establecidas en las leyes, delimitando lo que se nos permite o no hacer, mientras que una actuación en el marco de la ética es una decisión voluntaria de cada persona. Por esta razón, hacemos hincapié en difundir nuestros valores y principios, lo que esperamos de nuestros colaboradores y damos el ejemplo.

El área Legal tiene la responsabilidad de asegurar el cumplimiento de la normativa nacional, revisando que los procesos y políticas desarrolladas por la empresa sean conforme a derecho, y procurar el correcto desempeño de la organización. Para poder garantizar que nuestros servicios y nuestra forma de hacer el trabajo se den dentro de un marco en el que resalta la ética y la buena conducta, nos asesoramos legalmente para velar por la integridad de la organización a nivel de personal interno y de proveedores. Gracias a nuestros asesores, podemos disminuir nuestras preocupaciones en torno a las conductas no éticas o ilegales que podrían atentar contra nuestra organización.

Estamos convencidos de que la promoción de una cultura de ética e integridad ayuda a generar ambientes de trabajo saludables, en los que los colaboradores trabajan motivados y siendo leales a su propósito. También, que estos principios son

valorados por todos nuestros grupos de interés, en particular por nuestros consumidores que nos lo demuestran con su lealtad y valoración positiva en encuestas. Esto tiene un impacto económico directo en nuestros resultados de negocio, ya que los clientes satisfechos y fieles impulsan las ventas y aumentan los ingresos de la organización.

**Estamos convencidos de que la promoción de una cultura de ética e integridad ayuda a generar ambientes de trabajo saludables, en los que los colaboradores trabajan motivados y siendo leales a su propósito.**



## Código de ética y conducta

En nuestro Código de Ética y Conducta Corporativa sentamos las bases de los principios y políticas generales que nos ayudan a encontrar la mejor forma de hacer las cosas. Es una herramienta de preservación y reafirmación de nuestros valores que nos ayuda a crear una cultura de ética e integridad en toda nuestra cadena de valor.

En este Código establecemos que todas las operaciones de Tía deben desarrollarse bajo los preceptos de sencillez, lealtad, confidencialidad, claridad, transparencia, precisión, seriedad y cumplimiento de las normas operacionales, para beneficio de los clientes y la rentabilidad de la compañía. Para esto nos esforzamos en la capacitación permanente y en asegurar el profesionalismo de nuestros directores, gerentes, jefes y todos los colaboradores de la empresa.

Al realizar las tareas y ofrecer los servicios, no perdemos de vista que el trato hacia nuestros compañeros sea con sinceridad, franqueza y respeto. Así como también es un pilar importante la observancia de la debida diligencia y la ejecución de las directrices impartidas por los titulares de las áreas. Esto se relaciona con el debido cumplimiento de las leyes y las disposiciones de nuestros organismos de control.

En el Código, también, invocamos a la necesidad y voluntad de evitar situaciones que puedan representar un conflicto de intereses. Además, aseguramos un tratamiento equitativo con nuestros clientes y con aquellos proveedores que elegimos que nos acompañen todos los días, para poder cumplir nuestro propósito de brindar bienestar a las familias ecuatorianas.

Como principios generales de nuestra organización se establece que la compañía, sus directores, gerentes, jefes y colaboradores ajustarán su conducta en todo momento al espíritu, a los principios y a las disposiciones establecidas en el Código de Ética y Conducta; que conocerán el código para conducir sus actividades y actitudes en todo momento de manera profesional y siguiendo los lineamientos de la Dirección; y que desplegaremos nuestros mejores esfuerzos para garantizar su cumplimiento. También establece que los directores, gerentes y todas las personas de jefatura que tengan a cargo un grupo de personas se basarán en el trato justo y la motivación dirigida, con el fin del buen desarrollo y funcionamiento de las operaciones de Tía.

Todos los principios de acción deberán realizarse desde un sentido ético y de justicia, implican tanto a las personas que formen parte de esa actividad, como a todos los procesos de gestión, áreas de trabajo y/o departamentos de las organizaciones. Esto permite que el impacto se genere en los diferentes centros de trabajo, lugares donde son ejecutadas las funciones y constituyen el principal eje de producción



## Comunicación y formación en aspectos éticos

205-2

Para lograr que nuestros objetivos sean alcanzados de forma conjunta usamos herramientas de promoción de nuestros valores y principios, transversales a nuestros grupos de interés. Parte de estas herramientas, se ven reflejadas en el Código de Conducta de Trabajo, que recoge los principios importantes para la organización, como una normativa de cumplimiento obligatorio frente a sus funciones, superiores y grupo de interés; incorporando de forma estratégica la igualdad, diversidad y la responsabilidad social en su quehacer diario. Este código es compartido con todos los colaboradores en una jornada de capacitación en la que reciben los contenidos esenciales, motivados por los principios explícitos e implícitos, que finaliza con la entrega de un ejemplar.

Creemos que es importante reforzar los valores de nuestra organización de manera continua. Por eso, desde nuestra área de comunicación interna, impulsamos la capacitación en estos temas con videos, correos electrónicos y pizarras, entre otras formas.

Mantenemos comunicaciones activas sobre nuestras políticas y procedimientos anticorrupción dirigidas a nuestros grupos de interés. En las capacitaciones del período 2020 no se han contemplado cuestiones sobre esta temática, pero el 100% de nuestros directivos y el 100% de nuestros más de 7800 colaboradores han recibido comunicados sobre cómo actuar frente a casos de corrupción y nuestra política, en períodos anteriores.

Además de formar a las personas, predicamos con el ejemplo. Evitamos todo tipo de prácticas dudosas o desleales que pueden desencadenar en casos penales que no sólo afecta a la persona, sino a la empresa en diversos aspectos. De esta forma, intentamos reducir los impactos negativos en nuestro ambiente laboral y que atentan a nuestros objetivos sociales y económicos.

El cumplimiento de cada uno de los principios que recoge nuestro Código de Ética y nuestras políticas vigentes son de cumplimiento obligatorio. Quien incumpliese alguno de ellos, será sancionado por nuestro reglamento interno de trabajo.



**Creemos que es importante reforzar los valores de nuestra organización de manera continua.**



**Canal para denuncias**  
**quejas@tía.com.ec**



Cualquier colaborador o integrante de nuestra cadena de valor puede efectuar denuncias o reclamos sobre cualquier acto indebido.



De izquierda a derecha: Blanca Aguirre, Patricia Araujo, Jonathan Herrera, Josue Alvarado. Colaboradores de Plaza Tía Central



# 4 Nuestro equipo



Sánchez Edison y Oswaldo Alarcón.  
Colaboradores de Plaza Tía La Joya

# Nuestro impulso: el bienestar y desarrollo de la familia Tía

102-7, 102-8

Esta es una empresa solidaria, humana y con mucho corazón; uno de nuestros principales propósitos es generar oportunidades de empleo dignos, de esta manera contribuimos al desarrollo económico de nuestro país. En este camino, en 2020 tuvimos el orgullo de ser reconocidos como el segundo mayor empleador en el Ecuador, el mismo que recibimos con mucha humildad ¡Esto nos impulsa a querer ser los mejores!

Nuestros colaboradores, con su compromiso y su talento, nos permiten llevar adelante esta visión todos los días. Sin el esfuerzo de las 7854 personas que forman el equipo de Tía no hubiese sido posible mantener nuestras operaciones y llevar bienestar a los hogares ecuatorianos durante la emergencia sanitaria que nos afectó en la mayor parte del 2020.

Para cumplir esta visión, ponemos foco en la atracción y retención de talentos, la formación y desarrollo de las personas, la promoción del bienestar y calidad de vida, y seguridad e higiene.

Promovemos la diversidad en nuestro equipo y nos aseguramos de mantener el mínimo del 4% de colaboradores con discapacidad en nuestra nómina de acuerdo con lo que exige la ley en el Art. 42 numeral 33 del Código de Trabajo. A diciembre 2020, la participación de este grupo fue del 4,41%.

**7.854**  
colaboradores permanentes

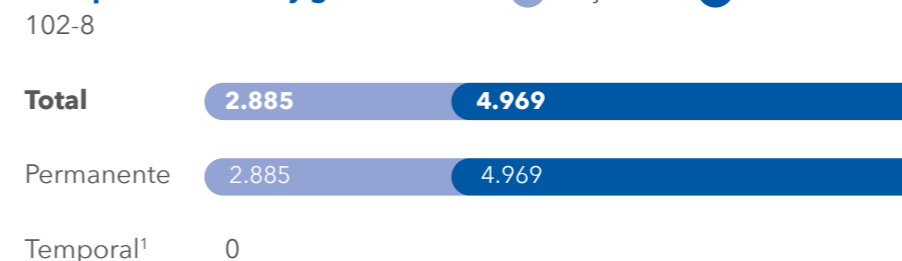
**2.885** mujeres  
37%

**4.969** hombres  
63%

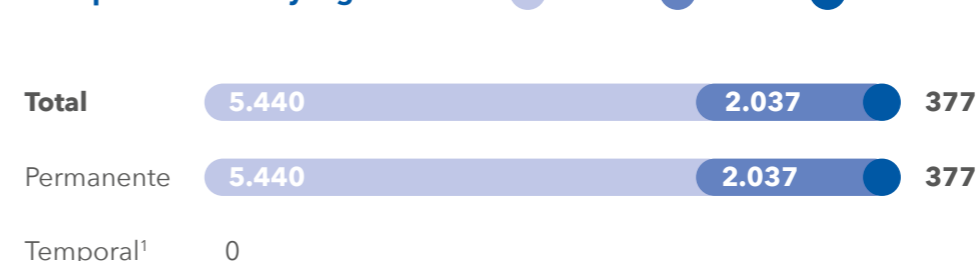
**2°** mayor empleador en el Ecuador (Ekos)



## Por tipo de contrato y género

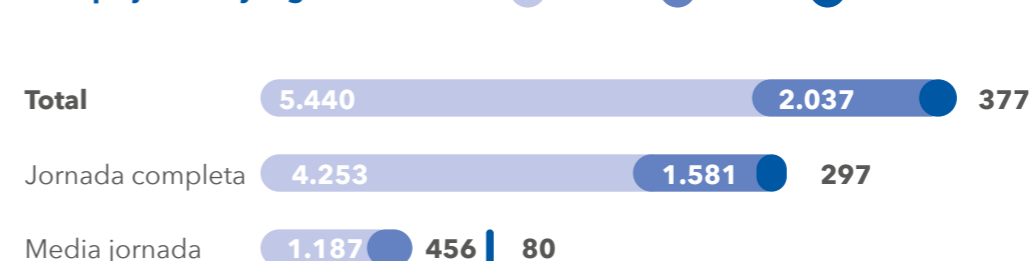


## Por tipo de contrato y región



<sup>1</sup> Debido al contexto de la emergencia sanitaria, en 2020 no se realizaron contrataciones por temporada navideña, como los realizamos todos los años.

## Por tipo jornada y región



## Personal que realiza tareas pero no es empleado de la organización

|                          |            |             |
|--------------------------|------------|-------------|
| Guardias de seguridad    | 201        | 76%         |
| Personal de limpieza     | 27         | 10%         |
| Personal de alimentación | 38         | 14%         |
| <b>Total</b>             | <b>266</b> | <b>100%</b> |

Francisco Suárez, colaborador de Plaza Tía La Joya

# El bienestar de nuestros colaboradores

Tema material: Bienestar y calidad de vida de los colaboradores 103-1, 103-2, 103-3

Las personas son nuestro principal recurso para alcanzar nuestro propósito. Por ello, nos resulta estratégico garantizar su bienestar de forma integral, creando un entorno de trabajo adecuado y motivador, que favorezca la innovación, la productividad y el compromiso con la organización. Para que esto se lleve a cabo, contamos con un equipo de Bienestar Social.

El plan de bienestar de Tía tiene una mirada integral, por lo que alcanza a los colaboradores y a sus familias. El plan de trabajo anual contempla campañas de vacunación, visitas domiciliarias y programas de salud, facilitado por médicos ocupacionales y convenios con centros de salud de alcance nacional; con modalidad presencial y a través de telemedicina. Además, impulsamos acciones para acompañarlos en temas familiares como vivienda y educación.

Para realizar este plan, desarrollamos un análisis situacional del entorno de los colaboradores, para identificar y contextualizar problemas y necesidades desde una perspectiva integral. Con esta información podemos crear diferentes planes de acción y fortalecemos las relaciones humanas, lo que sabemos ayuda a mejorar el clima de trabajo y tiene un impacto positivo en la productividad.

El plan bienestar tiene una mirada de inclusión y diversidad que se basa en apoyar y dar beneficios diferenciales a los grupos más vulnerables de colaboradores, como las mujeres embarazadas o en período de lactancia y personas con discapacidad. Las personas que pertenecen a estos grupos no realizan actividades como inventarios o cambios

de mostrador por temporadas, con el objetivo de disminuir su carga operativa.

## Cuidarnos y continuar brindando servicio

La emergencia sanitaria causada por la pandemia y sus consecuencias nos llevó a desarrollar nuevas formas de trabajo basadas en herramientas digitales y virtuales, para lo que debimos adaptar todo lo que se hacía de forma presencial, desde las reuniones de trabajo hasta la formación en aspectos de salud y bienestar.

Nuestro plan anual estaba enfocado en el cumplimiento del programa de vigilancia de la salud, el cual enfatiza en la prevención del alcohol, tabaco y otras drogas, el riesgo psicosocial, estrés laboral y el VIH-SIDA, además de informar sobre la salud reproductiva y los riesgos ergonómicos. Debido a la pandemia, se incluyeron y priorizaron charlas preventivas y de protocolos de bioseguridad en relación al COVID-19.

Entre las acciones más destacadas, implementamos el servicio de telemedicina a nivel nacional con el objetivo de mantener la atención y brindar contención a nuestros colaboradores y sus familias, en el contexto de pandemia, que fue altamente valorado en un período marcado por la incertidumbre y el colapso del sistema de salud en el país. De la misma manera, se incrementó la atención en los consultorios médicos tanto en Guayaquil como Quito, para brindar atención a nuestros colaboradores y su familia ante situaciones que requieran evaluación minuciosa, frente al colapso del sistema de atención hospitalaria a nivel público y privado.

Por otra parte, debido a la escasez y sobreprecios decidimos adquirir un stock de medicamentos y de complementos vitamínicos para nuestros colaboradores, que continuaron con su labor durante los momentos más difíciles.

**Implementamos un servicio de telemedicina de alcance nacional para acompañar a nuestros colaboradores y sus familias durante la emergencia sanitaria.**

Además, durante el 2020 hicimos un gran esfuerzo para cumplir con nuestras campañas de vacunación para la Difteria/Tétano, Sarampión/Rubéola, Hepatitis, Influenza, Fiebre amarilla, y logramos vacunar a un total de 3.066 colaboradores. También logramos la obtención de tres prótesis mediante la gestión con el Ministerio de Salud de la ciudad de Loja, para dos colaboradores y una persona externa que había prestado servicios para Tía.



Mario Torres, colaborador de Plaza Tía La Joya

## Bienestar y desarrollo para nuestra familia Tía

403-3

### Solidaridad y cuidado

Llevamos adelante un conjunto de acciones con foco en cuidar a nuestros colaboradores en el contexto del COVID-19. Con la campaña interna #JuntosPodemos buscamos empatizar y resaltar el trabajo de nuestros colaboradores de sucursales y centros de distribución. Además, les otorgamos una bonificación económica y un cupo adicional en la tarjeta de compras del colaborador para abastecimiento de productos de primera necesidad, en agradecimiento por haber estado en la primera línea durante la emergencia sanitaria.

Asimismo, se habilitó un cupo adicional a los colaboradores de todo el territorio nacional para su abastecimiento y de sus familias. Y, complementariamente, entregamos canastas con productos alimenticios de primera necesidad a todo el personal de los centros de distribución y a nuestros transportistas.

### Prevención y asistencia

Para reforzar la prevención y brindar atención a los colaboradores y sus familiares pusimos en funcionamiento una línea directa de telemedicina; adquirimos máquinas concentradoras de oxígeno y medidores de saturación para uso de los colaboradores en tratamiento médico; termómetros digitales para el control de temperatura en locales, oficinas y centros de distribución; se realizó test de COVID-19 para el personal administrativo que regresó al trabajo presencial; y se habilitaron consultas médicas presenciales en Quito y Guayaquil para casos que requirieron evaluación médica minuciosa.

Además, ayudamos a realizar instalaciones adecuadas para mejorar las condiciones de teletrabajo. Complementariamente, brindamos un servicio de asistencia psicológica con un especialista para tratar temas de manejo del estrés y regulación emocional en tiempos de crisis.



Rosa Rodríguez, Janeth Falcones y Consuelo Barrera, Trabajadoras Sociales

## Plan de beneficios

Tema material: Bienestar y calidad de vida de los colaboradores 401-2

Nuestro plan de beneficios regulares está destinado tanto a los colaboradores a tiempo completo como los de tiempo parcial:

- Crédito y descuento en farmacias que tienen convenio con Tía.
- Solicitud de vale de diferido en compras Tía.
- Tarjeta de vale de colaborador y descuentos del 10% en compras en Tía.

- Beneficios para embarazadas:
  - Lunch especial
  - Reducción de jornada desde el séptimo mes de gestación
  - Asignación de un horario conveniente.
  - 15 días de permiso con sueldo antes del alumbramiento.

| <b>Licencia parental</b><br>401-3   | <b>2019</b>   | <b>2020</b>   |
|---|---------------|---------------|
| <b>Colaboradores con derecho a la licencia parental</b>   | <b>8.446</b>  | <b>7.854</b>  |
| Mujeres   | 3.143         | 2.885         |
| Hombres   | 5.303         | 4.969         |
| <b>Colaboradores que tomaron la licencia parental</b>   | <b>756</b>    | <b>610</b>    |
| Mujeres   | 320           | 262           |
| Hombres   | 436           | 348           |
| <b>Número total de colaboradores que retomaron post licencia parental</b>                                       | <b>732</b>    | <b>604</b>    |
| Mujeres   | 315           | 260           |
| Hombres   | 417           | 344           |
| <b>Número de colaboradores que tomaron el permiso parental y que permanecieron luego de 6 meses del regreso</b> | <b>648</b>    | <b>443</b>    |
| Mujeres   | 290           | 151*          |
| Hombres   | 358           | 176*          |
| <b>Tasas de regreso al trabajo y de retención de colaboradores</b>  | <b>85,71%</b> | <b>72,62%</b> |
| Mujeres   | 90,63%        | 94,66%        |
| Hombres   | 82,21%        | 56,03%        |



# La salud y la seguridad, ante todo

Tema material: Salud y seguridad 103-1, 103-2, 103-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-8

En nuestros lugares de trabajo, tanto la salud como la seguridad son aspectos estratégicos y transversales, que abordamos desde el eje de la prevención. No sólo hacemos foco en la capacitación, sino también en la comunicación efectiva, así como en brindar la infraestructura y las herramientas necesarias para anticiparnos y garantizar la seguridad y la salud de todas las personas.

Desde 2012, contamos con un área de medicina ocupacional en la empresa, que busca promover un ambiente de trabajo sano y seguro, impulsando medidas que favorezcan la salud y seguridad en el puesto de trabajo. En consonancia con esto, contamos con dispensarios médicos en oficinas y Centros de Distribución para la atención presencial y, además, implementamos el servicio de telemedicina para que todos los colaboradores tengan acceso a consultas médicas de diversa índole de forma remota.



Para que nuestros equipos actúen apropiadamente ante un escenario que atente contra la salud y la seguridad en el trabajo, deben no sólo estar bien informados sobre los riesgos posibles sino también conocer el modo de responder ante ellos. Realizamos inducciones a las personas que ingresan así como cursos regulares para los colaboradores, que hacen foco en salud preventiva, seguridad en el trabajo, gestión ambiental, y protocolos, entre otros. En paralelo, desarrollamos prácticas de evacuación y simulacros de emergencias de acuerdo a las recomendaciones y la legislación.

Además, impulsamos programas relacionados con hábitos saludables y prevención de enfermedades y adicciones, como el tabaco, el alcohol y las drogas. También enfocamos desde el aspecto social para ayudar a nuestros colaboradores a llevar una mejor calidad de vida.



La salud y seguridad es central y estratégica para nuestras operaciones, dado que los incidentes tienen un impacto significativo en la gestión del negocio por las pérdidas que generan. El compromiso con la seguridad de nuestro equipo, como con la prevención de enfermedades ocupacionales y accidentes, se expresa en la Política Seguridad y Salud Ocupacional de Tía.

De izquierda a derecha: Geovanny Mendoza, Klever Santana, Samantha Haro y Rigel Merchán. Trabajadores Operativos del CDN.

## Nuestro sistema de gestión de SSO

403-1, 403-2, 403-3, 403-5, 403-8, 403-9

Contamos con un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional de los trabajadores que se basa en disminuir los riesgos de las actividades laborales, identificando y mitigando condiciones con el fin de prevenir accidentes de trabajo y enfermedades. En este se establecen los peligros y oportunidades identificados, y se documentan en una matriz, que se utiliza para analizar y gestionar los riesgos para cada puesto de trabajo. De este análisis surge que ocurren principalmente en la parte operativa de la organización: tanto en locales como en los centros de distribución. También se pueden extender a proveedores y clientes.

Los centros de distribución cuentan con un sistema de gestión estructurado en base a la normativa ISO 45001, que incorpora el cumplimiento de los requerimientos legales. El sistema aplica a todos los trabajadores, proveedores, contratistas, visitantes y cualquier persona que ingrese a las instalaciones de las bodegas, de los centros de distribución de Tía. En los locales también se aplica este sistema de gestión, con foco en la prevención de accidentes y el cumplimiento de requisitos legales aplicables.

Como parte del sistema de gestión se cuenta con un Manual de Salud y Seguridad Ocupacional (SSO) y Reglamento SSO 2021. A su vez, incluye políticas

de SSO y para actividades en desplazamiento de la jornada, de seguridad para proveedores y contratistas. Esto es necesario para establecer los requisitos necesarios para la implantación, control y mejora del desempeño del sistema, prevenir accidentes de trabajo y garantizar la seguridad y salud de los trabajadores.

A su vez, contamos con el programa Seguridad Basada en Comportamiento (SBC), que consiste en el reporte de actos y condiciones inseguras que se observen en los lugares de trabajo, y la participación de los trabajadores en los subcomités de seguridad donde se tratan temas de seguridad. En el Reglamento de SSO, además, en la Sección de Derechos y Obligaciones de los Trabajadores, se incluye el reporte de actos y condiciones inseguras que se generen en los puestos de trabajos.

La gestión de mejora continua de los temas de salud y seguridad ocupacional son responsabilidad de la Gerencia General. El Departamento de Seguridad se ocupa de liderar, hacer cumplir y difundir las políticas de Seguridad y Salud Ocupacional. Son responsables de impulsar diversos programas y proyectos, como el proceso de implementación de metodología ISO 45001 en centros de distribución, la Escuela de Jefes, campañas de prevención por temporada y la capacitación permanente de los colaboradores.

Por su parte, el equipo de Seguridad y Medicina Ocupacional es responsable de tomar en cuenta los incidentes, las emergencias y las causas pertinentes, así como los indicadores de morbilidad en los centros de distribución. El departamento de Medicina ocupacional tiene un rol estratégico en la realización de reportes sobre los incidentes, que se utilizan en los procedimientos de investigación y análisis de causas de incidentes en las instalaciones. De esta manera, se podrá implementar las mejoras o lo necesario para prevenir a futuro o disminuir los riesgos. Complementariamente, se ocupan de identificar los diferentes tipos de actividades, instalaciones, equipos y materiales o peligros que se originen fuera del sitio de trabajo o que se generen por los proveedores, los contratistas o en la vecindad.

En el 2020, los Centros de Distribución fueron evaluados internamente en base a la normativa ISO 45001 cuya auditoría externa de certificación se planea realizar en el 2021. Durante el período, el accidente de mayor gravedad fue el de un equipo de transporte de carga. A raíz de este hecho, mediante una reunión de comité central, se implementaron medidas tales como nuevos programas de capacitación para quienes usan estos equipos, informar sobre el peligro que representa y la implementación de señaléticas de velocidad máxima.

Por último, siguiendo la normativa del código laboral, aplicamos una encuesta de riesgo psicosocial con todos nuestros colaboradores. Esta encuesta tiene por objetivo identificar, evaluar y valorar los riesgos psicosociales presentes en una situación de trabajo, con el objetivo de mitigar o corregir, estableciendo medidas preventivas. De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta en 2020, predomina el riesgo bajo en todas las escalas, motivo por el cual no se ha establecido un plan de acción, aunque se ha seguido trabajando en mejoras de aspectos físicos, sociales y psicológicos que influyen en el rendimiento del colaborador.



**6.837**  
trabajadores

capacitados en temas de seguridad



**21.118**

horas hombre de capacitación

(virtuales y presenciales)

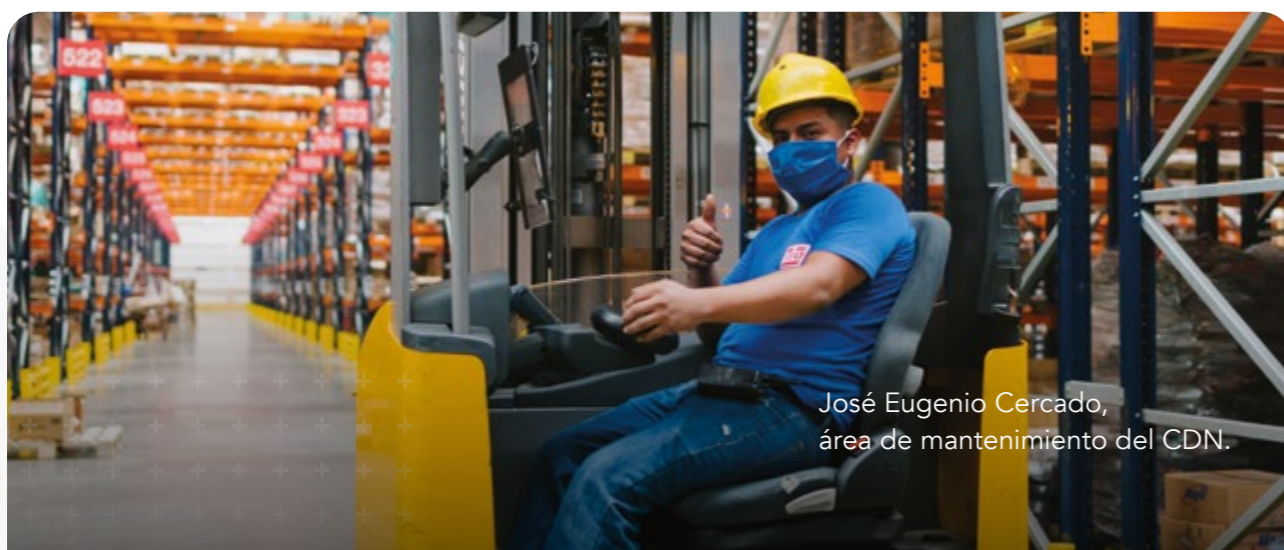
**45**

prácticas de simulacros realizadas

Índice de frecuencia: **1,3**

Índice de gravedad: **5,04**

Tasa de riesgo: **3,88**



José Eugenio Cercado,  
área de mantenimiento del CDN.

## Un sistema con participación activa

Tema material: Salud y seguridad 403-2, 403-4, 403-5

Los trabajadores participan activamente en el desarrollo y revisión de las prácticas de salud y seguridad en el trabajo y en su sistema de gestión. Para que esto suceda, se los incluye en programas de prevención, en la identificación de peligros, la evaluación de riesgos y la determinación de controles; la investigación de accidentes; brigadas y simulacros de emergencia.

Por otra parte, se consulta a los contratistas y a las partes interesadas externas para la determinación de nuevos controles o corrección de procedimientos o protocolos de trabajo, identificación de nuevos peligros, cambios de equipos o materiales y alteraciones en los planes de emergencias de actividades de alto riesgos.

Asimismo, contamos con un comité paritario de SSO y subcomités en las localidades y centros de distribución de Tía, compuestos por representantes de la empresa y representante de los trabajadores y que sesiona de manera bimensual o mensual, respectivamente. o cuando la situación lo amerite.

En el caso de existir situaciones de peligro, se reúnen de manera extraordinaria con la finalidad de reportar, analizar, recomendar y adoptar las medidas correctivas al Departamento de Seguridad Industrial.

El objetivo principal del comité es discutir y revisar asuntos en materia de seguridad y salud en el trabajo. Sus obligaciones son las de realizar inspecciones periódicas de las instalaciones, analizando si cuentan con condiciones de seguridad y salud óptimas y recomendar la adopción de las medidas preventivas respectivas; analizar los accidentes o enfermedades ocupacional; hacer un seguimiento de las medidas preventivas; identificar necesidades de capacitación para la prevención de riesgos así como fomentar una cultura en prevención de riesgos.



### Indicadores de SSO

401-3, 403-9

|  | Cantidad     | Tasa <sup>3</sup> |
|--|--------------|-------------------|
| <b>Para todos los colaboradores</b>                      |              |                   |
| Fallecimiento por accidente laboral                      | 0            | 0                 |
| Lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias | 1            | 68                |
| Lesiones por accidente laboral registrables              | 81           | 2,85              |
| <b>Horas trabajadas</b>                                  | 13.351.251,0 |                   |

<sup>3</sup> En cuanto a las lesiones por accidente de nuestros colaboradores, calculamos las tasas por cada 200.000 horas trabajadas sin excluir a ningún trabajador del contenido. A su vez, se utilizó el cálculo de la tasa de riesgo considerando horas hombre trabajadas, cantidad de accidentes y días perdidos por accidentes.

# Nuestros esfuerzos de prevención del COVID-19

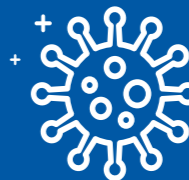
403-3

Más que nunca, frente a la crisis sanitaria, en 2020 nos esforzamos mucho en atender y cuidar a nuestros colaboradores y a sus familias, así como a quienes trabajan en servicios complementarios, transportistas y a los clientes.

Establecimos diferentes líneas de acción orientadas a promover el cuidado y la salud de nuestros colaboradores, acordes a los protocolos vigentes, medidas informativas y preventivas de bioseguridad en los locales, centros de distribución y oficinas. En primer lugar, robustecimos las medidas preventivas en los lugares de trabajo. Reforzamos la limpieza en las áreas de mayor contacto dentro de las oficinas, locales y centros de distribución, colocamos alcohol en gel cerca de los relojes biométricos, baños, pasillos, entradas y salidas de cada departamento. Además, entregamos canastas con productos de limpieza e higiene, protectores faciales y kits de medicinas de manera gratuita a nuestros colaboradores, para continuar con las medidas de prevención en sus hogares.

Como parte de este plan creamos campañas de difusión de información relacionada con el COVID-19, acerca de formas de prevención, protocolos de limpieza e higiene, limpieza correcta de dispositivos, correcta gestión de desechos como mascarillas y guantes. En materia de bienestar, compartimos información sobre cómo gestionar las emociones en cuarentena, recomendaciones para mejorar el teletrabajo, rutinas de mindfulness, gestionar alteraciones de sueño, rutina de hábitos exitosos, hábitos saludables y consejos del médico ocupacional. También, brindamos recomendaciones sobre la correcta limpieza de las compras y uso de productos de limpieza.

Por último, entre marzo y diciembre se dio la disposición de que las personas vulnerables no concurren a los lugares de trabajo. Durante ese período, se brindó licencia con goce de sueldo a nivel nacional a mujeres embarazadas, en periodo de lactancia, discapacitados, adultos mayores y colaboradores con enfermedades crónicas degenerativas. Además, se dispuso el teletrabajo para los administrativos durante el tiempo que nos tomamos para desarrollar un protocolo de ingreso e implementar las medidas necesarias en nuestras oficinas para asegurar un retorno al trabajo presencial seguro.



Josué Alvarado, colaborador de Plaza Tía Central.

# Un equipo con el mejor talento

Tema material: Atracción y retención de talentos 103-1, 103-2, 103-3, 401-1

Ser los mejores empleadores significa poner mucho esfuerzo en atraer, desarrollar y retener al talento humano en nuestra organización. Para eso, llevamos adelante políticas y procedimientos de reclutamiento que se basan en el fortalecimiento de la marca empleadora y en el desarrollo de carrera de los colaboradores de la compañía.

El área de Recursos Humanos cuenta con un plan de trabajo que incluye actividades de marca empleadora que fueron afectadas por la pandemia, como las visitas de estudiantes universitarios de pre-grado y post-grado de carreras técnicas a los Centros de Distribución, con el objetivo de atraer y despertar el interés en ellos para laborar con nosotros, así como también los talleres de Assessment Center para las evaluaciones de los candidatos, y finalmente las prácticas pre-profesionales. Sin embargo, esta circunstancia no logró detenernos, sino que lo tomamos como una oportunidad de mejora y el momento justo para desarrollar propuestas alternativas.

Así, en 2020, aumentamos nuestra participación en eventos y ferias laborales virtuales, lo que nos permitió posicionar nuestra marca empleadora en el mercado y acercarnos al talento joven, que usa y consume estos servicios digitales. Además, llevamos adelante convenios con varias universidades del país, con el objetivo de atraer jóvenes con potencial que quieran desarrollarse profesionalmente en Tía.

## Innovamos nuestro modelo de reclutamiento

Tema material: Atracción y retención de talentos 401-1

Uno de los mayores desafíos del período fue adaptar los procesos de selección e incorporación de nuevos colaboradores a la virtualidad requerida por el contexto de emergencia sanitaria. Sin embargo, la nueva forma de trabajo nos permitió desafiarnos e innovar, implementando procesos de selección mixtos, que combinan herramientas virtuales con instancias presenciales, de acuerdo con la necesidad y la complejidad del proceso. Como resultado, implementamos una metodología 90/10 en el que la mayor parte del proceso de reclutamiento se lleva a cabo de manera online y el último 10%, de forma presencial. Incorporamos herramientas tecnológicas para la recopilación de datos de los postulantes y el desarrollo de pruebas psicométricas de respaldo de los procesos de selección, que administramos de forma responsable y segura. Esta metodología 90/10 no sólo demostró una optimización exponencial de tiempos y costos, sino que nos ayudó a reducir el impacto ambiental generado por los traslados y el consumo de recursos físicos. Sus excelentes resultados nos confirman que llegó para quedarse.



Cuando debemos cubrir una vacante o encontrar un perfil, realizamos procesos de reclutamiento interno y externo, publicando las convocatorias en nuestro sitio web, en nuestras redes sociales y en medios de alcance nacional, para que se garantice encontrar el mejor talento. Las publicaciones deben ser transparentes y claras, y brindar información sobre la función, requisitos, condiciones de contratación y cantidad de vacantes.

Buscamos incorporar candidatos competitivos y comprometidos, que aporten un valor agregado a sus funciones. El departamento de Recursos Humanos de Tía se organiza en diferentes áreas para poder llevar adelante sus objetivos, una de ellas es la de Selección, responsable de las contrataciones que se realizan en la empresa. Por otra parte, el departamento de Operaciones y los Centros de Distribución, también pueden encargarse de realizar contrataciones de colaboradores que requieran sus actividades, por cuestiones de agilidad y practicidad. La eficiencia de los procesos de selección nos ayuda a mitigar la rotación de personas, fortalecer la retención del talento y captar a las más calificadas para cada función.

**Nuestra metodología 90/10 optimiza la eficiencia y reduce el impacto ambiental de los procesos de reclutamiento**

Las principales metas del área de selección son las de cubrir las necesidades de las tiendas, bodegas y departamentos administrativos en el menor tiempo posible, y con el objetivo de establecer procesos de anticipación de necesidades. Por esto, los diversos procesos de reclutamiento que se generan responden a la planificación de aperturas de sucursales y las nuevas plazas de trabajo que requieren. Además, tiene requisitos como el compromiso de dar respuestas a los aplicantes sobre el estado del proceso; brindar un seguimiento a los aspirantes; informar sobre las condiciones de contratación y de beneficios sociales y corporativos; y proveer los uniformes y elementos de protección necesarios para el personal operativo.



Colaboradores del CDN.

401-1

| <b>Nuevas contrataciones por edad</b> | <b>Costa</b> |            | <b>Sierra</b> |            | <b>Oriente</b> |           | <b>Total</b> |
|---------------------------------------|--------------|------------|---------------|------------|----------------|-----------|--------------|
| Menores de 30 años                    | 507          | 69%        | 175           | 24%        | 29             | 4%        | 711          |
| Entre 30 y 50 años                    | 17           | 2%         | 2             | 0%         | 3              | 0%        | 22           |
| Mayores a 50 años                     | 0            | 0%         | 0             | 0%         | 0              | 0%        | 0            |
| <b>Total</b>                          | <b>524</b>   | <b>71%</b> | <b>177</b>    | <b>24%</b> | <b>32</b>      | <b>4%</b> | <b>733</b>   |

**Nuevas contrataciones por género**

|              |            |            |            |            |           |           |            |
|--------------|------------|------------|------------|------------|-----------|-----------|------------|
| Mujeres      | 186        | 25%        | 68         | 9%         | 12        | 2%        | 266        |
| Hombres      | 338        | 46%        | 109        | 15%        | 20        | 3%        | 467        |
| <b>Total</b> | <b>524</b> | <b>71%</b> | <b>177</b> | <b>24%</b> | <b>32</b> | <b>4%</b> | <b>733</b> |

| <b>Tasa de rotación por edad</b> | <b>Costa</b> | <b>Sierra</b> | <b>Oriente</b> | <b>Total</b> |
|----------------------------------|--------------|---------------|----------------|--------------|
| Menores de 30 años               | 2,63%        | 2,98%         | 1,66%          | 2,65%        |
| Entre 30 y 50 años               | 0,41%        | 0,55%         | 0,76%          | 0,40%        |
| Mayores a 50 años                | 0,13%        | 0,17%         | 0%             | 0,01%        |

**Tasa de rotación por género**

|         |       |       |       |       |
|---------|-------|-------|-------|-------|
| Mujeres | 1,07% | 1,35% | 1,09% | 1,11% |
| Hombres | 2,55% | 2,91% | 1,86% | 2,59% |

\*En las nuevas contrataciones, se consideran los ingresos de colaboradores luego de los tres meses de prueba.



Samantha Haro, colaboradora del CDN.



**Bienvenida a Tía**

Los sistemas de contratación y retención van de la mano con los procesos de formación para las nuevas incorporaciones con el objetivo de promover el crecimiento y desarrollo del colaborador.

La Guía de Entrenamiento es un modelo de capacitación destinado a que los colaboradores que se suman a nuestro equipo puedan conectarse con su puesto de trabajo y relacionarse con las diferentes áreas de la empresa. En 2020 trabajamos para adaptar esta capacitación a la virtualidad.

# Hacemos crecer el talento

Tema material: Formación y desarrollo de la fuerza laboral 103-1, 103-2, 103-3, 404-1, 404-2

En un mundo globalizado, se requiere el desarrollo y la actualización constante de las personas. Por eso, en Tía contamos con un plan de formación continua que busca brindar nuevos conocimientos, prácticos y aplicables a las funciones, que se traduzcan en crecimiento profesional y personal para cada colaborador, en línea con nuestra visión de desarrollo sostenible.

Creemos que el proceso de formación y capacitación es transversal a la organización y que debe estar presente en todos los puntos de la cadena de valor, y de las funciones de cada uno de los colaboradores. El Departamento de Desarrollo Organizacional de Tía trabaja en un plan que se alimenta anualmente de las necesidades de capacitación de cada área en línea con la estrategia del negocio.

El Plan de Capacitación Anual contempla formación correspondiente a procesos internos, capacitación externa con entidades certificadas en temas de especialidad y programas de desarrollo específicos para colaboradores. Contratamos proveedores de capacitación a nivel nacional e internacional, para poder ofrecer la mejor propuesta de desarrollo para la organización. Trabajamos con modalidad presencial, virtual, mixta, y contamos con una plataforma propia de entorno virtual de aprendizaje.

Las actividades de capacitación se desarrollan durante el año en acuerdo con las diferentes direcciones y de manera coordinada con las actividades esenciales propias del negocio. Durante las etapas de temporadas, los planes se alinean a lo que requiere la organización y, durante la implementación de procesos de mejora continua, se trabaja en la gestión del cambio para la organización y los departamentos involucrados.

Todas las capacitaciones se enfocan en procesos de mejora continua, en las cuales se corrigen conductas y se mitigan errores, a través de la prevención y acceso a la información, y se potencia el desempeño de los colaboradores, mediante la actualización en las mejores prácticas del mercado y la industria.

## Nuestra propuesta de capacitación

### Tecnología e innovación

- Analítica de RRHH
- Cloudera, plataforma de Big Data
- Power BI: organización visual de la información para la toma de decisiones y gestión de negocios.
- Spark & CDSWB: construcción de procesos, códigos y modelos sobre la plataforma BigData.
- XWEB EVO: proyectos de diseño para lograr ahorros de energía.
- Mañana tecnológica: compartimos las herramientas desarrolladas por la compañía.
- Nifi-CD Administración de bases de datos.
- Implementación de módulos de Oracle Retail
- Cisco Certified Network Associate
- Auditoría informática y forense para colaboradores de seguridad informática
- Efficient Assortment Management
- Cómo la inteligencia artificial puede mejorar los resultados del negocio.
- Data Analytics: jornada internacional de aprendizajes y experiencias en analítica de datos
- Innovación digital en el retail tradicional

**En 2020 brindamos más de 80.000 horas de capacitación a nuestros colaboradores**



### Comerciales

- Capacitación en servicio al cliente
- Webinar Customer Experience en B2B
- Conferencia Magistral con David Gómez
- Retail Ecuador, visión integral del mercado Ecuatoriano
- Nueva normalidad en el Retail

### Liderazgo

- Manejo de emociones, neurociencias y liderazgo de equipos de alto desempeño
- Formación de formadores
- Gestión de incertidumbre: Nuevo concepto de KPI para retail
- Gestión de personas como base de una nueva normalidad
- Webinar Flexibilidad y adaptabilidad laboral
- Retail Management Online para liderar la renovación del modelo de negocio
- Global Management Forum, Liderazgo y futuro del trabajo
- Liderazgo y Empowerment para líderes del centro de distribución

### Salud y Bienestar

- Planificación familiar
- Banco de leche en casa: importancia de la lactancia materna.
- Nutrición: taller sobre alimentación saludable.
- Sobrepeso infantil: consecuencias y riesgo metabólico a futuro.
- Seguridad social
- Finanzas personales en tiempos de crisis.
- Presentaciones internas de los productos Tía y sus beneficios: CrediTía, Tarjeta Más, Tía Click y Check
- Bienestar y aplicaciones efectivas

### Formación continua

- Escuela de inglés
- Escuela de Logística para aquellas personas que manejan cárnicos y módulos de escuela para quienes manejan productos secos.
- Becas en Diplomado en comunicación corporativa estratégica.
- Maestrías: 3 colaboradores en diferentes campos de acción.
- Licenciaturas: 3 colaboradores becados.

### Formación promedio por colaborador

Tema material: Formación y desarrollo de la fuerza laboral 404-1

|                                    | 2018   | 2019   | 2020    |
|------------------------------------|--------|--------|---------|
| Cantidad de horas                  | 42.204 | 42.107 | 81.580  |
| Promedio de horas                  | 1,50   | 1,10   | 0,68    |
| Total participaciones individuales | 28.073 | 38.224 | 119.751 |

### Horas de capacitación por modalidad

|            |        |        |        |
|------------|--------|--------|--------|
| Presencial | 26.881 | 26.134 | 12.795 |
| Virtual    | 15.323 | 15.973 | 68.785 |

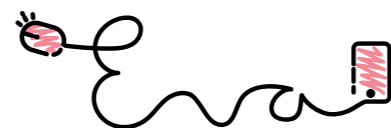
## Entorno Virtual de Aprendizaje (EVA)

Tema material: Formación y desarrollo de la fuerza laboral 404-1

Lanzada en el 2015, nuestra plataforma Entorno Virtual de Aprendizaje (EVA) está orientada a los colaboradores de las tiendas. Se trata de una herramienta de capacitación en la que las personas que forman parte de Tía pueden mantenerse al día con los procesos de la compañía, temas de interés y de actualidad como la pandemia, normas de bioseguridad y salud ocupacional.

Las capacitaciones virtuales se distribuyen en cuatro categorías: Salud Preventiva, Protocolos de Biodiversidad, Formación Virtual (procesos y buenas prácticas) y Escuelas Virtuales.

Mientras que esta propuesta nació originalmente para los colaboradores de tiendas, en el 2020 se expandió a oficinas y logística. EVA se transformó en una herramienta clave durante la crisis sanitaria del COVID-19, que nos permitió alcanzar a una mayor cantidad de colaboradores con nuestra propuesta de capacitación.



ENTORNO VIRTUAL DE APRENDIZAJE

**8.179**  
capacitaciones individuales  
(vs 6.762 en el 2019)

**17**  
cursos realizados  
(vs 7 en el 2019)

**84%**  
de participación general



|                                   | Operaciones | Logística | Oficinas | Total   |
|-----------------------------------|-------------|-----------|----------|---------|
| Cantidad de cursos                | 12          | 4         | 1        | 17      |
| Duración de los cursos (en horas) | 19          | 10        | 3        | 32      |
| Colaboradores capacitados         | 7.169       | 667       | 343      | 8.179   |
| Participaciones                   | 166.956     | 4.978     | 1.333    | 173.267 |
| Horas de capacitación             | 83.478      | 2.489     | 667      | 86.634  |
| Promedio de horas por persona     | 12          | 4         | 2        | 18      |



Colaboradores de oficina matriz durante reunión virtual



### Evaluación de desempeño

404-3

Sabemos que es importante medir para gestionar de la manera más eficiente. Por eso, normalmente realizamos evaluaciones de desempeño a los equipos de Operaciones, que ayudan a nuestros colaboradores a tener las herramientas para crecer y superarse día a día.

Por el contexto particular de la pandemia, en el 2020 debimos priorizar otras actividades alineadas a la emergencia y no se realizó un proceso de evaluación del desempeño. Es nuestro objetivo retomar esta instancia en el período 2021.

# TÍA Comunica

Tema material: Formación y desarrollo de la fuerza laboral 103-1,103-2, 103-3

La comunicación interna nos ayuda a crear y reproducir la cultura y el clima laboral que queremos para nuestra compañía. Además, nos ayuda a fortalecer el sentido de pertenencia de nuestros colaboradores, manteniendo su motivación y que se sientan a gusto trabajando todos los días. Esto se ve reflejado en el incremento de la productividad, necesaria para alcanzar nuestros objetivos organizacionales.

Su objetivo es comunicar y hacer parte al equipo de todo lo que sucede en la compañía. Por esto, motivamos a todas las esferas de la organización a ser parte de una cultura de comunicación efectiva. Creemos que la generación de contenidos debe surgir de todas las áreas y una buena comunicación es responsabilidad de todos.

El departamento de Comunicación Interna es el responsable de la gestión y del proceso de ejecución de las campañas, que se impulsan en Tía Comunica, nuestro canal oficial. De forma interna, el equipo define referentes responsables del seguimiento, creación, gestión y difusión del contenido. Las campañas se planifican anualmente por área, aunque también pueden surgir requerimientos particulares si algún sector lo solicita. Dentro de la planificación, se establecen los destinatarios, los tiempos de elaboración, un cronograma y los medios de difusión. Para lograr un producto que pueda ser difundido en medios gráficos impresos o digitales.

## Campañas destacadas



Desarrollada bajo el paraguas de ADN TÍA, esta campaña resalta la importancia de todos los puestos de trabajo en Tía. A través de una serie de entrevistas a diferentes áreas, los colaboradores compartieron su opinión sobre la importancia tanto de sus propios puestos como el de los demás.

### #JuntosPodemos

Se trató de una campaña motivacional enfocada en brindar mensajes positivos y alentadores a los compañeros que trabajaron en las ciudades más afectadas por la pandemia.



Con esta campaña visibilizamos todas las acciones que hicimos para transitar la pandemia y demostramos cómo, mediante las acciones de cada uno de los colaboradores, logramos en equipo enfrentar la situación que se vivió por el COVID-19.



La salud y seguridad de nuestros colaboradores es prioridad. Y en el contexto de pandemia, aún más. Por eso, para cuidar a cada una de las personas que trabajan en Tía, en esta campaña de comunicación interna brindamos recomendaciones como la correcta higienización de manos, la desinfección de espacios, el uso de mascarilla, mantener la distancia recomendada y la toma de temperatura.

Las campañas son impulsadas por los miembros del equipo responsable del departamento de Comunicación Interna, que cuentan con el apoyo de quienes son responsables del tema o personas claves de la compañía.

Las campañas se evalúan en forma cuantitativa, con las métricas que nos brinda la plataforma MailUp de porcentaje de apertura de correos, tasa de clics por enlaces y aperturas totales. Complementariamente, de forma cualitativa con encuestas sobre alcance e impacto, que realizamos mediante formularios de Google.

Desde el 2018 impulsamos una transformación de la cultura organizacional que se basa en una comunicación efectiva, por lo que se enfoca en medios que garanticen la accesibilidad a la información. Como primera fase, se midió el alcance de la comunicación y, a partir del 2021, arrancará la segunda fase que implicará medir el impacto de la comunicación.

**15**   
campañas internas

**8** fechas conmemorativas celebradas      **11** planes de difusión



Como parte de una estrategia de acceso a la información, en 2019 se agregó el uso de WhatsApp para la comunicación interna, que permite cascadear la información con el público interno mayoritarios que es el que pertenece a Operaciones. Tradicionalmente, las comunicaciones internas alcanzaban solo hasta los jefes de local, quienes gestionan la difusión con sus grupos internos de cada sucursal. En 2020, decidimos innovar y crear campañas por WhatsApp dirigidas a todas las personas de manera directa, lo que nos dio excelentes resultados y una devolución muy positiva por parte de los colaboradores.

**El bienestar y la opinión de nuestros colaboradores es esencial para cumplir con nuestro propósito, por eso, además de los canales oficiales para novedades de la empresa, cuentan con el correo [tia.comunica@tia.com.ec](mailto:tia.comunica@tia.com.ec) y el celular de Tía Comunica para canalizar sus inquietudes y necesidades.**



Carlos Bajaña, colaborador de Plaza Tía La Joya.





**5**

# **Clientes y cadena de valor**

# Cerca de nuestros clientes

Tema material: Experiencia del cliente 103-1

Estar cerca de nuestros clientes todos los días es la manera de llevar adelante nuestro propósito. Lo hicimos posible gracias al alcance nacional de nuestras 232 tiendas y a todas las facilidades de compra y canales digitales que les ofrecemos.

Cada decisión que tomamos se centra en el bienestar de las personas que compran en Tía. Desde que entra a una tienda o realiza un pedido a domicilio, nos preocupamos por crear la mejor experiencia de compra.

El 2020 nos trajo el desafío extra de priorizar la salud y la prevención de nuestros clientes en nuestro servicio. Apenas el Ecuador entró en la fase de cuarentena por la pandemia del COVID-19, iniciamos el protocolo de bioseguridad en todas nuestras tiendas y de los procesos para asegurar su cumplimiento.

Por un lado, nos adaptamos para que nuestros clientes puedan seguir abasteciéndose y cubriendo sus necesidades en Tía, respetando el aislamiento recomendado. Para ello, fortalecimos nuestros canales digitales, potenciamos nuestra tienda online y sumamos los servicios Tía a Domicilio y Catálogo Virtual.

Por otra parte, implementamos protocolos que nos permitieron manejar el distanciamiento social de dos metros recomendado por las autoridades de salud. Las redes sociales fueron un canal importante para ayudarnos a comunicar las medidas de prevención que se debían seguir en cada sucursal, como la desinfección de zapatos, toma de temperatura, limpieza de las manos con alcohol.

## La experiencia digital, esencial durante la cuarentena

Durante la etapa de confinamiento, nuestros canales de comercio electrónico se convirtieron en los principales aliados de los ecuatorianos para abastecerse de los productos que necesitaban sin moverse de sus hogares, respetando los protocolos y minimizando la circulación. El WhatsApp fue el medio fundamental para facilitar la incorporación de esta nueva forma de compras para muchas personas que no tenían experiencia en el uso del comercio electrónico.



En 2020 nuestro canal web se convirtió en un canal de donaciones para apoyar a la campaña Unidos Alimentamos Más Personas. Desde esta plataforma, se recaudó el dinero para donar 20.000 kits de alimentos, que fueron entregados a la Arquidiócesis de Guayaquil y a voluntarios de organizaciones sociales, a través del Banco de Alimentos Diakonía.

En marzo, al inicio de la cuarentena decidimos restringir los productos no esenciales en la página para dar prioridad a los esenciales y crear diferentes propuestas de combos de productos de primera necesidad. Inicialmente incluyeron tres variedades de comestibles, artículos de limpieza y alimento para mascotas. Poco a poco y según las necesidades de nuestros clientes, incorporamos kits de útiles escolares, golosinas y artículos de entretenimiento para el hogar. Con esta innovadora propuesta, logramos alcanzar las 300.000 visitas al mes y se incrementaron un 35% la cantidad de transacciones de nuestra tienda online, con respecto al 2019.

Nuestro canal de comercio electrónico funciona a nivel nacional y ofrece múltiples facilidades de pago. Además, a raíz de la pandemia, en octubre de 2020 incorporamos la posibilidad de comprar con Credi-Tía, el pago efectivo y las ventas por catálogo, para acompañar a los clientes en un contexto socioeconómico muy difícil para todos los ecuatorianos.

Potenciamos nuestro servicio de envío a domicilio a través de la venta telefónica por WhatsApp y, desde junio, desde nuestra propia aplicación. Además, nos aliamos a las súper aplicaciones, para impulsar la venta en la última milla.

Además, lanzamos una novedosa manera de compra que llamamos Catálogo Virtual. Esta modalidad permite a los clientes adquirir los productos publicados en la página web y acceder a otros que no tenemos en las tiendas físicas, desde cualquier sucursal de Tía con la asistencia de un colaborador, con la opción de retirar la orden en tienda o recibirlo directamente a su domicilio. Esta facilidad de compra está orientada a las personas de bajos recursos económicos que no tienen acceso a una computadora o Internet, para que puedan beneficiarse con las propuestas de la web.



# Nuestra experiencia digital en cifras

Tema material: Experiencia del cliente 103-2, 103-3

Página Web

# 278.000

visitas promedio por mes

# +57%

clientes nuevos



**18.550**  
transacciones  
+35% vs 2019

**USD 115**  
ticket promedio  
+6,5% vs 2019

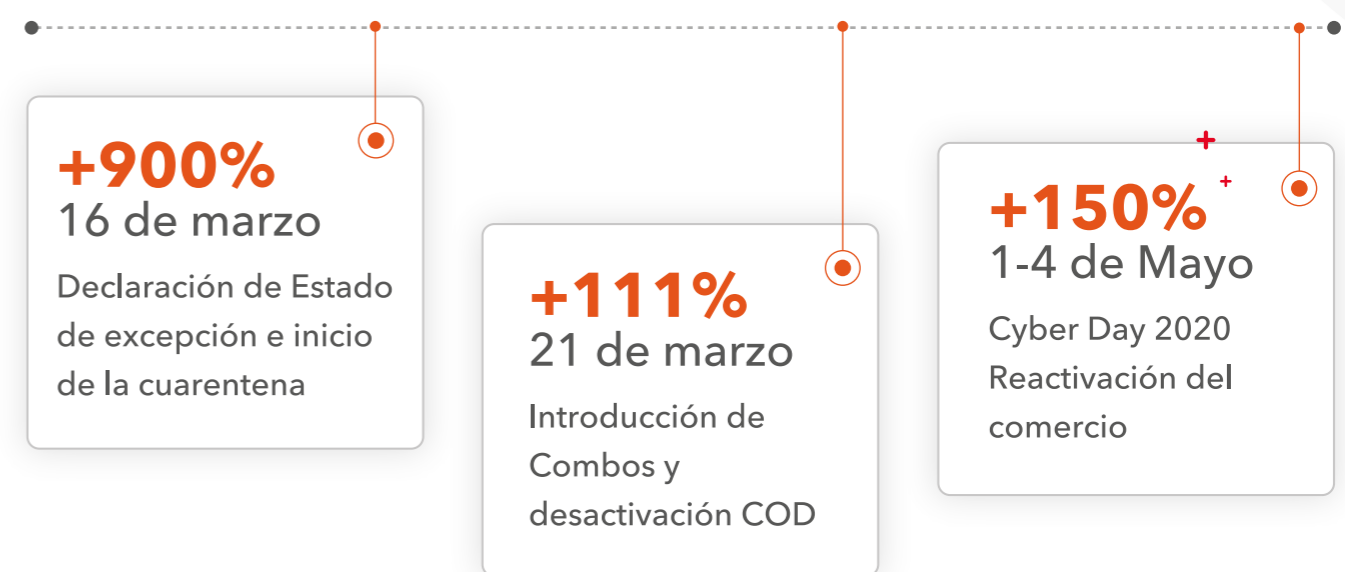
**USD 2 millones**  
de facturación  
+32% vs 2019

**+269%**  
transacciones  
por Catálogo Virtual

**USD 271**  
ticket promedio

**+355%**  
nuevos usuarios

## Cómo crecieron las transacciones



## Evolución de clientes nuevos y recurrentes

# +1.738%

máximo de clientes nuevos

**+57%**  
crecimiento de clientes nuevos promedio

**+43%**  
crecimiento de clientes recurrentes promedio



## Junto a los clientes leales

102-2

Con nuestro programa de fidelización Tarjeta Más los clientes acumulan 1 punto por cada dólar, y que luego pueden utilizar para pagar sus compras. En diciembre lanzamos una propuesta especial para ayudar a nuestros clientes: la opción de comprar puntos Más, en donde un centavo equivale a un punto. De esta forma, el vuelto de las compras se puede usar para comprar puntos Más.



**+193.000**  
clientes nuevos

del programa

**+400 millones**  
de puntos  
entregados

+4,6% vs 2019

**+200 millones** de  
puntos redimidos

+10% vs 2019

**+70.000**  
clientes Más

visitan nuestras tiendas por día

**+2,7 millones**  
de clientes  
acumularon puntos

-3% vs 2019

**+600.000**  
clientes redimieron  
puntos

= 2019

## Descuentos inclusivos

Como parte de nuestro compromiso con la comunidad ofrecemos descuentos adicionales a personas con discapacidad, bono de desarrollo humano y jubilados. En 2020 les otorgamos un 10% de descuento, lo que significó un incremento del 2% del beneficio para las personas con bono de desarrollo humano y de un 5% para los jubilados y personas con discapacidad, en relación al 2019.

En el 2020, la programación de Tía TV se renovó para acompañar a los ecuatorianos durante la etapa de confinamiento por el COVID-19. Incorporamos segmentos de cocina, ejercicios, belleza y salud, entretenimiento, repostería, humor y deportes.

**121.489**

personas alcanzadas

+20% vs 2019

+ USD

**1.000.000**

en descuentos  
para personas  
con discapacidad,  
jubilados y bono de  
desarrollo humano.

**+85%**

de descuento  
para personas con  
discapacidad

**+57%**

de descuento  
para personas  
con bono de  
desarrollo humano

**+47%**

de descuento  
para jubilados

## Créditos para hacer crecer a los ecuatorianos

102-2

CrediTía es la tarjeta de crédito de Tía para que nuestros clientes realicen consumos corrientes y diferidos en cuotas, sin afectar su economía, en nuestros canales de venta y establecimientos de todo el país. Creada en 2018 como un proyecto piloto en dos ciudades, hoy se estableció como una solución para la población no bancarizada, que impulsa su inclusión financiera, y amplía la metodología de riesgo para crear una cartera de clientes a través de las bases de clientes fidelizados Más.

Con CrediTía las personas pueden acceder a una amplia oferta de beneficios, tales como obtener doble puntos Más en sus primeros seis meses, compartir su cupo con dos tarjetas adicionales y ser parte de descuentos y promociones exclusivas, entre otros.

Innovar está en nuestro ADN. Por eso, en octubre sumamos la posibilidad de utilizar CrediTía como forma de pago en nuestra web, complementando nuestro programa de acceso al crédito con los be-

neficios de la plataforma de venta online. Como resultado, la venta con CrediTía de los últimos tres meses representó el 20% del total de ingresos del canal online.

Durante 2020, la captación de clientes llegó a 10 provincias y 178 locales. Al cierre del año terminamos con 35.400 clientes de CrediTía, lo que representa un incremento de 169% con respecto al 2019. Los ingresos por ventas a diciembre fueron de USD 12,8 millones, equivalente al 1,84% del total de ingresos de la empresa, con un ticket promedio por encima de los USD 45, más alto que el ticket promedio de las otras tarjetas de crédito y cuatro veces más alto que el ticket promedio de la empresa.

Los clientes CrediTía pueden consumir en todos nuestros locales de Tía y Más Ahorro a nivel nacional. Con esta forma de pago, los pueden cancelar sus consumos de contado (corriente) o pueden diferir hasta 18 meses (aplica restricciones en comestibles). Las compras que realizan con crédito corriente no generan intereses.

20%

de participación sobre total de ventas Tía.com.ec

(oct-dic 2020)

USD

12,8

millones de ingresos

+225% vs 2019



35.400

clientes

+169% vs 2019

### Refinanciación durante la emergencia sanitaria

Para acompañar a nuestros clientes ante el difícil contexto socioeconómico de los primeros meses de confinamiento por la pandemia, en marzo y abril, desde CrediTía se decidió refinanciar el valor actual de la deuda a tres meses, sin recargos de morosidad y cobranza. Además, se tomaron medidas para no

afectar el historial de nuestros clientes en el Buró de crédito, organización que controla el historial de las personas que hayan obtenido alguna vez un crédito en el sector financiero, durante el primer semestre del 2020 y se otorgaron múltiples descuentos y beneficios a los tarjetahabientes poseedores de la tarjeta.



Equipo CrediTía.

## Conectados con nuestros clientes

Mantenemos una relación activa y permanente con todas las personas que compran en Tía a través de diferentes canales de comunicación.

### Revista Mejora tu vida

A partir de la pandemia se convirtió en revista digital, que se comparte desde nuestras redes sociales. Abarca temas de salud, bienestar, recetas y temas de la compañía.

### Radio Tía

Radio digital que se escucha en las tiendas y por Internet. Los principales programas de su programación son Deportía, enfocado en deportes; Nutritía, conducido por la nutricionista Cristina Bajaña; y Aprendiendo con Tía a cargo de la psicóloga Pilar Adell.

### Tía TV

Canal de Youtube con contenidos comerciales y de entretenimiento.

## 60 años con los ecuatorianos

El 29 de noviembre celebramos un nuevo aniversario con nuestros clientes. Para ello, organizamos una fiesta digital que contó con la conducción de Francisco Molestina, música en vivo de Gerardo Mejía y la Gran Banda, un monólogo de Víctor Arauz y concursos para las personas que se conectaron al encuentro.



**+8.500**  
visualizaciones

**+7.000**  
cuentas se  
suscribieron  
al evento

**+800**  
conectados



Además, propusimos a nuestros clientes "Esta vez el regalo te lo damos nosotros". La campaña regaló 60 motos, 6 carros 0 km, 60 canastas de alimentos de USD 60 cada una y 60 kits de ejercicio.

También, realizamos varias actividades con nuestros clientes relacionadas con los números del aniversario. Los invitamos a participar de seis cursos online que se llamaron "60 minutos con Tía"; en los que enseñamos sobre decoración de fiesta, peinado para festividades, decoración de torta, corona navideña, maquillaje y decoración del árbol navideño, y en los que participaron más de 3000 personas inscriptas.

## Campañas destacadas

### Junto a las madres, a la distancia

Sabíamos que el Día de la madre muchas personas lo iban a pasar sin sus mamás. Por eso quisimos regalarle a la comunidad una propuesta de regalo muy especial: una serenata virtual. Entre las posibilidades que podían enviarse a las madres, hubo serenatas de los artistas Pamela Cortes, Aladino, Gerardo Morán e hija, Daniel Bentacourt, Paulina Tamayo e Hilda Murillo. En total, se enviaron más de 19.000 serenatas de regalo.

### Las 500 cenas de Navidad

En diciembre, la situación era difícil, a nivel sanitario, económico y emocional para muchas personas. Quisimos estar cerca de ellos y nos propusimos regalar 500 cenas navideñas, con sorteos semanales para que las personas pudieran ayudarse en esta fecha tan especial.



# Una cadena de valor que crea impacto positivo

Tema material: Desarrollo de la cadena de valor 103-1, 103-2, 103-3, 102-9, 102-10

Asumimos el compromiso de trabajar por una gestión eficiente y sostenible de todas las operaciones involucradas en la cadena de valor, tanto por su impacto en el desempeño del negocio en términos económicos, de calidad y de competitividad, como por su influencia positiva en los grupos de interés involucrados gracias a las oportunidades de desarrollo que generamos.

Gestionamos el impacto en toda nuestra cadena de valor guiados por los principios corporativos que nos definen. Comprometidos con nuestra visión y el desarrollo socioeconómico del Ecuador, en 2020 abrimos tres nuevas sucursales de Tía, 26 locales Más Ahorro y sumamos 153 nuevos proveedores como socios de nuestras operaciones.

## Cómo elegimos a nuestros proveedores

Tema material: Desarrollo de la cadena de valor 103-1, 103-2, 103-3, 102-9, 204-1

Sabemos que cada decisión de compra influye en la calidad y la sostenibilidad de nuestra propuesta al cliente. Por eso, el proceso de contratación de un nuevo proveedor comienza con el análisis de los productos que ofrecen teniendo en cuenta dos variables: el impacto potencial que podría llegar a tener en nuestros resultados y su capacidad de producción. Es importante que el producto del proveedor a contratar cumpla con las necesidades de nuestros clientes y que esté alineado a los objetivos de rentabilidad requeridos en la categoría.

Una vez tomada la decisión de avanzar con un proveedor se evalúa que cumpla con todos los requisitos contemplados en nuestra Política de Proveedores. La política incluye lineamientos sobre la gestión comercial y logística de proveedores, cómo se debe efectuar la comunicación y gestionar la información electrónica, el desarrollo de las órdenes de compra, los criterios de calidad y entrega paletizada de los productos, pautas para el acceso a nuestros centros de distribución, normas de seguridad, línea de eficiencia, entre otros aspectos.

**1.000**  
proveedores  
comerciales



**153**  
nuevos  
proveedores  
en 2020

**+1,4%**  
crecimiento  
en compras  
a proveedores

**96%**  
proveedores locales



Nuestra cadena de valor comprende las siguientes instancias:



# El impulso a las MiPymes

Tema material: Impulso al emprendedurismo y a las MiPymes 103-1, 103-2, 103-3

A lo largo de nuestros 60 años de operaciones incorporamos a pequeños y medianos emprendedores que, a través de nuestras perchas, ofrecen sus productos a todas las familias ecuatorianas. Esta relación de largo plazo nos permite crear impacto social positivo y oportunidades económicas para todas las personas que forman parte de nuestra cadena de valor, de manera directa e indirecta, aportando al desarrollo sostenible del Ecuador.

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) que actualmente existen en el Ecuador son una pieza clave en el crecimiento nacional de la producción de bienes y servicios, en la generación de plazas de empleo, y en la innovación y el dinamismo productivo del país.

Alentamos el desarrollo de las MiPymes por su gran aporte al desarrollo de las economías regionales de nuestro país. Nuestro plan de impulso a las MiPymes comprende, en primer lugar, el análisis de las propuestas enviadas por los proveedores. A partir de allí, realizamos pruebas en nuestras tiendas y, en caso de tener un buen desempeño comercial, asumimos el compromiso de potenciar esos artículos. Los codificamos en más locales para que tengan un mejor alcance, los exhibimos en cabeceras de góndolas y les damos la ventaja de no realizar devoluciones al proveedor. Es decir, si el producto no se vende Tía asume el costo y liquida esa mercadería.

## Alianza para el Emprendimiento e Innovación

En febrero, suscribimos al convenio Alianza para el Emprendimiento e Innovación (AEI) de la Corporación para el Emprendimiento y la Innovación del Ecuador, una organización independiente y sin fines de lucro, que fomenta el emprendimiento y la innovación a nivel nacional.

Actualmente participamos de la "Ayuda a Emprendedores" del AEI y de su iniciativa "Convocatoria de Mercado Conjunta 2020", que tiene como propósito brindar la oportunidad a emprendedores locales de formar parte de los proveedores de Tía y, a la vez, facilitar las necesidades de compra de productos que requieran codificar en nuestras perchas, preferiblemente productos de alto valor agregado y claro valor diferencial.

**+16%**  
crecimiento  
de compras  
a MiPymes



2019

**+ USD 51,52 millones**

2020

**+ USD 51,85 millones**



## Juntos Ecuador

Tema material: Impulso al emprendedurismo y a las MiPymes 103-2, 103-3

Nos sumamos a la campaña nacional para reactivar la economía del país y apoyar la contratación de mano de obra local luego de las consecuencias causadas por la pandemia del COVID-19. El viernes 15 de mayo se lanzó Juntos Ecuador en la ciudad de Ambato, junto al Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP), liderado por Iván Ontaneda.

Con Juntos Ecuador buscamos promover el consumo de productos ecuatorianos, impulsando la producción nacional y la sostenibilidad de empleo para beneficiar a los artesanos, emprendedores y sus familias en todo el país.

Iván Ontaneda Berrú Ministro de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca de Ecuador, periodo 2019-Mayo del 2021 junto a colaboradores de Tía Ambato.



## Una gestión comercial responsable

417-1, 417-2, 417-3

Para evaluar la gestión del área comercial observamos diferentes variables como las ventas, la rentabilidad, la competitividad de nuestra propuesta de precios y los niveles de stock. Al inicio de año se definen los objetivos presupuestados y todos los meses se mide su evolución. Por otro lado, contamos con un área de auditoría, que se encarga de controlar continuamente en las tiendas que se cumplan todas las buenas prácticas y normas regulatorias. Además, procuramos cumplir con los planogramas y con el correcto funcionamiento de la comunicación por cartelería, así como con las pautas de limpieza y saneamiento.

Nuestra industria está regida por un manual de buenas prácticas elaborado por la Superintendencia de Control de Poder de Mercado. Este manual se enfoca en los grandes supermercados a nivel nacional, y regula lo que corresponde a artículos de consumo masivo. A su vez, nos basamos en lo estipulado por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (Arcsa), entidad pública adscrita al Ministerio de Salud Pública (MSP) que se encarga de controlar y vigilar las condiciones higiénico-sanitarias de los productos de uso y consumo humano.

Además, nos basamos en las normas INEN, organismo reconocido por la sociedad ecuatoriana como competente en la ejecución de los procesos establecidos en el Sistema Ecuatoriano de la Calidad. Así se satisface la demanda nacional en los campos de la Normalización, Reglamentación, Metrología y Evaluación de la Conformidad, contribuyendo a una mejor competitividad, salud y seguridad del consumidor, a la conservación del medio ambiente y a la promoción de una cultura de la calidad para alcanzar el buen vivir. En 2020 no existieron casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de nuestros productos y servicios, ni con las comunicaciones de marketing.

## Una oferta saludable

Tema material: Oferta de productos sustentables 103-1, 103-2, 103-3

Promover hábitos sustentables es importante para nosotros y para nuestros clientes. Seguimos la evolución del consumidor y entendemos que debemos evolucionar con ellos. Por eso, debemos ofrecerles los productos necesarios para que se adapten a sus intereses, preocupaciones y estilos de vida.

En la actualidad nos encontramos con un consumidor mucho más preocupado por su salud, su bienestar y el ambiente. A raíz de la pandemia esta tendencia en nuestro país se fortaleció aún más, y por eso contamos en nuestros locales con una amplia serie de productos saludables para acompañar las preferencias de nuestros clientes. Además, desde nuestra radio hace más de cuatro años que compartimos el programa Nutritía, en el que la nutricionista Cristina Bajaña brinda recomendaciones para empezar a alimentarse mejor, realiza recetas saludables para que nuestros clientes las puedan cocinar en sus hogares y trata los

beneficios de cada uno de los diferentes alimentos que consumimos. Complementariamente, en nuestra programación de Tía TV, incluimos programas de ejercicio que incluyen funcional, pilates, baile y cardio, para promover el ejercicio.

**El acceso a la alimentación y una nutrición saludable para todos son fundamentales para nuestro negocio. Estamos comprometidos a brindar una oferta de productos accesibles y nutritivos para cada vez más personas y a apoyar a las comunidades durante una crisis.**



# Big data al servicio de nuestros clientes

Tema material: Innovación y tecnología 103-1, 103-2, 103-3

La evolución tecnológica ha logrado que podamos acceder a grandes cantidades de información. Los datos recopilados y, a su vez, almacenados por la tecnología pueden producir beneficios para Tía, siempre y cuando, los sepamos interpretar de forma correcta. De esta manera, el departamento de Data Science genera valor utilizando las especialidades que tiene el área (los datos se convierten en valor pues las profesionales son de diferentes áreas de conocimiento) al perfeccionar los productos, servicios, procesos y sistemas para ser más innovadores.

El departamento cuenta con tres subáreas: Big Data, que se encarga de consolidar los datos de diferentes fuentes y garantizar su calidad; Inteligencia de Negocios, que se encarga de presentar información relevante para una toma de decisiones ágil a través de dashboards y herramientas de BI; y Analítica, que se encarga de la creación de modelos predictivos y prescriptivos basados en técnicas estadísticas, de optimización y de inteligencia artificial, y de implementar soluciones con apoyo en la robótica e IoT.

Los proyectos del departamento son transversales e impactan en múltiples áreas de la empresa, como Marketing, Comercial, Operaciones y Logística. Los ayuda a entender mejor el comportamiento de los clientes en los diferentes canales existentes, a hacer más eficientes los procesos de la cadena de suministro mediante pronósticos y modelos de abastecimiento, a agilizar procesos con información relevante para la toma de decisiones y a crear ventajas competitivas a través de la innovación. Asimismo, el objetivo es anticiparse a las diferentes situaciones que pudieran ocurrir y contrarrestar los posibles riesgos o impactos negativos a la empresa.

A pesar de un contexto adverso, a lo largo del 2020 logramos llevar adelante diferentes proyectos e incluso mejoras en materia de innovación. Para evaluar estos proyectos contamos con dos fases. Primero realizamos pruebas internas del departamento y, luego, pruebas con los usuarios finales. Al obtener los resultados finales y la aprobación de los usuarios, el proyecto es entregado para su uso en la plataforma adecuada. Sea con informes, resultados comparativos, sesiones informativas, documentos técnicos o proyectos piloto.

El objetivo es demostrar que el proyecto cumple con los requisitos que el departamento o usuario solicitó al momento de realizar el requerimiento y en las reuniones realizadas en su momento. A continuación, los proyectos de innovación más destacados del año.

**El departamento de Data Science genera valor utilizando las especialidades que tiene el área al perfeccionar los productos, servicios, procesos y sistemas para ser más innovadores.**

## Almacenamiento y procesamiento de datos

Basándonos en el paradigma de computación distribuida, el área de Big Data implementó una arquitectura de almacenamiento y procesamiento de redes computacionales, formada por computadores que trabajan de forma colaborativa en la resolución de un problema. Esta arquitectura vanguardista aporta capacidades computacionales al exponencial crecimiento de datos y procesamiento en Tía. Esto es posible gracias a la integración de Impala, una base de datos no estructurada que permite almacenamiento masivo para cualquier tipo de datos; y los frameworks Apache Hadoop y Apache Spark que ejecutan aplicaciones distribuidas para manejar grandes cantidades de datos y procesamiento de tareas o trabajos concurrentes.



## Sistema de pronósticos

Se implementó el sistema de pronósticos con principal impacto en la cadena de suministro para hacer que los procesos sean más eficientes haciendo uso de varios modelos estadísticos y de machine learning.

A nivel interno se utilizó la historia de consumo como pruebas de ajustes del modelo. Se analizaron ciertos indicadores de precisión del pronóstico incluyendo o descartando algunos métodos de forecast, además de mejorar los tiempos de ejecución de esta nueva metodología.

Para los usuarios el sistema de pronósticos fue inicialmente implementado en dos sucursales de Más Ahorro que manejaban porcentajes de quiebres que oscilaban entre el 3 y el 5% de todas sus introducciones. Antes de la implementación se utilizaba un modelo de despacho que consideraba un consumo promedio suavizado como input para generar solicitudes automáticas que en muchas de las ocasiones no se ajustaba muy bien a la venta. Al momento de establecer el sistema de pronósticos se redujeron porcentajes en quiebres a valores que oscilaban entre el 0,5 al 2%. Esto permitió implementar el sistema en todos los productos introducidos en Más Ahorro además de los productos perecederos y cross docking a nivel nacional.

## Inteligencia de negocios 2.0

Una cultura organizacional basada en datos es el objetivo del área de Inteligencia de negocios 2.0. Con la implementación de Microstrategy, una herramienta de procesamiento analítico en línea (OLAP), se busca agilizar la consulta de datos de cualquier fuente y la creación de informes y reportes con una completa suite de opciones para su tratamiento y visualización.

## Lucía 2.0

El robot LUCIA 2.0 es una herramienta de inteligencia artificial que se está desarrollando para reducir problemas de precios y productos en las perchas de los locales, automatizando ciertos procesos manuales con potencial error humano. En 2020 el hardware de la herramienta logró reconocer distintos escenarios y el software logró leer tickets de precios con una precisión mayor al 90%.



## Nuestra app Almacenes Tía

Para resguardar la salud de nuestros clientes a partir de la pandemia del COVID-19, se vio la necesidad de crear un nuevo canal digital de venta. De esta forma nace la APP Tía, una aplicación para que los clientes puedan realizar sus compras desde su celular. La APP asigna al cliente una sucursal automáticamente dependiendo de la ubicación desde donde se realiza la compra. Se muestran los productos divididos en categorías y subcategorías para tener una búsqueda fácil y efectiva. El cliente tiene la opción de finalizar la compra como consumidor final o con datos, y de hacer el respectivo pago con efectivo a la hora de entrega, o con tarjeta de crédito. El seguimiento de los estados de pedidos lo puede hacer el cliente directamente desde la app en el historial de compras. La aplicación móvil está disponible en Android y iOS.

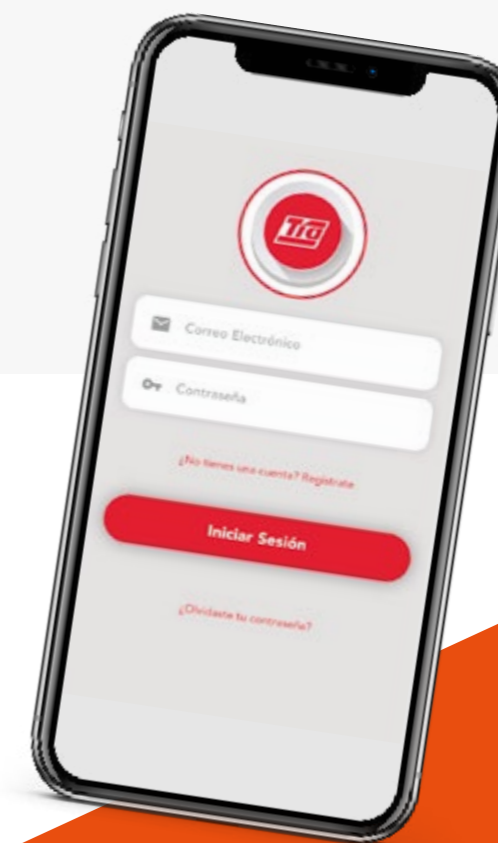
Para su desarrollo se realizaron pruebas sobre el correcto funcionamiento de la aplicación y se evaluó el diseño, su facilidad de uso y la utilidad que los usuarios ven en la interfaz. La aplicación arrancó con 90 sucursales y, al cierre del ejercicio, alcanza a 230 tiendas. Se cuenta con 20.000 usuarios registrados.



**230**  
sucursales



**20.000**  
usuarios  
registrados





# 6 Comunidad



# Nuestra contribución al desarrollo del Ecuador

Tema material: Contribución al desarrollo socioeconómico 103-1, 103-2, 103-3, 203-1, 203-2, 413-1

Sabemos que nuestro éxito depende del de las comunidades. Por eso, nuestra visión es la de hacer crecer nuestro negocio para impulsar el desarrollo social y económico sostenible del Ecuador.

El alcance geográfico de nuestros 232 locales ubicados en 106 ciudades de 22 provincias de la Costa, Sierra y Amazonía es el principal motor de nuestro impacto en el desarrollo de las economías regionales. Cada tienda Tía genera oportunidades de crecimiento para una extensa cadena de valor que incluye a nuestros colaboradores, clientes, proveedores, socios y emprendedores locales.

El impacto más directo de nuestro negocio en el desarrollo socioeconómico nacional es la creación de fuentes genuinas de trabajo. Con las aperturas de locales nuevos y las vacantes administrativas, en 2020 realizamos 207 contrataciones, que se incorporaron a nuestro plan de capacitación y desarrollo continuo en todo el país.

Tía se diferencia por ser una empresa que apuesta a instalarse en zonas de difícil acceso, en las que la inversión comercial suele ser escasa o nula. Pasamos a ser parte de la vida del barrio y somos reconocidos como un lugar seguro de compra. Cada vez que abrimos un local, estas comunidades florecen: no sólo por los nuevos puestos de empleo sino por los comercios y oportunidades que crecen alrededor de ellos, dinamizando la economía y la actividad local, en beneficio de más personas. Así, generamos bienestar a las familias de 7800 colaboradores que contratamos de manera directa y para las más de 631.000 familias que viven en las comunidades cercanas a nuestros locales, de costa a costa del país.

Cuidamos que todas nuestras operaciones se realicen en un marco de responsabilidad y ética, priorizando el beneficio mutuo y nuestra misión de facilitar el acceso a productos y servicios de calidad a cada vez más personas. De acuerdo a un estudio de perfil de cliente que desarrollamos en 2019 en nuestras tiendas, Tía es reconocido como un lugar con variedad de productos (54%); representa una ayuda para cuidar la economía (54,9%); y es visto como un supermercado moderno y amigable para hacer las compras (29.2%).

Aún ante la adversidad, seguimos invirtiendo en el crecimiento de Tía y del país. En un año muy desafiante, tanto por la emergencia sanitaria como por las consecuencias socioeconómicas derivadas de la extensión de la cuarentena, hicimos un esfuerzo extraordinario por continuar nuestro plan de inversiones y expansión, para cumplir con nuestro compromiso con el desarrollo tanto de nuestra compañía como del país. Destinamos más de USD 20 millones a obras de infraestructura, tecnología y servicios en nuestras operaciones, lo que ayudó a poner en movimiento las cadenas de valor regionales, creando nuevas oportunidades de trabajo y dinamizando las economías locales. En este sentido, adquirimos USD 475 millones en productos y servicios de 900 proveedores locales, que representan el 96% de nuestros socios estratégicos, convirtiéndonos en un apoyo clave durante la pandemia.

USD  
**20,01 millones**

invertidos en Ecuador

USD  
**5,63 millones**  
invertidos en tecnología

USD  
**10,27 millones**  
invertidos en desarrollo de locales

USD  
**4,11 millones**  
invertidos en centro de distribución

USD  
**475 millones** en compras a proveedores

## Desempeño económico

201-1, 201-4

|  |                   |
|--|-------------------|
| Valor económico directo generado           | USD 698,65        |
| Valor económico distribuido                |                   |
| Costo de Ventas                            | USD 469,63        |
| Costes Operacionales                       | USD 79,30         |
| Salarios y Beneficios de los colaboradores | USD 72,00         |
| Pagos a Proveedores de Capital             | USD 22,41         |
| Pagos al Gobierno                          | USD 9,63          |
| Depreciaciones                             | USD 16,62         |
| <b>Total</b>                               | <b>USD 669,62</b> |
| Valor económico retenido                   | USD 29,03         |



Cifras en millones de dólares

# Cerca de nuestra comunidad frente a la emergencia sanitaria

Tema material: Contribución al desarrollo socioeconómico 103-2, 103-3, 413-1

El 2020 ha sido un año muy duro para nuestras comunidades, desde lo emocional y lo económico como resultado de los meses de confinamiento.

Fieles a nuestra visión de estar cerca de las personas, adaptamos nuestros planes de inversión social y enfocamos todos los recursos y esfuerzos en el desarrollo de programas de respuesta a las necesidades más urgentes y de apoyo a las economías locales. Desde el inicio de la emergencia sanitaria, nos enfocamos en la gestión de donaciones de kits alimenticios, priorizando familias ubicadas en las zonas más afectadas por la pandemia y grupos vulnerables, como los de extrema pobreza y las comunidades indígenas, a nivel nacional.

A continuación, describimos todas las acciones y programas con los que reafirmamos nuestro compromiso de estar cerca de las familias ecuatorianas, sobre todo, cuando más nos necesitan.

## Unidos Alimentamos Más Personas

En respuesta a la emergencia del COVID-19, y en conjunto con el Banco de Alimentos Diakonía creamos el programa de asistencia humanitaria "Unidos Alimentamos Más Personas" que se enfocó en la donación de alimentos a comunidades en situación de vulnerabilidad. Gracias a la articulación y el apoyo de 494 empresas públicas y privadas, así como la solidaridad de las personas, logramos entregar 2.000.000 kg de alimentos que llegaron a un estimado de 250.000 personas.

Desde nuestra plataforma web, pusimos un espacio para donaciones en donde el entusiasmo de nuestros colaboradores se unió con el espíritu de los centenares de voluntarios y donantes de la sociedad civil. Además, en una segunda fase dimos la posibilidad de retirar alimentos de los locales de Tía con un código emitido por el Banco Diakonía.

El arduo trabajo tuvo un reconocimiento que nos llenó de orgullo. El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) nos otorgó el premio "Superhéroes del Desarrollo 2020" por la innovadora solidaridad en los momentos más duros. A través de este concurso, el BID reconoce las soluciones exitosas e innovadoras implementadas en respuesta a los desafíos causados por la pandemia del COVID-19 a los proyectos de desarrollo en América Latina y el Caribe. Junto a Tía, el BID reconoció a otras tres iniciativas internacionales, y compartirá estas historias de éxito para que puedan contribuir al desarrollo de nuevos proyectos de impacto social.

**2.000.000**  
de kg de alimentos entregados

**250.000**  
personas alcanzadas



Premiado como "Superhéroes del desarrollo" por el BID



Tía como parte de "Unidos Alimentamos Más"

"Desde el instante en que percibimos que el confinamiento establecido por el Gobierno Nacional en marzo de 2020 tendría unos efectos muy fuertes en la seguridad alimentaria, se constituyó la Iniciativa Unidos Alimentamos Más, de la cual Tía fue piedra fundamental. Haber alimentado por 12 semanas a 250.000 personas en Guayaquil, los cantones de la provincia del Guayas, el perfil costanero de Santa Elena y el sur de Manabí, así como otras provincias hermanas, habría sido imposible sin Tía. Esa tarea humana, junto a centenares de donantes y voluntarios de espíritu solidario, se consagró con la generosidad de la familia De Narváez, no solamente al poner a disposición esos recursos, sino siendo también el más importante donante en la causa. Tía lo hizo posible"

Paul E. Palacios

## Con los más vulnerables

Tía siempre está junto a la comunidad cuando más lo necesitan. En 2020 su presencia fue más importante que nunca para asistir a los hogares en situación de pobreza, agravada por los efectos de la pandemia y la crisis económica.

Nuestro foco siempre está puesto en aquellas localidades más vulnerables que requieren una atención prioritaria. En este caso, las ciudades con mayores índices de contagios de COVID-19. Así, hicimos llegar 158.857 kits de víveres articulando nuestra donación con el trabajo solidario de 138 instituciones públicas y privadas como municipios, parroquias, gobernaciones, prefecturas, Fuerzas Armadas, Policía Nacional, distritos de salud, fundaciones y comunidades indígenas. La coordinación de la entrega de kits se realizó a través de solicitudes directas de las alcaldías y, en algunos casos, con el jefe del local de Tía. Las canastas fueron preparadas con gran alegría por los colaboradores de los Centros de Distribución Nacional de Lomas de Sargentillo (Guayas) y Calacalí (Pichincha).

Además, aumentamos un 10% para las personas que reciben el Bono de Desarrollo Humano (núcleos familiares en extrema pobreza), Pensión Mejora tu vida (personas con capacidades especiales) y Pensión Adulto Mayor y Mis Mejores años (adultos mayores). El único requisito para acceder al descuento fue la presentación de la cédula, en cualquiera de nuestras tiendas.



**158.857**  
kits entregados

**2.000.000**  
kg de alimentos

**138**  
instituciones beneficiarias

**10% de descuento en compras a personas en situación de pobreza, con pensión por discapacidad y adultos mayores**



Tairy Gonzáles, colaboradora de Tía Centro.



## Asistencia a comunidades indígenas

Las comunidades indígenas, que habitan en zonas alejadas de la ciudad fueron uno de los grupos más necesitados durante la emergencia sanitaria. Entre abril, mayo y junio, donamos 8150 kits de alimentos y productos de limpieza a estas familias, como complemento de la campaña "Unidos Alimentamos Más Personas".

La donación estuvo integrada por 7150 kits de alimentos y artículos de limpieza en tres entregas a las comunidades indígenas de los páramos de la provincia de Cotopaxi. La primera donación de 2500 kits de alimentos fue recibida en abril por Lourdes Tibán, una de las líderes nacionales del movimiento indígena y miembro del Foro Permanente de las Naciones Unidas para las Cuestiones Indígenas, y entregada a familias de agricultores, en donde la mayoría de la población es de edad avanzada.

Además, entregamos 2000 kits de víveres para las familias de las comunidades indígenas ubicadas en las zonas altas, gracias a la gestión del prefecto de Azuay, Yaku Pérez. Tía también llegó a comunidades waoranis en la provincia de Orellana, con la donación de 1650 canastas de víveres de primera necesidad. Por último, donamos 1000 kits de alimentos a las familias de la comunidad Tsáchilas.

Estas donaciones no hubieran sido posible sin el compromiso y el gran esfuerzo de logístico del equipo de los Centros de Distribución de Guayas y Pichincha, que preparó los kits con mucha dedicación y los hizo llegar a los almacenes de Salcedo (Cotopaxi), Cuenca (Azuay) y Coca (Orellana) para su posterior entrega a las comunidades indígenas beneficiarias.



**7.150**  
kits de alimentos y productos de limpieza donados

**3**  
comunidades beneficiarias

**4.500**  
familias beneficiarias

## Donación de vacunas de influenza al Banco de Alimentos Diakonía

Donamos casi 400 dosis de vacunas contra la influenza para los voluntarios del Banco de Alimentos Diakonía. Las vacunas se entregaron en beneficio de quienes trabajan en la organización y que estuvieron a cargo de la gestión y logística de distribución de kits de alimentos para personas en situación de vulnerabilidad durante el confinamiento.

**389**  
vacunas de influenza donadas



## Fondo solidario "Familia Protegida"

La empatía y generosidad de 4129 colaboradores de Tía hicieron posible la creación del fondo solidario "Familia Protegida". Este fondo permitió la realización de kits de alimentos para 4000 familias ecuatorianas de los sectores más afectados por la pandemia así como de colaboradores que se encuentran en situación de vulnerabilidad.

Los aportes de los colaboradores de Tía fueron canalizados a través de diferentes fundaciones, alcaldías y congregaciones religiosas de distintas zonas del país. Además, fueron utilizados para beneficiar a colaboradores que necesitaban asistencia y para la compra de vitaminas para reforzar el sistema inmunitario de los trabajadores y sus familias (17.136 sobres de vitamina C).

**4.129**  
colaboradores

**4.000**  
familias beneficiadas

## Beneficios "La Guayaquileña"

Siguiendo el objetivo de brindar alivio a la economía de los hogares golpeada por los efectos de la pandemia, firmamos un convenio con el Municipio de Guayaquil para otorgar beneficios con la tarjeta "La Guayaquileña". Este paquete incluyó un 10% de descuento en compras de hasta USD \$150 mensuales, la triplicación de puntos por cada dólar durante los primeros seis meses de emisión, servicio a domicilio gratis y cupones con descuento del 5% para compras en la página web, entre otras.

Además, se acordó la habilitación de espacios en los locales de Tía para realizar la feria de emprendedores de los usuarios de la Dirección de la Mujer y Dirección de Inclusión Social.





# Los niños primero

Tema material: Contribución al desarrollo socioeconómico 103-2, 103-3

Los niños son el futuro de nuestro país, por eso queremos darles las herramientas para que tengan una niñez plena y saludable, e inspirarlos a ser todo lo que se propongan. Trabajamos en el fortalecimiento de la infraestructura de cuidados y apoyamos el desarrollo de actividades con un fin educativo, además de organizar actividades para homenajear y celebrar fechas especiales con quienes más nos necesitan.

## Vacacional Tía

En febrero y marzo, llevamos a cabo el Vacacional Tía en la provincia del Guayas. Unos 40 niños y niñas se sumaron a las actividades manuales, como arte reciclado, dibujo, pintura y elaboración de títeres, que se desarrollaron en el Centro de Desarrollo Comunitario ubicado en Plaza Tía Bastión.

Además, llevamos el Vacacional Tía a las zonas de Guasmo Central y Durán. En las parroquias "La Dolorosa" y "La Resurrección" recibimos a 40 niños y niñas para compartir actividades como trabajos de origami, bisutería y pintura en tela.

**3**  
provincias

**80**  
niños y niñas  
alcanzados

## Mejoras al orfanato de Bahía de Caráquez

Todas las personas, y en particular los niños merecen vivir en hogares dignos y en buen estado. Por eso, colaboramos con la mejora de la infraestructura del orfanato de la Ciudad de Bahía de Caráquez, ubicado frente a nuestro local.

Donamos una serie de reformas en la obra civil, eléctrica y jardinería. Realizamos la pintura de rejas, reparación de estructura de la pileta, arreglo de bancas de cemento y pintura, y reparación del monumento. Además, realizamos el mantenimiento de la instalación eléctrica, revisamos el panel de luces y se realizaron las conexiones de luminarias. En el exterior, colaboramos con jardinería; sembramos plantas ornamentales, tales como, plumeros rojos, chifleras amarillas, crotos, durantas, ixoras y amancay, que le dieron una nueva cara a la institución.

## Contribuimos con la Fundación Rostros Felices

Desde el 2013 contribuimos a la labor solidaria de la Fundación Rostros Felices, que facilita intervenciones quirúrgicas gratuitas a niños y niñas que nacieron con problemas congénitos, como labios leporinos, paladares hendidos y cicatrices deformantes por quemaduras y accidentes.

En 2020, gracias a nuestra contribución se realizaron 280 evaluaciones anuales y aportamos USD 10.000 que permitieron que 60 niños, niñas y adultos puedan recibir la intervención quirúrgica gratuita que necesitaban.



## Navidad con los niños del sur de Guayaquil

Las fiestas navideñas son unas fechas muy especiales para Tía y en las que queremos estar cerca de nuestras comunidades. Es por esto que, a pesar del contexto de la pandemia del COVID-19, hicimos un gran esfuerzo para realizar nuestra tradicional celebración navideña con los niños más necesitados.

En la Navidad 2020, organizamos cinco pequeñas celebraciones junto a la Fundación FunProvida, que beneficia a 150 familias de sectores vulnerables del sur de la ciudad, cuyos miembros cuentan con una discapacidad intelectual o física. Los festejos se realizaron en diciembre respetando los protocolos de prevención, en las instalaciones de la fundación, ubicadas al sur de la ciudad de Guayaquil. En los cinco eventos los niños recibieron un refrigerio navideño, que contenía leche con chocolate y pan de pascua, y volvieron a sus hogares con juguetes y fundas con caramelos de regalo.



## Premiamos a los Genios y Minigenios

Buscamos generar actividades recreativas y didácticas para hacer efectivo nuestro compromiso con la promoción de la educación de niños, niñas y jóvenes. Por eso apoyamos la 14ª edición de Genios y Minigenios, un concurso intercolegial que se realiza todos los años y es promovido por el diario El Universo.

El lunes 27 de enero formamos parte de la ceremonia de clausura y premiación que se realizó en el Teatro Centro de Arte. y repartió premios en diez categorías de diferentes disciplinas, como cocina, reciclaje, literatura, música, spelling, deportes y robótica. Tía aportó las tablets, cámaras fotográficas y teatros en casa que se entregaron a los ganadores del primer, segundo y tercer lugar de las categorías "Supergenios" y "SuperMinigenios". Además, regalamos órdenes de consumo de Tía a los docentes como reconocimiento al tiempo de preparación invertido en los alumnos.

Como cierre, invitamos a los participantes a disfrutar de una obra de marionetas que tuvo como protagonista a Recicleto, personaje de nuestra campaña "Menos fundas, Más vida". Y luego, los desafiamos a una trivia sobre lo aprendido, para promover y reforzar hábitos de reciclaje.

## Donación de equipos informáticos

Apoyamos a los estudiantes para que puedan continuar con su formación de manera virtual durante la emergencia sanitaria. Acompañamos al proyecto educativo #LaConexión del Municipio de Santa Rosa de la provincia de El Oro con la donación de 20 tablets. También, nos sumamos a la campaña "Doná tu computadora" del Instituto de Ingenieros Eléctricos Electrónicos (IIEE) de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) con la contribución de 25 ordenadores con impresoras para las familias del sector Nueva Prosperina en Guayaquil.

Ambos programas tienen como objetivo recaudar equipos tecnológicos para entregarlos a niños y jóvenes de escasos recursos.

**Ayudamos a los estudiantes a continuar su formación de manera virtual durante los momentos de confinamiento.**



# Siempre cerca, en cada local

Tema material: Contribución al desarrollo socioeconómico 103-2, 103-3

Somos un vecino más en cada localidad en la que estamos presente y por eso colaboramos para hacerlas más saludables, limpias y seguras. Compartimos otras actividades de creación de valor compartido que realizamos durante el año en distintas localidades en las que se encuentran nuestros locales.

## Junto a los más afectados por el invierno

En la temporada invernal, entregamos 460 kits con alimentos de primera necesidad y artículos de limpieza en beneficio de las familias afectadas en zonas vulnerables de las provincias del Guayas y Los Ríos. Las donaciones fueron realizadas en colaboración con el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Urdaneta

Además, apoyamos a 80 familias del recinto "El Corozal", comunidad cercana a nuestro Centro de Distribución Nacional, en el cantón Isidro Ayora, con la entrega de productos de limpieza. Asimismo, donamos 180 kits con víveres a familias que pertenecen a zonas rurales de la provincia, que fueron distribuidos por la Prefectura del Guayas.

**460**  
kits de alimentos de primera necesidad y artículos de limpieza

**180**  
kits de víveres donados

## Apoyo a instituciones de seguridad

Como parte de la relación que tienen nuestros locales con cada una de sus comunidades, en la época de Fiestas, en diciembre, apoyamos a distintas iniciativas benéficas que organizaron distintas instituciones para acompañar a las comunidades vulnerables y de escasos recursos. Colaboramos con un total de 91 instituciones, como la Policía Nacional, Cuerpo de Bomberos, Fuerzas Armadas, municipios, parroquias, patronatos, iglesias y fundaciones, de 35 ciudades de todo el país. Les entregamos tarjetas de obsequios, visores faciales, rompecabezas, loncheras térmicas, golosinas, crema de avellanas y canastas de productos.

Como parte de nuestro compromiso para la seguridad de las comunidades cercanas a nuestros locales, durante el año acompañamos a las instituciones de policía de diferentes localidades.



Colaboradores del centro de distribución junto a la Comunidad de Lomas de Sargentillo

En diciembre, acompañamos a la Unidad Policial Comunitaria 21 Trinitaria Sur con una mejora de la infraestructura en sus instalaciones. El trabajo consistió en la colocación de cerámica en el piso, cambio de tumbado, puertas y correas metálicas con los colores institucionales, colocación de cerraduras, trabajos eléctricos, entre otras mejoras.

Asimismo, donamos 10 cámaras de video vigilancia a la ciudadela Tolita 1, apoyando el plan estratégico de seguridad comunitaria impulsado por el Comité Interino Pro Mejoras y desarrollo comunitario de la zona. La instalación de las cámaras tipo PTZ funcionará como puntos de seguridad y vigilancia para monitoreo remoto 24/7 tanto para la ciudadela Tolita 1 y la zona frontal de Tolita 2, para la prevención y acción ante el delito.

Por último, durante el 2020 donamos un total de nueve carpas a la Policía Nacional del Distrito 9 de octubre de la ciudad de Guayaquil. Cinco de las carpas donadas (de 3x2 m) se ubicaron en distintos puntos estratégicos para garantizar un mayor control y vigilancia de parte de la autoridad. Mientras que las cuatro restantes fueron destinadas a puntos de vigilancia de ciertos locales en la ciudad.

## Reconocimiento al personal de aseo y limpieza

Uno de los grupos esenciales para ayudar a la prevención e higiene de nuestras ciudades es el personal de aseo y limpieza de los municipios. Como reconocimiento a la gran labor que realizan, en 2020 entregamos 5368 kits de alimentos de primera necesidad a los integrantes de los equipos de recolección de residuos, barrenderos, fumigación y mantenimiento de parques.

Los kits de alimentos fueron entregados durante los meses de abril, mayo y junio en 69 localidades de las provincias de Guayas, Santa Elena, Manabí, Los Ríos y El Oro Esmeraldas, entre otras.

**5.368** **69**  
beneficiarios localidades





# 7 Ambiente

# Cuidamos el ambiente

Temas materiales: Operaciones y logística sustentables, Uso eficiente de recursos 103-1, 103-2, 103-3.  
 Tema material: Gestión de residuos 103-1

Ser una de las compañías más grandes del Ecuador es una gran responsabilidad, por el impacto positivo que tiene en el desarrollo socioeconómico, así como por la huella que tiene en el ambiente. Y como tal, queremos ser un ejemplo de responsabilidad, que inspire el cambio necesario para alcanzar un desarrollo ambientalmente sostenible.

Estamos convencidos de que una correcta gestión ambiental debe estar contemplada en la planificación de todo proyecto, incluyendo la logística para llevarse a cabo y sin descuidar ningún aspecto dentro de la cadena de valor.

Nuestro enfoque ambiental se basa en diferentes ejes de trabajo, que involucran a todas las áreas y sectores operativos: la optimización de cargas y rutas en logística, la gestión de materiales y residuos; y el consumo eficiente de recursos.

Para ser efectiva, nuestra gestión depende del compromiso y el involucramiento de todos los colaboradores. A pesar de la pandemia, logramos mantener la formación en temas ambientales migrando la inducción al Entorno Virtual de Aprendizaje (EVA). Así, logramos capacitar a un 89% de nuestros colaboradores de los centros de distribución y un 83% de los locales. La capacitación que se da a través de EVA en temas ambientales es referente al conocimiento del Plan de Manejo Ambiental, Gestión Ambiental (CD y locales), programa del RAC (solo para CDs).

Como compañía, reconocemos nuestro rol en el uso responsable de recursos, el respeto de la biodiversidad y la reducción de nuestra huella ambiental. Pero también somos parte de nuestra comunidad y, por eso, queremos que todas las personas puedan acompañarnos en este compromiso.

Con este objetivo, en 2020 impulsamos nuevos programas de concientización y educación que los involucran, y los hacen protagonistas del cuidado del ambiente en sus comunidades.

## El Plan de manejo ambiental

Nuestro Plan de Manejo Ambiental establece el cumplimiento de las medidas para mitigar los impactos leves que se puedan generar en nuestras operaciones, nuestra responsabilidad está orientada con las normativas vigentes y reducir la huella ambiental de nuestras operaciones. Se basa en el seguimiento de indicadores que nos permiten medir el correcto desempeño ambiental y verificar el cumplimiento de nuestras obligaciones.

Dentro de los aspectos que gestiona el área de Medio Ambiente, se incluyen el cumplimiento, control y mejora de las diferentes medidas que se estipulan en el Plan de Manejo Ambiental de las sucursales y los centros de distribución, necesarias para la revisión y aprobación de las autoridades ambientales responsables.

Nuestro arduo trabajo para conseguir la regularización hasta el 2020 se vio reflejado en la obtención de los permisos ambientales en 236 locales de un total de 272 (se incluyen los locales Más Ahorro), es decir un 87% a nivel nacional. A su vez, se prevé que durante el siguiente periodo se pueda obtener el 100% para el cumplimiento de permisos.

En el período presentamos 160 informes ambientales de los locales que se encuentran en fase de operación, garantizando el cumplimiento a nivel nacional de los temas regulados por las Autoridades ambientales. De estos, al cierre del 2020 habían sido aprobados 45 informes ambientales, lo que representa un 58,82% de locales asegurados y un 22,14% de mejora en relación al año anterior.



En 2020, empezamos a utilizar la aplicación TÍA CHECK para el área ambiental, que nos permitió dar seguimiento y control a los locales. También, realizamos 194 inspecciones virtuales a sucursales en fase de operación que posteriormente se validaron en el Sistema Orpheus, para seguimiento y evaluación del porcentaje de cumplimiento de las medidas establecidas dentro del Plan de Manejo Ambiental del 2020.

La efectividad del plan es evaluada mediante un sistema de monitoreo de indicadores que nos permite ajustar desvíos a tiempo y resolver cualquier cuestión que pudiese derivar en un impacto negativo. Cada locación de Tía cuenta con su propio plan de monitoreo. En nuestro moderno Centro de Distribución Nacional, por ejemplo, monitoreamos la calidad de aire del ambiente interno, la calidad de agua residual dentro de la planta de tratamiento y la de la planta de agua potable. Mientras que en el Centro Regional de Distribución controlamos la calidad de agua residual en puntos de descarga final. Por último, en nuestras sucursales, evaluamos el ruido ambiental y la calidad del agua.

La innovación y la tecnología nos permitieron que nuestro compromiso y esfuerzo de gestión ambiental no se vieran amenazados por la pandemia.

## Uso eficiente de recursos

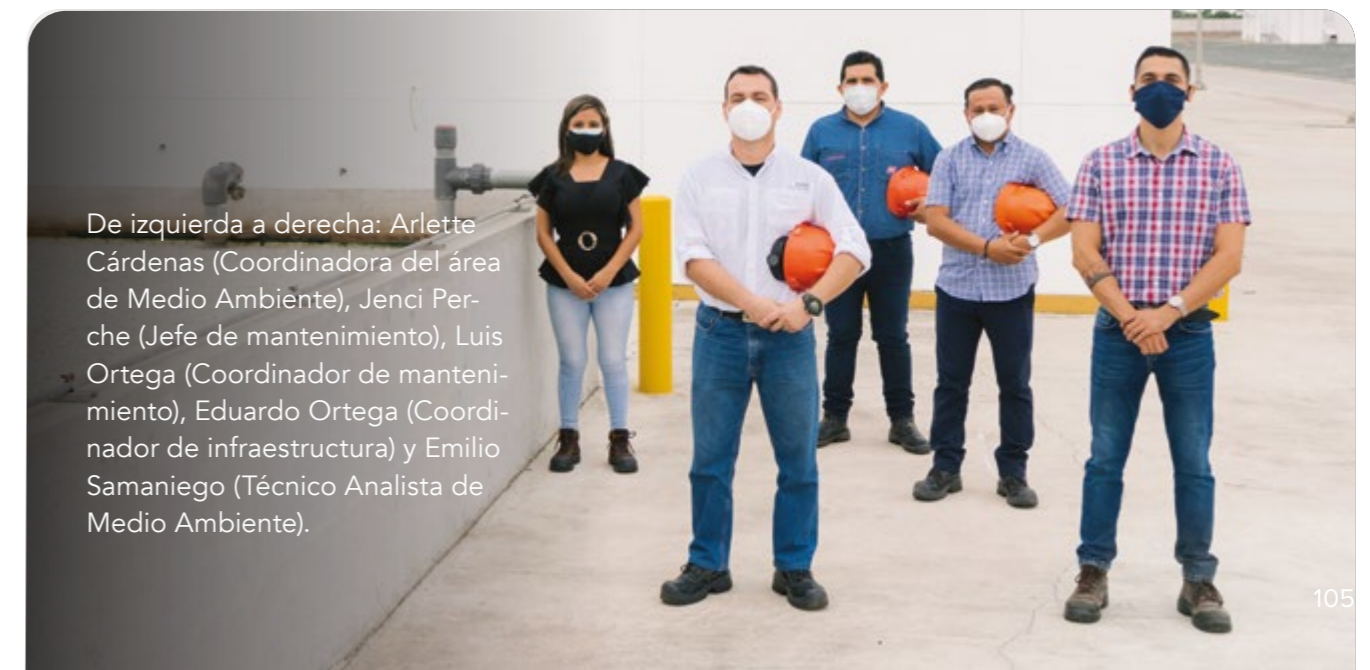
302-1, 303-5

### Consumo de energía

|                      |                |
|----------------------|----------------|
| Energía no renovable | 4165,54 Kw/H   |
| Electricidad         | 23.553,56 Kw/H |
| Total                | 27.719,1 Kw/H  |

### Consumo de agua

|                      |             |
|----------------------|-------------|
| Agua dulce producida | 37,800 Mg/l |
|----------------------|-------------|



De izquierda a derecha: Arlette Cárdenas (Coordinadora del área de Medio Ambiente), Jenci Perche (Jefe de mantenimiento), Luis Ortega (Coordinador de mantenimiento), Eduardo Ortega (Coordinador de infraestructura) y Emilio Samaniego (Técnico Analista de Medio Ambiente).

## Nuestro CDN, un punto verde

Uno de los grandes orgullos del período fue recibir la certificación ambiental Punto Verde a Construcciones Sostenibles en nuestro Centro de Distribución Nacional. Una calificación que otorga el Ministerio de Ambiente y Agua (MAAE) ecuatoriano por el diseño, construcción, infraestructura y operación sostenibles.

Gracias a una fuerte inversión en el desarrollo de una infraestructura basada en criterios ambientales para el CDN, nos transformamos en la primera compañía del Ecuador en obtener una certificación ambiental en la categoría de construcción.

## Una logística sustentable

Tema material: Operaciones y logística sustentables 103-1, 103-2, 103-3, 305-5

El transporte y la distribución de mercadería es central para el desarrollo de nuestras actividades y las de nuestra cadena de suministro. Por eso, ponemos foco en estrategias de logística para optimizar al máximo la ocupación de nuestras unidades de transporte y las rutas, y hacerla lo más sustentable posible.

Contamos con un plan de rutas de distribución, que son ajustadas periódicamente dependiendo del flujo de despacho. Esto es clave para optimizar los recursos, mejorar la utilización de la unidad de transporte y la cantidad de viajes desde el Centro de Distribución hacia los puntos de venta.

En 2020, logramos incrementar en un 4,04% la ocupación del transporte desde el Centro de Distribución hacia los locales con respecto al 2019. Desde septiembre, estuvimos abocados a realizar ajustes que permitieron optimizar la cantidad de viajes realizados por traspaso de mercadería entre los centros. De esta manera, logramos no sólo disminuir nuestro impacto ambiental gracias a la reducción anual de 88 toneladas de CO<sup>2</sup> que serían emitidas, sino que también pudimos recortar en un 16% los costos por metro cúbico del último cuatrimestre.

Asimismo, dentro de la logística, utilizamos un sistema de geolocalización en los vehículos que tienen el objetivo de hacer más eficiente el transporte de mercaderías. Actualmente el 100% de nuestra flota de transporte fija cuenta con monitoreo satelital en tiempo real el cumplimiento en las rutas definidas y esto garantiza una entrega a tiempo hacia los puntos de venta, así como la identificación de cualquier eventualidad o situación irregular ya sea por accidentes, robo, o uso inadecuado de la unidad de transporte.

Para que nuestros productos que requieren refrigeración lleguen en óptimas condiciones a nuestros 232 locales, nuestras unidades de transporte cuentan con un monitoreo de temperatura. De esta forma, podemos controlar la mantención de la cadena de frío y así mantener la mercadería bajo los debidos estándares de calidad.

Mejoramos en un **4%** la ocupación de nuestra flota, lo que representa una reducción de **88 tn anuales** de CO<sup>2</sup> por año.



## Darle valor a los materiales

Tema material: Gestión de residuos 103-1, 103-2, 103-3; 301-1, 306-1, 306-2, 306-3, 413-1

Para que los productos lleguen de nuestras perchas a los hogares de nuestros clientes en óptimas condiciones, nuestra operación requiere de un uso intensivo de materiales, como plástico, cartón y pallets, tanto en la logística de distribución como en su comercialización.

Nuestra gestión ambiental hace foco en la reducción progresiva de lo que se pueda evitar, en hacer un uso eficiente y en gestionarlos adecuadamente para que tengan una segunda vida útil.

La gestión de materiales de Tía incluye la recolección y el transporte de plástico y cartón desde los puntos de venta hacia los centros de distribución. Allí, son sometidos a un proceso de separación de acuerdo a su naturaleza y posibilidad de reciclado o reutilización.

Para eso, destinamos espacios de almacenamiento temporal en áreas específicas acordes a las normativas, para que se conserven y puedan ser entregados a un gestor ambiental autorizado. En el caso de aquellos que no disponen de un segundo ciclo de vida, son recolectados por los servicios municipales que se encargan de su disposición final.

Los pallets, por ejemplo, son un insumo vital en nuestra operación diaria en el traslado de mercadería. Como parte de nuestra gestión responsable de recursos procuramos extender su vida útil lo máximo posible, impulsamos su reutilización y, cuando ya no cumplan su función, los destinamos a reciclaje con los gestores adecuados.



| Material utilizado         | 2019       | 2020       | Evolución % |
|----------------------------|------------|------------|-------------|
| Plástico (kg)              | 224.851    | 236.702    | 5,27%       |
| Cartón (kg)                | 2.840.895  | 3.610.909  | 27,1%       |
| Pallets reparados (unidad) | 16.857     | 29.870     | 77,22%      |
| Pallets nuevos (unidad)    | 8000       | 8000       | 0%          |
| <b>Material reciclado</b>  |            |            |             |
| Plástico (kg)              | 10.925,775 | 10.312,15  | - 5,62%     |
| Cartón (kg)                | 181.931,17 | 128.712,96 | -29,25%     |

Por otra parte, conscientes del valor de los recursos de la tierra y la problemática del desperdicio de alimentos, nos esforzamos por gestionar de la manera más responsable y eficiente los desechos que se producen en nuestros centros de distribución, procurando resguardar todo lo que pueda servir para donación o como insumo en otros sectores productivos, como parte de una concepción de economía circular. Por ejemplo, los vegetales y productos cárnicos que no cumplen con los estándares de presentación para comercializarse, pero se encuentran en buen estado, son entregados al Banco de Alimentos de Guayaquil y Quito, para que puedan aprovecharse y servir a quienes más lo necesitan.

Para lograr una gestión de materiales exitosa, todas las personas de la organización juegan un rol estratégico. Por eso, desarrollamos una serie de capacitaciones sobre limpieza y reciclaje de materiales centradas en el manejo de sustancias químicas, el plan de manejo ambiental, la clasificación y

gestión de desechos, el uso y aprovechamiento del agua y buenas prácticas.

Al momento de evaluar la gestión de los residuos, sean peligrosos o no, disponemos de un sistema de control basado en bitácoras de registros en donde se evalúa constantemente que todo se esté llevando de forma correcta. Por su parte, las muestras de cárnicos empleadas en los análisis de laboratorio, como parte de nuestro sistema de control y seguridad alimentaria, pasan por una etapa de desestabilización para volverlas seguras antes de ser entregadas a un gestor ambiental autorizado.

**78%**  
menos desechos  
peligrosos generados

306-4, 306-5

| Material recuperado | Destinatario  | 2019 (kg)  | 2020 (kg)  | Evolución |
|---------------------|---|------------|------------|-----------|
| Aserrín             | Industria alimenticia                               | 10.686,78  | 3.799,50   | -64,45%   |
| Carne industrial    | Industria alimenticia                               | 93.920,94  | 96.583,34  | 2,84%     |
| Grasa de cerdo      | Industria alimenticia                               | 17.613,14  | 37.166,26  | 111,01%   |
| Grasa de pollo      | Industria alimenticia                               | 40.086,91  | 57.906,82  | 44,45%    |
| Huesos              | Proveedor Imsubor                                   | 27.875,43  | 90.425,40  | 224,39%   |
| Desperdicios        | Municipio Lomas de Sargentillo Emaseo (Quito)       | 1.413,44   | 40.931,66  | 2795,89%  |
| Vegetales           | Proyecto "ComposTía" Municipio Lomas de Sargentillo | 9999,45    | 18.429,60  | 84,31%    |
| <b>Total</b>        |   | 204.596,09 | 345.242,58 | 68,74%    |

# ComposTía, de residuo a recurso

Tema material: Gestión de residuos 103-2, 103-3; 306-2, 306-3, 306-4

El proyecto Compostía nació del registro que llevaban los colaboradores del Centro Regional de Distribución de Tía de la cantidad de alimentos que se desperdiciaban y los residuos orgánicos que se generaban. A pesar de que se entregaban a un gestor ambiental autorizado, se perdía su valor en el ecosistema. Un grupo de voluntarios propuso la idea de trabajar el Vermicompostaje, que es uno de los más limpios y sostenibles para la gestión de residuos orgánicos, a partir de los residuos orgánicos generados en la planta, con el aporte de lombrices californianas y mano de obra interna.

Después de estudiar el proceso requerido, se decidió crear el área de compostaje en el propio Centro de distribución. Se elaboraron 6 camas de compostaje con materiales reciclados, poniendo en valor recursos propios y reduciendo la inversión. En octubre del 2020 finalizó la primera etapa del proyecto, que duró ocho meses, y por la cual logramos poner en valor 2836 kg de materia orgánica, residuos directos del Centro de Distribución, y transformarlos en 204 kg de abono. Al momento, se encuentra en desarrollo la segunda etapa de la que se espera incrementar la producción de abono a 251 kg.

La materia prima de la primera fase fueron los residuos orgánicos generados en el Centro de Distribución de Fríos y comedor. Para la segunda etapa, sumamos a los tres primeros locales de Quito. Además, agregamos tierra negra, hojarasca y melaza (para mejorar el producto y neutralizar los materiales ácidos) y mayor cantidad de lombrices californianas, que se adquirieron al inicio y que se han reproducido en el proceso.

Los clientes actuales del producto Compostía son nuestros proveedores del agro, que utilizan el abono orgánico para nutrir los cultivos de los productos que luego comercializamos en nuestros supermercados. Nuestra visión es alcanzar un nivel de producción que nos permita poder ofrecer el Compostía en nuestras perchas a todos nuestros clientes, convirtiéndolo en un producto de jardinería sustentable, impulsando la cultura de cuidado del ambiente. Para ello, buscamos desarrollar, estandarizar y profesionalizar el proceso actual para tratar los residuos orgánicos de nuestras tiendas.

El objetivo es mejorar nuestra gestión de desechos para reducir progresivamente la fracción que va a vertedero y, a la vez, incrementar la producción de abono, alimentando la economía circular y mejorando la huella de Tía en el ambiente.

## Gestión de desechos sin potencial de recuperación

306-2, 306-3, 306-4

La gestión ambiental de los residuos que no son aptos para la recuperación, reutilización o reciclado, se basa en promover su reducción y en garantizar una disposición final apropiada y segura.

Todos los desechos considerados peligrosos son correctamente segregados y destinados a gestores calificados y autorizados, que son contratados para realizar el desalojo, tratamiento y disposición final adecuada para cada material. En el Centro de Distribución Nacional contamos con un área de almacenamiento temporal para esta clase de residuos debidamente estructurado bajo la norma INEN 2266. Además de los Centros de Distribución, en nuestras sucursales también se generan desechos peligrosos por lo que, en este caso, se generan de manera eficaz y segura gracias a los gestores ambientales autorizados que realizan la disposición final respetando todos los parámetros establecidos por las normas.

Gracias al trabajo de concientización acerca del correcto uso y manejo de materiales que impulsa el área de Medio Ambiente de Tía, hemos logrado disminuir progresivamente la generación de desechos peligrosos. En 2020 alcanzamos una reducción del 78,8%, considerando que se gestionaron 695,55 kg, versus los 3277,59 kg que se manejaron en 2019. En línea con las obligaciones y responsabilidades ambientales, en 2020, Medio Ambiente realizó un arduo trabajo en conjunto con las sucursales para avanzar en la correcta gestión de residuos, alcanzando a 117 locales, lo que representa un 43% del total, y casi el doble de los gestionados en el 2019.



## Menos fundas, más vida

Tema material: Packaging y embalajes

El packaging es una importante fuente de uso de materiales que se incluye en nuestra gestión. Promovemos su disminución cuando sea posible, así como el uso de materiales amigables con el ambiente y la reutilización.

Respetamos y apoyamos las normas establecidas por las ordenanzas municipales que promueven la reducción del uso de fundas y el uso de alternativas, dado el grave impacto en el ambiente de los plásticos de un solo uso.

Gracias a las campañas de concientización que impulsamos en los locales, logramos una reducción significativa con respecto a 2019. En 2020 entregamos menos de 110 millones de unidades, un 29% menos que en el período anterior, que entregamos 154 millones de fundas.

Desde 2019, todas las fundas que se entregan en Tía pasaron de estar hechas de polietileno de alta densidad a estar compuestas en un 70% de polietileno reciclado postconsumo y de 30% de material virgen. Diferenciamos a estas fundas con un pigmento azul, para enfatizar que tienen un impacto ambiental positivo, al incorporar una alta proporción de material reciclado.





# Pasos Verdes, programa de huerta y compostaje

Queremos involucrar y hacer protagonistas a las comunidades en nuestro compromiso y ambición de alcanzar el desarrollo ambientalmente sostenible del Ecuador. Por eso, impulsamos acciones para inspirar la toma de conciencia y darles herramientas para accionar hacia un futuro más verde.

## Inspirar el cambio en la comunidad

Sabemos que lo que se aprende en la infancia, no se olvida nunca, y que los niños son grandes promotores de hábitos positivos en sus hogares. Por eso, en 2020 lanzamos nuestro programa de educación ambiental Pasos Verdes. Su objetivo es enseñar a los niños y las niñas la práctica del armado de huertos y del compostaje para acercarlos a los procesos naturales del cultivo, generando conciencia sobre el problema de los desechos y fomentando una nutrición saludable.

Pasos Verdes se desarrolla mediante capacitaciones virtuales dirigidas a docentes, que luego cumplen el rol de guías transmitiendo sus conocimientos a los alumnos. La formación está enfocada en el cultivo, germinación, técnicas de reciclaje, compostaje, producción orgánica y buenas prácticas ambientales. También se realiza el seguimiento y evaluación a los estudiantes, por parte de instructores especializados en temas de siembra y compostaje.

En julio se inició el plan piloto con los docentes y 50 alumnos de la Unidad Educativa "Honorato Vásquez", ubicada en la localidad de Lomas de Sargentillo, provincia del Guayas. Como parte del programa entregamos kits de siembra que contenían: semillas, abono, macetas, una caja de siembra y tierra de germinación. Nuestro objetivo es llevar el programa a diferentes escuelas cercanas a las sucursales de Tía en todo el territorio nacional.

Pasos Verdes se desarrolla con la colaboración con proyecto Yo Siembro y de la organización Medio Ambiente Sustentable. Con este proyecto, contribuimos a alcanzar las metas establecidas en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas hacia 2030: Salud y bienestar (ODS 3), Educación de calidad (ODS 4), Producción y consumo responsable (ODS 12).



Ambiente

A través del programa "Pasos Verdes", en alianza con Tía, llegamos a Lomas de Sargentillo donde los niños participantes pudieron cultivar frutas y vegetales desde la semilla, además generaron proyectos socio ambientales muy importantes. En YoSiembro creemos que la "Educación es la energía de la Evolución" por eso llevamos a escuelas y comunidades la oportunidad de sembrar huertos educativos que sirven como herramientas para desarrollar Educación Ambiental y conciencia Social. Nuestra aventura en cada clase y cada siembra nos lleva a compartir y descubrir a docentes, alumnos y padres de familia entusiastas, comprometidos con la educación positiva y la conciencia de que juntos, con un poco de sol, agua y amor ¡podemos cultivar un mundo mejor!

Ana Moreno, Coordinadora de Sustentabilidad de Tía.

Claudia Salem, Directora de la iniciativa Yo Siembro Ahora.

## Apoyamos las mingas educativas

Como parte de nuestro compromiso con el cuidado del entorno, en noviembre apoyamos a la minga realizada por la institución educativa Honorato Vásquez en Lomas Sargentillo. Contribuimos con la donación de insumos para la limpieza como fundas de basura, mascarillas, botellas de agua, escobas, alcohol, jabones de tocador y tachos de basura. Los padres y maestros también participaron de esta actividad que ayuda a los jóvenes y a la comunidad a tomar conciencia de la necesidad de reducir los desperdicios y cuidar su disposición final.

## Lo verde empieza desde casa

En 2020 presentamos “Lo Verde Empieza Desde Casa”, un programa que busca generar conciencia ambiental y educar a la comunidad en temas de reciclaje, reducción de desechos y compostaje. El plan piloto del proyecto se realizó en colaboración con el Municipio de Lomas de Sargentillo para el cual la empresa realizó un aporte de USD 20.000 dólares para la construcción de una celda sanitaria de desechos en la ciudad. Además, realizamos uniformes para el equipo de recolección de desechos.

Una parte importante del proyecto es incentivar a los ciudadanos a incorporar hábitos positivos para el ambiente, como la clasificación de residuos en origen. Para eso, desarrollamos una campaña de comunicación, y entregamos stickers a los clientes para etiquetar las fundas y usarlas de acuerdo al tipo de desecho. De esta manera, se ayuda a que el recolector pueda identificarlos fácilmente. Por otro lado, se prevé que los desechos plásticos y de papel sean enviados a empresas certificadas para procesarlos.

Los clientes que retiraron sus stickers y actualizaron sus datos en el local de Tía de Lomas de Sargentillo recibieron una tabla de bingo de regalo, para participar en un evento virtual.

# USD 20.000

donados para la construcción de una celda sanitaria



Elvis Espinoza, Alcalde de Lomas de Sargentillo junto a Ángel Zamora, Director de Logística y Distribución.



## Donación de contenedores para desechos domiciliarios

En diciembre hicimos una donación de dos contenedores de carga posterior para desechos domiciliarios al Municipio de Babahoyo. Esta contribución tiene como objetivo mejorar la recolección de desperdicios en zonas más vulnerables del cantón y ayudar a mantener la higiene y limpieza del entorno.

**CENTRO DE DISTRIBUCIÓN**



**8**

# **Índice de contenidos GRI**



# Índice de contenidos GRI

| Estándar GRI                         | Contenido  | Respuesta   | Página               |
|--------------------------------------|--|---|----------------------|
| <b>CONTENIDOS GENERALES</b>          |  |   |                      |
| <b>GRI 102: Contenidos Generales</b> | <b>Perfil de la organización</b>   |   |                      |
|                                      | 102-1 Nombre de la organización  |   | 10                   |
|                                      | 102-2 Actividades, marcas, productos y servicios   |   | 20-21, 24-25, 70, 72 |
|                                      | 102-3 Ubicación de la sede   |   | 10                   |
|                                      | 102-4 Ubicación de las operaciones   |   | 10, 19               |
|                                      | 102-5 Propiedad y forma jurídica   |   | 10                   |
|                                      | 102-6 Mercados servidos  |   | 19                   |
|                                      | 102-7 Tamaño de la organización  |   | 16, 18-19, 42-43     |
|                                      | 102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores                                       |   | 42-43                |
|                                      | 102-9 Cadena de suministro   |   | 76-77                |
|                                      | 102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro                   |   | 10; 76-77            |
|                                      | 102-11 Principio o enfoque de precaución   | La compañía no ha establecido un principio de precaución.   |                      |
|                                      | 102-12 Iniciativas externas  |   | 30-33                |
|                                      | 102-13 Afiliación a asociaciones   |   | 33                   |
|                                      | <b>Estrategia</b>  |   |                      |
|                                      | 102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones                 |   | 6-7                  |
|                                      | <b>Ética e integridad</b>  |   |                      |
|                                      | 102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta                                  |   | 26-27, 38-39         |
|                                      | <b>Gobernanza</b>  |   |                      |
|                                      | 102-18 Estructura de gobernanza  |   | 34-36                |
|                                      | 102-19 Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales         |   | 36                   |
|                                      | 102-22 Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités                               |   | 36                   |
|                                      | 102-32 Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad |   | 36                   |
|                                      | 102-33 Comunicación de preocupaciones críticas   |   | 36                   |
|                                      | <b>Participación de los grupos de interés</b>  |   |                      |
|                                      | 102-40 Lista de grupos de interés  |   | 11                   |
|                                      | 102-41 Acuerdos de negociación colectiva   | Todos los colaboradores son contratados en conformidad a lo estipulado en la ley del Código de Trabajo Ecuatoriano. |                      |
|                                      | 102-42 Identificación y selección de grupos de interés                                       |   | 11                   |
|                                      | 102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés                                |   | 11                   |
|                                      | 102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados  |   | 12-13                |

| Estándar GRI   | Contenido   | Respuesta   | Página |
|--|---|---|--------|
| <b>CONTENIDOS GENERALES</b>  |   |   |        |
| <b>GRI 102: Contenidos Generales</b>                                   | <b>Prácticas para la elaboración de informes</b>  |   |        |
|  | 102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados  | Tía S.A no cuenta con compañías a cargo.  |        |
|  | 102-46 Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema                                     |   | 12-13  |
|  | 102-47 Lista de temas materiales  |   | 12-13  |
|  | 102-48 Reexpresión de la información  | No hubo reexpresión de la información en el reporte.  |        |
|  | 102-49 Cambios en la elaboración de informes  |   | 10     |
|  | 102-50 Periodo objeto del informe   |   | 10     |
|  | 102-51 Fecha del último informe   | 18 de noviembre de 2019   |        |
|  | 102-52 Ciclo de elaboración de informes   |   | 10     |
|  | 102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe  |   | 10     |
|  | 102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI                               |   | 10     |
|  | 102-55 Índice de Contenidos del GRI   |   | 116    |
|  | 102-56 Verificación externa   | No se ha realizado verificación externa.  |        |
|  | <b>Tema material: Formación y desarrollo de la fuerza laboral</b>   |   |        |
| <b>GRI 103: Enfoque de Gestión</b>                                     | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura  |   | 58     |
|  | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes  |   | 58-61  |
|  | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión   |   | 58-61  |
| <b>GRI 404: Formación y enseñanza (2016)</b>                           | 404-1 Media de horas de formación al año por empleado   |   | 59-60  |
|  | 404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición                  |   | 57-60  |
|  | 404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional          | Ningún empleado ha recibido una evaluación de desempeño o desarrollo profesional durante el transcurso del periodo. | 61     |
| <b>Tema material: Bienestar y calidad de vida de los colaboradores</b> |   |   |        |
| <b>GRI 103: Enfoque de Gestión</b>                                     | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura  |   | 44     |
|  | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes  |   | 44-47  |
|  | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión   |   | 44-47  |
| <b>GRI 401: Empleo (2016)</b>  | 401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales |   | 47     |
|  | 401-3 Permiso parental  |   | 47     |

| Estándar GRI   | Contenido   | Respuesta   | Página |
|--|---|---|--------|
| <b>CONTENIDOS GENERALES</b>                              |   |   |        |
| <b>Tema material: Atracción y retención de talentos</b>  |   |   |        |
| <b>GRI 103: Enfoque de Gestión</b>                       | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura  |   | 54     |
|  | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes  |   | 54-58  |
|  | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión   |   | 54-57  |
| <b>GRI 401: Empleo (2016)</b>                            | 401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal   |   | 56     |
| <b>Tema material: Innovación y tecnología</b>            |   |   |        |
| <b>GRI 103: Enfoque de Gestión</b>                       | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura  |   | 82     |
|  | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes  |   | 82-85  |
|  | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión   |   | 82-85  |
| <b>Tema material: Oferta de productos sustentables</b>   |   |   |        |
| <b>GRI 103: Enfoque de Gestión</b>                       | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura  |   | 81     |
|  | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes  |   | 81     |
|  | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión   |   | 81     |
| <b>GRI 416: Salud y seguridad de los clientes (2016)</b> | 416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios                       | Se procura que todos los artículos que vendemos cumplan con las regulaciones requeridas por la ley de Registro Sanitario del ente regulador ARCSA y con el manual de buenas prácticas de la superintendencia. |        |
|  | 416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios | No se han registrado casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud de los clientes.  |        |
| <b>Tema material: Ética e integridad</b>                 |   |   |        |
| <b>GRI 103: Enfoque de Gestión</b>                       | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura  |   | 37     |
|  | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes  |   | 37-39  |
|  | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión   |   | 37-39  |
| <b>GRI 205: Anticorrupción (2016)</b>                    | 205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción   | Durante el período no se ha realizado un proceso de evaluación formal de riesgos relacionados con corrupción.   |        |
|  | 205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción  |   | 39     |

| Estándar GRI   | Contenido   | Respuesta  | Página  |
|--|---|--|---|
| <b>CONTENIDOS GENERALES</b>                            |   |  |   |
| <b>GRI 205: Anticorrupción (2016)</b>                  | 205-3 Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas   | Durante el periodo no se registraron casos de corrupción. Tampoco casos que involucren a colaboradores por este tema o cancelaciones de contrato abruptas con nuestros socios de negocio. Asimismo, no han existido casos jurídicos públicos relacionados con la corrupción interpuestos contra la organización o sus colaboradores. |   |
|  | <b>GRI 206: Competencia desleal (2016)</b>  | 206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas y contra la libre competencia  | Durante el período no hemos tenido acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas y contra la libre competencia. |
| <b>Tema material: Salud y seguridad</b>                |   |  |   |
| <b>GRI 103: Enfoque de Gestión</b>                     | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura  |  | 48-49   |
|  | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes  |  | 48-53   |
|  | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión   |  | 48-53   |
| <b>GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo (2018)</b> | 403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo                                       |  | 50-51   |
|  | 403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes                   |  | 50-53   |
|  | 403-3 Servicios de salud en el trabajo  |  | 46, 51, 53  |
|  | 403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo |  | 52  |
|  | 403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo                                   |  | 50-53   |
|  | 403-6 Fomento de la salud de los trabajadores   |  | 48  |
|  | 403-8 Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo                         |  | 48-51   |
|  | 403-9 Lesiones por accidente laboral  |  | 51-52   |
|  | <b>Tema material: Uso eficiente de recursos</b>   |  |   |
| <b>GRI 103: Enfoque de Gestión</b>                     | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura  |  | 104-105   |
|  | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes  |  | 104-105   |
|  | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión   |  | 104-105   |
| <b>GRI 302: Energía (2016)</b>                         | 302-1 Consumo energético dentro de la organización  |  | 105   |
| <b>GRI 303: Agua y efluentes (2018)</b>                | 303-2 Gestión de impactos vinculados a los vertidos de agua   | Dada la actividad del negocio, no generamos vertidos de agua.  |   |
|  | 303-3 Extracción de agua  | Dada la actividad del negocio, no generamos extracción de agua destinada a producción.   |   |
|  | 303-4 Vertido de agua   | Dado que no tenemos un proceso de producción, no generamos vertidos de agua.   |   |

| Estándar GRI  | Contenido   | Respuesta   | Página         |
|---|---|---|----------------|
| <b>CONTENIDOS GENERALES</b>                                     |   |   |                |
| <b>GRI 303 Aguas y efluentes (2018)</b>                         | 303-5 Consumo de agua   |   | 105            |
| <b>Tema material: Experiencia del cliente</b>                   |   |   |                |
| <b>GRI 103: Enfoque de Gestión</b>                              | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura  |   | 66             |
|   | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes  |   | 66-75          |
|   | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión   |   | 66-75          |
| <b>GRI 417: Marketing y etiquetado (2016)</b>                   | 417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios                             |   | 80             |
|   | 417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios        |   | 80             |
|   | 417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing                                    |   | 80             |
| <b>Tema material: Contribución al desarrollo socioeconómico</b> |   |   |                |
| <b>GRI 103: Enfoque de Gestión</b>                              | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura  |   | 88             |
|   | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes  |   | 88-101         |
|   | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión   |   | 88-101         |
| <b>GRI 201: Desempeño Económico (2016)</b>                      | 201-1 Valor económico directo generado y distribuido  |   | 89             |
|   | 201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático                | Para el período de esta memoria no se ha estudiado este aspecto.  |                |
|   | 201-3 Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación                              | En cuanto a los planes de jubilación el pago del plan de pensiones depende del flujo. Mensualmente se realizan provisiones para el pago de pensiones, sin descontar salario al empleado. No contamos con plan de retiro especial. |                |
|   | 201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno   | En el período 2020, la compañía obtuvo un beneficio fiscal que se obtuvo a través de un contrato de inversiones. Se trata de una reducción del 5,63% en el porcentaje del Impuesto a la Renta, equivalente a USD 2.851.439,73.    | 89             |
| <b>GRI 203: Impactos económicos indirectos (2016)</b>           | 203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados  |   | 88-89          |
|   | 203-2 Impactos económicos indirectos significativos   |   | 88             |
| <b>GRI 413: Comunidades locales (2016)</b>                      | 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo |   | 88-101,112-115 |
|   | 413-2 Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales     | En 2020 no se registraron operaciones con impacto negativo significativo en las comunidades en donde opera la compañía.   |                |

| Estándar GRI   | Contenido  | Respuesta   | Página  |
|--|--|---|---------|
| <b>CONTENIDOS GENERALES</b>                                      |  |   |         |
| <b>Tema material: Operaciones y logística sustentables</b>       |  |   |         |
| <b>GRI 103: Enfoque de Gestión</b>                               | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura   |   | 104-107 |
|  | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes   |   | 104-107 |
|  | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión  |   | 104-107 |
| <b>GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores (2016)</b>       | 308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales | No se evaluaron a los proveedores en base a criterios ambientales durante el período.   |         |
|  | 308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas                                  | No se evaluaron los impactos ambientales en la cadena de suministro durante el período. |         |
| <b>GRI 414: Evaluación social de los proveedores (2016)</b>      | 414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales                 | No se evaluaron a los proveedores en base a criterios sociales durante el período.      |         |
|  | 414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro   | No se evaluaron los impactos sociales en la cadena de suministro durante el período.    |         |
| <b>Tema amerial: Medición y reducción de la huella ambiental</b> |  |   |         |
| <b>GRI 103: Enfoque de Gestión</b>                               | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura   |   | 104-107 |
|  | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes   |   | 104-107 |
|  | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión  |   | 104-107 |
| <b>GRI 305: Emisiones (2016)</b>                                 | 305-5 Reducción de las emisiones de GEI  |   | 107     |
| <b>Tema material: Impulso al emprendedurismo y a las MiPymes</b> |  |   |         |
| <b>GRI 103: Enfoque de Gestión</b>                               | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura   |   | 78      |
|  | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes   |   | 78-79   |
|  | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión  |   | 78-79   |
| <b>Tema material: Desarrollo de la cadena de valor</b>           |  |   |         |
| <b>GRI 103: Enfoque de Gestión</b>                               | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura   |   | 76-77   |
|  | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes   |   | 76-77   |
|  | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión  |   | 76-77   |
| <b>GRI 204: Prácticas de adquisición (2016)</b>                  | 204-1 Proporción de gasto en proveedores locales   |   | 77      |

| Estándar GRI                                   | Contenido  | Respuesta  | Página       |
|--|--|--|--------------|
| <b>CONTENIDOS GENERALES</b>                    |  |  |              |
| <b>Tema material:</b><br>Gestión de residuos   |  |  |              |
| <b>GRI 103:</b><br><b>Enfoque de Gestión</b>   | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura                                   |  | 104, 108     |
|  | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes   |  | 108-111      |
|  | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión  |  | 108-111      |
| <b>GRI 306:</b><br><b>Residuos (2018)</b>      | 306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos |  | 108-109      |
|  | 306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos               |  | 108-111      |
|  | 306-3 Residuos generados   |  | 108-111      |
|  | 306-4 Residuos no destinados a eliminación   |  | 109-111      |
|  | 306-5 Residuos destinados a eliminación  |  | 109          |
| <b>Tema material:</b><br>Packaging y embalajes |  |  |              |
| <b>GRI 103:</b><br><b>Enfoque de Gestión</b>   | 103-1 Explicación del tema material y su cobertura                                   |  | 104, 108     |
|  | 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes   |  | 108-109, 111 |
|  | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión  |  | 108-109, 111 |
| <b>GRI 301:</b><br><b>Materiales (2016)</b>    | 301-1 Materiales por peso o volumen  |  | 108-109      |
|  | 301-2 Insumos reciclados utilizados  | No se utilizan insumos reciclados en nuestros procesos.  |              |
|  | 301-3 Productos reutilizados y materiales de envasado                                | No se reutilizan productos del proceso de producción y empaquetado. No se realizó ningún proyecto con el objetivo de reducir los materiales utilizados en dicho proceso. |              |

## Agradecimientos

Esta Memoria no hubiese sido posible sin la colaboración y el trabajo del Comité de Sostenibilidad y de nuestros colaboradores: Arlette Cárdenas, César Cedeño, Ivanna Chiriguaya, Isabel Correa, Jorge Cruz, Yuly Delgado, María José Falconi, Víctor Franco, Kliffer Henk, Javier Hurtado, Elizabeth Martínez, Ana Moreno, Cristina Navas, Nicolás Pazmino, María Isabel Posligua, Telmo Salazar, Diana Suárez, Daniela Segura, Melisa Segura, Verónica Solorzano, Samantha Urriola y Francisco Vázquez que participaron voluntariamente en la recopilación de la información.

Asesoramiento técnico, contenidos y diseño:



donecomunicacion.com.ar

