

# EL EFECTO TÍA

// MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD 2021 //



# AGRADECIMIENTOS

Esta Memoria no hubiese sido posible sin la colaboración y el esfuerzo de los referentes de las diversas áreas: Arlette Cárdenas, Ivanna Chiriguaya, Isabel Correa, Jaime Guzmán, Kliffer Henk, Javier Hurtado, Elizabeth Martínez, David Morán, Cristina Navas, Juan Palomino, Nicolás Pazmino, Rodolfo Sánchez, Paula Sotomayor, Diana Suárez, Samantha Urriola, Francisco Vázquez y Jorge Zamora que participaron voluntariamente en la recopilación de la información.

**ASESORAMIENTO TÉCNICO,  
CONTENIDOS Y DISEÑO**

**done!**



[donecomunicacion.com.ar](http://donecomunicacion.com.ar)

## ÍNDICE

1 / CARTAS DE APERTURA / P.06

2 / ACERCA DE ESTA MEMORIA / P.06

3 / SOBRE LA ORGANIZACIÓN / P.06

4 / NUESTRO EQUIPO / P.06

5 / CLIENTES Y CADENA DE VALOR / P.06

6 / COMUNIDAD / P.06

7 / PLANETA / P.06

8 / ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI / P.06



## CARTA DEL DIRECTOR PRINCIPAL

# UN AÑO DE RECUPERACIÓN ECONÓMICA, INNOVACIÓN Y DESARROLLO SOSTENIBLE

**Tengo el orgullo de presentarles la octava Memoria de Sostenibilidad de Tía, en la que compartimos los resultados económicos, sociales y ambientales, y todo lo que hicimos para alcanzarlos, en el período 2021.**

El año en el que se inscribe la presente memoria estuvo marcado por un contexto de recuperación económica en el Ecuador. El año anterior, la economía nacional se contrajo un 7,8% por el impacto de la pandemia, lo que provocó una caída del 10,2% en la demanda doméstica. Sin embargo, la trayectoria cambió en 2021, gracias a una mejor gestión de la pandemia impulsada principalmente por el avance en el proceso de vacunación de la población contra el COVID-19. El PIB se expandió al 4% anual, según cifras disponibles para los tres primeros trimestre de 2021, impulsado por un crecimiento del 8,6% en el consumo de los hogares. La dinamización de la economía permitió recuperar 460.000 empleos y reducir

la tasa de pobreza al 27,7%. Además, la recuperación del consumo de los hogares impulsó al sector comercial, que creció al 11% anual en los tres primeros trimestres de 2021, permitiendo retornar a niveles de actividad similares a los registrados antes de la pandemia.

Este contexto nos permitió desplegar el propósito que, en 2021, definimos para la organización: ofrecer productos y servicios convenientes con la mejor experiencia de compra, a través de la innovación y mejora continua, impulsando el desarrollo integral de nuestros colaboradores y comunidades. Y para lograrlo delineamos ocho objetivos de planificación estratégica que guiarán nuestro trabajo hacia los siguiente años: innovar en mejoras de procesos y desarrollos tecnológicos para alcanzar la omnicanalidad; generar un incremento de ventas en canales digitales; optimizar la participación de las ventas de crédito directo; generar un incremento en ventas en tiendas físicas; desarrollar el talento humano de la compañía; generar propuestas personalizadas para los clientes; mejorar la percepción del cliente respecto a la calidad de los productos y servicios; y reforzar a la empresa en desarrollo sostenible, equidad e igualdad.

Vinculado al último de los objetivos de planificación estratégica, pero impactando en todos de manera transversal, en 2021 comenzamos la implementación del plan de sustentabilidad que llamamos El Efecto Tía. Esta plataforma estratégica fue desarrollada con la consulta a más de 600 representantes de los grupos de interés de nuestra organización. Es una estrategia y un plan de acción alineado a la Agenda 2030 de Naciones Unidas, que organiza la gestión de sustentabilidad desde las diferentes áreas de impacto de Tía. El Efecto Tía se implementa en cuatro ejes de acción: Propuesta de valor, Equipo, Comunidad y Planeta, y sobre cuyos resultados damos cuenta en esta Memoria.

Los avances en nuestro plan de negocio y de sustentabilidad nos indican que vamos por buen camino. En 2021, ampliamos la propuesta de valor para nuestros clientes con la apertura de 10 nuevas tiendas a lo largo y ancho del Ecuador. Así, creamos oportunidades de empleo para 240 personas que se sumaron a nuestro equipo, con el que creció en un 3,2% nuestra nómina.

La innovación nos permitió crecer: con la creación del área de Omnicanalidad logramos mejorar la experiencia de compra en todos los canales de venta y superamos el récord de ventas de canastas navideñas, con más de 500.000 unidades.



**Nada de estos resultados hubiera sido posible sin el incansable compromiso y profesionalismo de las personas que conforman la gran familia Tía.**

En este sentido, cabe destacar la gestión que realizaron los equipos de Tía como parte de la campaña de vacunación del COVID-19. El esfuerzo de nuestro equipo de líderes en materia de articulación con el Estado así como de las personas de niveles operativos fue esencial para obtener vacunas para el personal, y sus familias.

Y como sabemos que nuestro Efecto Tía depende de las comunidades, en 2021 fuimos por más y nos comprometimos a promover la campaña de vacunación nacional de toda la

población contra el COVID-19. Fuimos pioneros e innovadores en esta materia al proponer incentivos para la vacunación, como la entrega de más de 80.000 kits de alimentos y el sorteo de 3 carros 0 km en el país a quienes demostraron haber recibido la inmunización. Además lanzamos nuestro Compromiso Desperdicio Cero, con el que recuperamos 24 toneladas de productos y los donamos a organizaciones de la sociedad civil. Así contribuimos a evitar la generación de residuos, protegiendo al planeta e impulsando el desarrollo social.

Esto es sólo un avance de todos los logros que alcanzamos y las oportunidades que supimos aprovechar en 2021. Les extiendo la invitación a leer esta Memoria para conocer en profundidad todo el impacto positivo que creamos para el país, las personas y el ambiente en 2021, y que llamamos El Efecto Tía.

Muchas gracias,

**LUIS REYES**



# MENSAJE DE LOS ACCIONISTAS

Tengo el agrado de compartir con ustedes la gestión de resultados del ejercicio 2021, reafirmando nuestro compromiso de superación continua y de ser protagonistas de la transformación del Ecuador. Durante el 2021, en Grupo de Narvárez nos planteamos nuevos desafíos para asegurar nuestro propósito de “Mejorar la calidad de vida de nuestros clientes y sus comunidades, creando experiencias relevantes con marcas honestas”.

Por ello nos mantenemos en constante evolución, pero siempre con nuestra visión firme de llegar a todos los rincones del país y entregar la mejor oferta y experiencia de compra, dinamizando la economía y el comercio local, liderando acciones para que nuestros procesos tengan el menor impacto ambiental, trabajando con la comunidad y generando nuevas oportunidades de empleo. Esto es lo que llamamos El efecto Tía.

En cada espacio de trabajo, vivimos a diario los valores que heredamos de los fundadores de la empresa, y gracias a eso, los clientes reconocen nuestra cercanía y calidez, haciendo que todo sea sencillo y agradable. Estamos orgullosos de vivir una cultura de equipos diversos, interdisciplinarios y colaborativos, en la que cada integrante de la organización encuentra su área de desarrollo. Hoy, nuestro mayor desafío es el de seguir transformándonos, de ensayar e innovar. Por eso, nuestras tecnologías evolucionan, para ofrecer una experiencia de compra omnicanal, basada en inteligencia de datos que nos permita llegar al cliente donde quiera y cuando lo necesite. Con nuevos procesos y sistemas podremos alcanzar a más familias, cubrir nuevas necesidades y ser esa Tía cercana por la que nos eligen.

**Creemos que la empresa privada tiene una responsabilidad y debe tener un rol relevante en la sociedad, desde la generación de empleo hasta una fuerte contribución en el desarrollo sostenible del país para las futuras generaciones.**

En esta Memoria de Sostenibilidad, los invito a vivir y sumarse al Efecto Tía. Nuestra convicción es que juntos, trabajando como equipo, podemos soñar y construir el Ecuador productivo y sustentable que anhelan todas las familias del país.

Muchas gracias,

**FRANCISCO DE NARVÁEZ**  
PRESIDENTE DE GRUPO DE NARVÁEZ





# ACERCA DE ESTA MEMORIA

# PARÁMETROS DEL REPORTE



**Esta es nuestra octava Memoria de sustentabilidad. Una nueva muestra de nuestro compromiso con la transparencia hacia quienes integran los grupos de interés.**

En este informe compartimos información relevante acerca de la gestión de los principales impactos económicos, ambientales y sociales de Almacenes Tía. En línea con las mejores prácticas internacionales, se ha elaborado de conformidad con la opción esencial de los Estándares GRI (Global Reporting Initiative).

La presente Memoria corresponde al período comprendido entre el 1º de enero y el 31 de diciembre de 2021, 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 2020. Cualquier limitación en su alcance es indicado a lo largo del informe.

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

## PUNTO DE CONTACTO

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

“

**Desde mi trabajo diario fortalezo mi actitud de servicio, orientando y gestionando situaciones de compañeros que nos necesitan, mejorando su calidad de vida y contribuyendo a su bienestar en su entorno de trabajo”.**

**RAQUEL ARROYO**



# NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

En Almacenes Tía, definimos a los grupos de interés como aquellas entidades o conjuntos de personas que son razonablemente afectadas por las actividades, productos y servicios de nuestra organización, o cuyas acciones podrían afectar nuestra capacidad de desarrollar la estrategia y/o alcanzar los objetivos con éxito.

La siguiente tabla presenta a los grupos de interés estratégicos 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, la presente Memoria, 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, página corporativa, canales habilitados permanentemente: (whatsapp, redes sociales, página web), encuestas de productos y servicios, elaboradas a necesidad de la compañía.
<b>COMUNIDAD</b> (Fundaciones, agrupaciones, asociaciones, organizaciones de la sociedad civil)	Encuesta de materialidad, correo electrónico y postal. Contacto frecuente con fundaciones y ONG.
<b>ACCIONISTAS</b>	Encuesta de materialidad, reuniones periódicas, correos electrónicos.
<b>PERSONAL</b>	Encuesta de materialidad, encuentros, canales de comunicación interna.
<b>AUTORIDAD DE GOBIERNO NACIONAL O LOCAL</b>	Encuesta de materialidad, reuniones periódicas, correos electrónicos, contacto telefónico.
<b>MEDIOS DE COMUNICACIÓN</b>	Encuesta de materialidad, encuentros con periodistas, entrevistas, boletines de prensa, encuestas, actualización de información, correos electrónicos.
<b>PROVEEDORES</b>	Encuesta de materialidad, reuniones de negociación, mails, contacto telefónico.

MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD 2021



# PROCESO DE DEFINICIÓN DE CONTENIDOS

En línea con las recomendaciones de los Estándares de la Global Reporting Initiative, para definir los contenidos relevantes a incluir en nuestra memoria desarrollamos un ejercicio de materialidad, en el que abrimos la participación a representantes de nuestros grupos de interés.

Los temas materiales se definen como 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

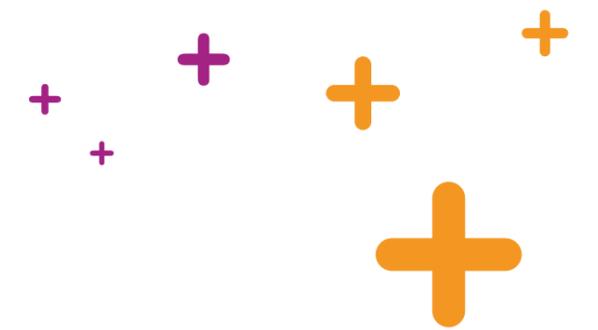
Llevamos adelante una encuesta con el Comité de sustentabilidad a quienes se les solicitó la priorización de los temas identificados de acuerdo al nivel de impacto que representan para el negocio. Priorizamos 12 temas materiales.

## VALIDACIÓN

Enviamos una encuesta online a los representantes de nuestros grupos de interés requiriendo su valoración acerca de los temas que consideran claves de nuestro negocio y una jerarquización de acuerdo al nivel de impacto que tiene para cada uno de ellos. 1193 integrantes de los grupos de interés validaron los temas materiales

## MATRIZ

La siguiente matriz 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.





2



# SOBRE LA ORGANIZACIÓN

# SOMOS TÍA



**En 1960 Federico Deutsch y Karel Steüer abrieron las puertas del primer almacén Tía en Ecuador. Los emprendedores europeos llegaron a América Latina en la segunda posguerra con la visión de traer este sistema de ventas minorista que ganaba popularidad en el viejo continente. Con la primera tienda, ubicada en pleno centro de Guayaquil, en las calles Chimborazo y Luque, sentaron las bases en su misión de ofrecer una propuesta de productos de calidad y accesibles, para cada vez más personas.**

Cada día, un equipo de más de 8000 personas, pone su corazón para recibir a las familias ecuatorianas en nuestros 242 locales, distribuidos en 109 ciudades de la Costa, Sierra y Amazonía. Y así, ponemos en acción las cadenas de valor regionales, creando oportunidades de crecimiento y desarrollo socioeconómico, para las comunidades a lo largo y ancho del país. Esto es lo que hoy llamamos El Efecto Tía.

El 2021 fue un año de mucho impacto en todo el país: expandimos nuestro alcance nacional con la inauguración de 10 locales, ubicados en la región Costa, la Sierra y el Oriente, desde los que creamos más de 240 plazas de trabajo y llevamos nuestra propuesta de valor a muchas más personas.

Desde nuestros orígenes, estamos cerca de los ecuatorianos. Porque sabemos que hacer crecer nuestro negocio es impulsar el desarrollo sostenible del Ecuador.

## TÍA EN CIFRAS

**242** LOCALES EN 22 PROVINCIAS  
109 CIUDADES

**8105** COLABORADORES

**1160** PROVEEDORES

**68.575.781** TICKETS

## CANALES DE VENTA

### TÍA

Locales de 500 m<sup>2</sup> hasta 1200m<sup>2</sup>, 800m<sup>2</sup> en promedio, con surtido de 7000 artículos en promedio.

### TÍA EXPRESS

Locales de 300 m<sup>2</sup> en promedio, con surtido de 3000 artículos en promedio.

### PLAZA TÍA

Plaza comercial con locales de diversos productos y servicios, donde el local ancla es un local Tía.

## MÁS AHORRO

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

## MERCARIO

Unidad de negocio enfocada en impulsar el comercio mayorista y minorista promoviendo el desarrollo y la rentabilidad de nuestros aliados con los mejores precios y productos.



**TÍA ONLINE**

Plataforma virtual de compra online con entrega a domicilio. Presenta un surtido diferente a las tiendas, incluyendo electrodomésticos y tecnología.

**CATÁLOGO VIRTUAL**

Catálogo de productos con stock diferenciado, que se abona en tiendas y con entrega en el domicilio.

**TÍA A DOMICILIO**

Sistema de pedido por WhatsApp o llamada telefónica, con envío a domicilio.

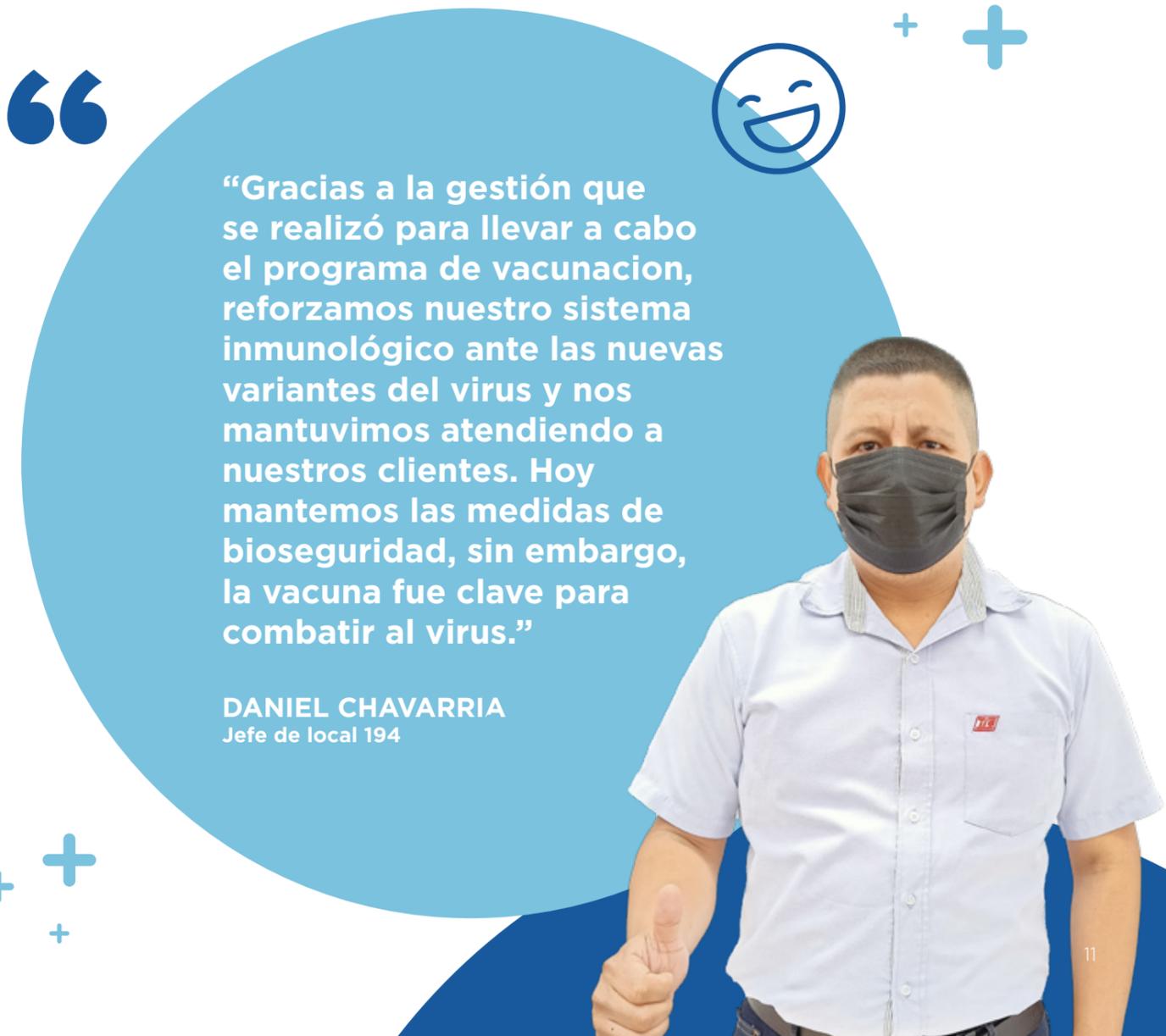
**TÍA A DOMICILIO APP**

Aplicación de venta online que identifica el local más cercano y hace entrega a domicilio.

**MARCAS PROPIAS**

Contamos con una propuesta de 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. Desde el año 2000, apostamos a este desarrollo que producimos en conjunto con productores locales e internacionales.

MARCAS	PRODUCTOS		
	2020	2021	%
HOME CLUB	776	782	0,77
HAPPY TOYS	799	621	-22,28
BEST XMAS	427	319	-25,29
TA'RIKO	232	265	14,22
PLAY SCHOOL	234	225	-3,85
JUST BABY	190	200	5,26
HOMETECH	213	187	-12,21
COCKI	0	150	0
TOP ONE JUNIOR	140	150	7,14
MAYIK	110	141	28,18
TOP ONE KIDS	125	129	3,20
ELEMENTS BY TRIAL	55	125	127,27
TRIAL	168	86	-48,81
SIMPLY BASIC	106	84	-20,75
EXTREME OUTDOOR	77	70	-9,09
EXTREME SPORTS	17	23	35,39
FREE BEACH	37	34	-8,11
TOP ONE	22	30	36,36
MEMORIS PRECIOUS	15	13	-13,33
SELECCIÓN BY TÍA	0	6	0
TIA	3	5	66,67
JUST GIRL	0	5	0
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>3746</b>	<b>3650</b>	<b>-2,56</b>



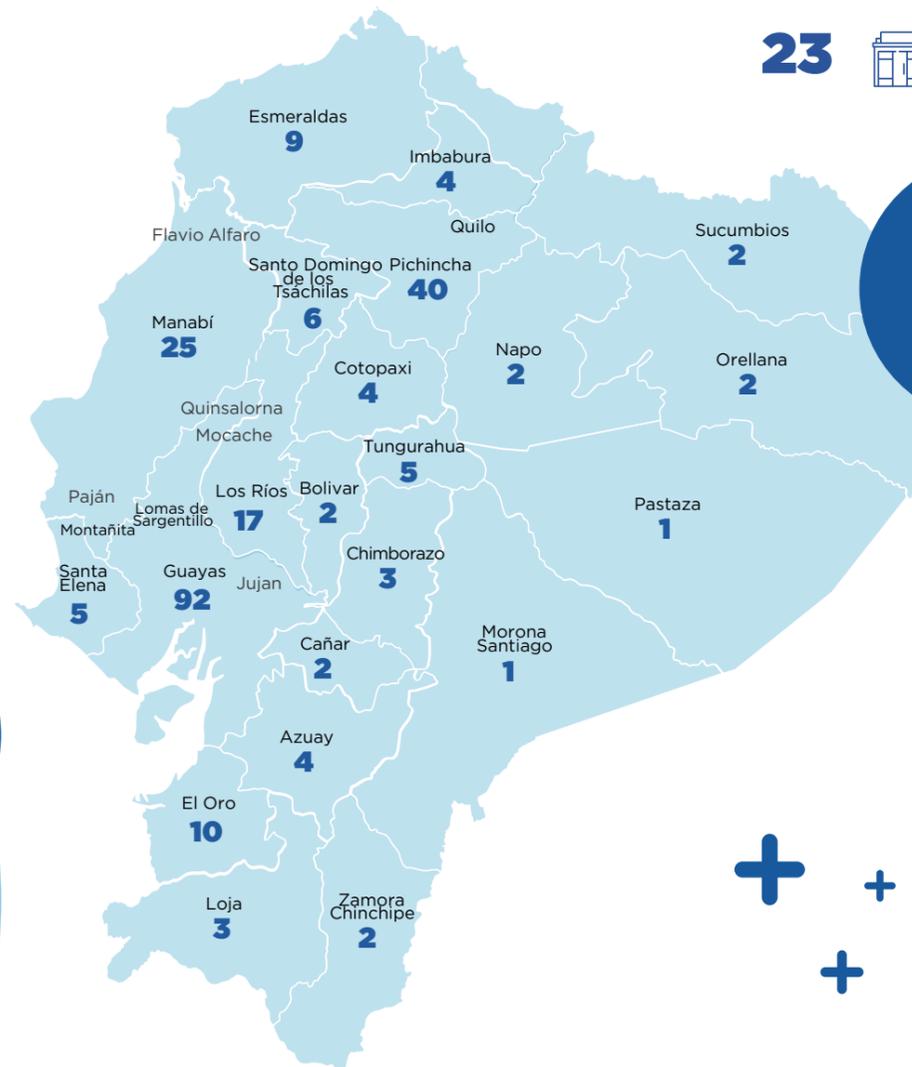
“Gracias a la gestión que se realizó para llevar a cabo el programa de vacunación, reforzamos nuestro sistema inmunológico ante las nuevas variantes del virus y nos mantuvimos atendiendo a nuestros clientes. Hoy mantenemos las medidas de bioseguridad, sin embargo, la vacuna fue clave para combatir al virus.”

**DANIEL CHAVARRIA**  
Jefe de local 194



## CÓMO LLEGAMOS A TODO EL PAÍS

CANTIDAD DE LOCALES	
REGIÓN	CANTIDAD DE LOCALES
Costa	164
Oriente	11
Sierra	67
<b>TOTAL</b>	<b>242</b>



## UN AÑO DE EXPANSIÓN

### NUEVAS TIENDAS INAUGURADAS Y PLAZAS DE EMPLEO GENERADAS

- 21** PLAZAS DE EMPLEO  
Sucursal Panorama, Durán
- 32** PLAZAS DE EMPLEO  
Sucursal Vía a la Costa, Guayas
- 27** PLAZAS DE EMPLEO  
Sucursal Mi lote, Guayas
- 26** PLAZAS DE EMPLEO  
Sucursal Portoviejo, Manabí
- 23** PLAZAS DE EMPLEO  
Sucursal Guayllabamba, Pichincha
- 19** PLAZAS DE EMPLEO  
Sucursal Caluma, Bolívar
- 23** PLAZAS DE EMPLEO  
Sucursal Orquídeas, Guayas
- 22** PLAZAS DE EMPLEO  
Sucursal Flor de Bastión, Guayas
- 29** PLAZAS DE EMPLEO  
Sucursal Joya de los Sachas, Orellana
- 19** PLAZAS DE EMPLEO  
Sucursal Ciudad Santiago, Guayas

**242**  
TOTAL

**10**  
tiendas inauguradas en 2021



En 2021 reabrimos nuestro local insignia en Portoviejo, inaugurado en 1987, que se encontraba cerrado desde el terremoto en 2016.

# EL EFECTO TÍA

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 sustentabilidad, 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.

Su desarrollo inició en julio de 2020 con el asesoramiento de un consultor internacional especialista en sustentabilidad. Junto a ellos realizamos un análisis interno y externo, y un estudio comparativo de mejores prácticas en el sector en todo el mundo. Esto nos permitió identificar los temas estratégicos para la gestión sustentable de Tía. Es decir, cuáles son los temas que reflejan nuestros impactos económicos, ambientales y sociales, y que influyen en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés.

Para contemplar las opiniones de nuestros grupos de interés, sometimos estos temas a su priorización y validación. Llevamos adelante una encuesta de priorización interna y una encuesta online con integrantes de nuestros grupos de interés. De estos relevamientos obtuvimos un escenario sobre los temas que hoy son claves para el desarrollo de nuestro negocio y sobre los que hay una expectativa de rendición de cuentas.

Nuestra plataforma de sustentabilidad organiza todas las acciones de las diferentes áreas de Tía que trabajan para hacer realidad nuestro propósito. Se implementa en cuatro ejes de acción: Comunidad, Propuesta de Valor, Equipo y Planeta.

Incluye planes y acciones de Responsabilidad Social, Comercial, Finanzas, Recursos Humanos, Marketing, Compras, Ambiente, Mantenimiento, Seguridad industrial y Logística, y todas las acciones que implementamos con socios estratégicos como Gobierno, ONGs y organismos internacionales.

## PILARES ESTRATÉGICOS



### PROPUESTA DE VALOR

- Innovación, tecnología y omnicanalidad
- Experiencia del cliente
- Oferta de productos saludables y sustentables

### COMUNIDAD

- Desarrollo de la cadena de valor e impulso a la producción local
- Desarrollo de las comunidades
- Desperdicio de alimentos

### EQUIPO

- Calidad de vida de los colaboradores
- Diversidad e inclusión
- Atracción y gestión de talento

### PLANETA

- Uso eficiente de recursos
- Operaciones de logística sustentables
- Gestión de residuos

**El Efecto Tía es la plataforma de sustentabilidad con la que impulsamos nuestro objetivo de acercar una oferta de productos y servicios, saludables y accesibles, de manera responsable con el ambiente, generando oportunidades de empleo y desarrollo para cada vez más personas.**



### PILARES ESTRATÉGICOS

#### PROPUESTA DE VALOR

Creamos una experiencia de cliente cálida y eficaz con una oferta de productos abastecidos por proveedores responsables.

#### EQUIPO

Generamos oportunidades de empleo y crecimiento dignas y respetuosas.

#### COMUNIDAD

Impulsamos el desarrollo económico y social del Ecuador.

#### PLANETA

Inspiramos el cambio necesario para un desarrollo ambientalmente sostenible.

# EL EFECTO TÍA EN ACCIÓN



**USD 644,5 millones**  
VENTAS NETAS

**USD 521,7 millones**  
ACTIVO

**USD 83,9 millones**  
PATRIMONIO

**USD 437,7 millones**  
PASIVO

#### PROPUESTA DE VALOR

#### EQUIPO

#### COMUNIDAD

#### PLANETA



**232**  
LOCALES  
**106**  
CIUDADES  
**1000**  
PROVEEDORES



**7854**  
COLABORADORES  
**+80 mil**  
HORAS CAPACITACIÓN  
**2º**  
MEJOR EMPLEADOR



**20 mil**  
VACUNAS APLICADAS  
**24 TN**  
ALIMENTOS ENTREGADOS  
**USD 2 millones**  
MEJOR EMPLEADOR



**-15%**  
CO2 LOGÍSTICA  
**84%**  
ALIMENTOS ENTREGADOS  
**USD 2 millones**  
INVERSIÓN AMBIENTAL



## NUESTRO APORTE A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Como actor clave en el Ecuador, adherimos y buscamos contribuir activamente a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) planteados por la Organización de Naciones Unidas (ONU) hacia 2030. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible buscan erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todas las personas.



### OBJETIVO 2 : PONER FIN AL HAMBRE Y OBRAR LA SEGURIDAD ALIMENTARIA Y LA MEJORA DE LA NUTRICIÓN.

Velamos por el cumplimiento de estándares de comercialización de alimentos de calidad, que cubren las necesidades nutricionales de nuestros clientes en las 109 ciudades donde operamos. Para facilitar su acceso, brindamos precios muy asequibles que permiten su alcance a un grupo de consumidores mayoritario.



### OBJETIVO 3: GARANTIZAR UNA VIDA SANA Y PROMOVER EL BIENESTAR PARA TODOS EN TODAS LAS EDADES

En Tía estamos conscientes de que una vida sana es esencial para el desarrollo sostenible. Por ese motivo, desarrollamos campañas que promuevan la salud y seguridad de nuestros colaboradores con una visión integral que contempla su bienestar físico y emocional.



### OBJETIVO 4: GARANTIZAR UNA EDUCACIÓN INCLUSIVA, EQUITATIVA, DE CALIDAD Y PROMOVER OPORTUNIDADES DE APRENDIZAJE DURANTE TODA LA VIDA PARA TODOS.

Somos conscientes de la importancia de la educación. Por ello, aportamos significativamente a la formación de nuestros equipos en el desarrollo de habilidades técnicas para el desarrollo de su función, así como habilidades blandas que potencien su liderazgo en su lugar de trabajo.



### OBJETIVO 8: PROMOVER EL CRECIMIENTO ECONÓMICO INCLUSIVO Y SOSTENIBLE CON EMPLEO PLENO Y PRODUCTIVO, CON TRABAJO DIGNO PARA TODOS.

A través de nuestras 242 tiendas generamos miles de plazas de empleo genuinas en el país. Además, el desarrollo de nuestro negocio crea oportunidades económicas para miles de proveedores y aliados de nuestra cadena de valor.



### OBJETIVO 12: GARANTIZAR MODALIDADES DE CONSUMO Y PRODUCCIÓN SOSTENIBLES.

Desde nuestros orígenes, creamos oportunidades para que los pequeños y medianos emprendedores puedan comercializar sus productos a las familias ecuatorianas en nuestras perchas.



### OBJETIVO 13: ADOPTAR MEDIDAS URGENTES PARA COMBATIR EL CAMBIO CLIMÁTICO Y SUS EFECTOS

Queremos ser un ejemplo de responsabilidad que inspire el cambio necesario para alcanzar un desarrollo ambientalmente sostenible. Por la naturaleza de nuestros negocios, trabajamos con mayor énfasis en el uso eficiente de recursos, la eficiencia energética, así como la prevención y gestión responsable de residuos.



### OBJETIVO 17: ALIANZAS PARA LOGRAR OBJETIVOS.

Ninguna de nuestras iniciativas se desarrolla de manera aislada. Todos los programas se basan en el trabajo articulado y en sinergia con el 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.



# UN AÑO DE RECUPERACIÓN ECONÓMICA

La gestión de sostenibilidad que presentamos en este reporte estuvo marcada por un cambio en la trayectoria de la economía ecuatoriana, que se había contraído en un 7,8% anual en 2020 debido al impacto de la pandemia, lo que provocó una caída del 10,2% en la demanda doméstica, de acuerdo a información del Banco Central del Ecuador. Gracias a los controles y la campaña de vacunación de la población, se vió un sólido crecimiento del consumo de los hogares (8,6% de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censo) que dinamizó la economía, permitiendo la recuperación de los empleos y la reducción de la tasa de pobreza.

La recuperación del consumo de los hogares impulsó al sector comercial, que creció al 11% anual en los tres primeros trimestres de 2021, permitiéndole retornar a niveles de actividad similares a los registrados antes de la pandemia. A esto también contribuyó una mayor colocación de créditos de consumo por parte de la banca, cuya cartera creció al 10,6% anual a finales del año pasado, de acuerdo a la Superintendencia de Bancos. A diferencia de lo observado en países vecinos de la región, los precios al consumidor se mantuvieron estables en el Ecuador, con un índice de precios al consumidor (IPC) del 1,9% anual, provocando un ajuste modesto en el salario real.

El mayor ingreso de divisas impulsó el consumo local. Las exportaciones ecuatorianas crecieron 31,3% anual (a noviembre de 2021), gracias a un explosivo incremento del 77,5% en las exportaciones petroleras y un 15,6% en las exportaciones no petroleras, de acuerdo al Banco central. Por su parte, las remesas alcanzaron un valor histórico de \$3.153 millones en los tres primeros trimestres de 2021, consolidando un incremento anual del 34,1%.

(Fuente: Prófitas)

**68.575.781**  
transacciones

**+10,67%**  
vs 2020

**-10,32%**  
vs 2020

**USD 9.33**  
ticket promedio

**USD \$12.959.647**  
Ventas por canales digitales

**USD \$509.948**  
Ventas Mercarío

DESEMPEÑO ECONÓMICO	2020	2021
Valor económico directo generado	USD 698.652.023,46	704.705.819,74
Costo de Ventas	USD 469.639.368,19	467.795.411,40
Costes Operacionales	USD 79.301.513,17	74.426.673,05
Salarios y Beneficios de los colaboradores	USD 72.007.089,31	81.393.850,08
Pagos a Proveedores de Capital	USD 22.415.485,34	25.537.347,82
Pagos al Gobierno	USD 9.632.066,34	9.099.450,90
Depreciaciones	USD 16.626.136,54	17.193.939,97
<b>TOTAL</b>	<b>USD 669.621.658,89</b>	<b>675.446.673,22</b>
Valor económico retenido	USD 29.030.364,57	29.259.146,42

## RECONOCIDOS POR NUESTRO COMPROMISO

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.

### RANKINGS

MEDIO	RANKING	POSICIÓN
Revista Ekos	Marcas preferidas por los ecuatorianos Supermercados	3
Informe Empresarial - El Universo	Reputación Empresarial Top 25	14
Informe Empresarial - El Universo	Top 100 empresas con mejor reputación	14
Ekos	Ranking empresarial - Ventas	8
Ekos	Ranking Sectorial Comercio al por mayor y menor	2
Informe Empresarial - El Universo	Merco Digital Top 10	3
Revista Ekos	Power Brands	3
Revista Vistazo	Ranking de poder digital de las marcas	5
Revista Vistazo	500 mayores empresas del Ecuador	11
América Economía	Marcas más influyentes	19
Ekos	Ranking Empresarial Top 1000	8
Revista Vistazo	100 Multinationales más grandes del Ecuador	3
Ekos	Power Digital Brands - Supermercados	1



Fuimos reconocidos por parte del Ministerio de Salud como una de las empresas que fomentaron la vacunación en Ecuador



### ESPACIOS EN LOS QUE PARTICIPAMOS

- Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible del Ecuador (CEMDES)
- Cámara de Industrias de Guayaquil
- Cámara de Comercio de Guayaquil: somos miembros de las Cámaras de Comercio de 32 ciudades en 15 provincias.
- 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

Todas las decisiones estratégicas de Tía buscan dar un paso hacia adelante en la concreción de la 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 en la toma de decisiones 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 Rengifo. La estructura de gobierno se complementa con la Dirección 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 con la autorización del Director Principal. En la actualidad, no contamos con un proceso formal de delegación de autoridad para temas económicos, ambientales y sociales. Sin embargo, se han establecido responsabilidades a nivel ejecutivo, como fue descrito 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 participó 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 sustentabilidad y RSE.

## DIVERSIDAD EN EL GOBIERNO CORPORATIVO

EL PORCENTAJE DE PERSONAS EN LOS ÓRGANOS DE GOBIERNO DE LA ORGANIZACIÓN PARA CADA UNA DE LAS SIGUIENTES CATEGORÍAS DE DIVERSIDAD	2021
Hombres	5
Mujeres	2
<b>POR GRUPO DE EDAD</b>	
Menores de 30 años	0
Entre 30 y 50 años	2
Mayores de 50 años	5
<b>POR OTROS INDICADORES DE DIVERSIDAD</b>	
Costa	7
Sierra	0
Oriente	0



# ACTUAR DE ACUERDO A NUESTROS VALORES

En 2021, Tía fue parte de un proceso de transformación y consolidación del grupo corporativo, en el que se renovaron y alinearon los valores a un propósito común. Ponemos mucho esfuerzo en promover que todas las personas que forman parte de nuestro equipo, como colaboradores o representantes deben actuar de acuerdo a estos valores corporativos, aplicando principios éticos, apegándose a las políticas y reglamentos institucionales. Para eso, nuestra principal estrategia es actuar con el ejemplo.

Fuimos, somos y seremos retailers. Mejoramos la calidad de vida de nuestros clientes y sus comunidades creando experiencias relevantes con marcas honestas.

## UNA CULTURA DE ÉTICA E INTEGRIDAD

Tenemos la convicción de que una cultura de ética e integridad ayuda a generar ambientes de trabajo saludables, en los que las personas trabajan motivadas por hacerlo de manera fiel a su propósito personal. 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 confían en nosotros, nos eligen y con eso mejora nuestro resultado económico.

Nuestra área de comunicación interna es responsable de difundir una cultura en torno a los valores de nuestra organización. Para eso, promovemos comunicaciones activas sobre nuestras políticas y procedimientos anticorrupción dirigidas a nuestros grupos de interés, que alcanzan a nuestros directivos y colaboradores.

Contamos con asesoramiento legal para garantizar y evaluar que nuestros servicios y nuestro trabajo diario se dé dentro de un marco de ética y buena conducta, y disminuir el riesgo de ocurrencia de conductas no éticas o ilegales que podrían atentar contra nuestra organización.

## 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.

## VALORES CORPORATIVOS

PRIMERO EL CLIENTE

CALIDEZ Y SENCILLEZ

DESARROLLO PERSONAL Y PROFESIONAL

EQUIPOS COLABORATIVOS

INNOVACIÓN

INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD

SUSTENTABILIDAD

RENTABILIDAD PARA CRECER

INTEGRIDAD



En el Código, además, invocamos a la necesidad y voluntad de evitar situaciones que puedan representar un conflicto de intereses. 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 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 desplegarán sus 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.

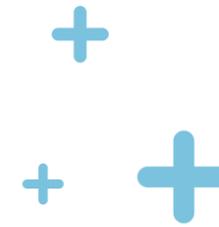
Todos los principios de acción deberán realizarse desde un sentido ético y de justicia, implican tanto a las personas que formen parte de esa actividad, como a todos los procesos de gestión, áreas de trabajo y/o departamentos de las organizaciones. Esto permite que el impacto se genere en los diferentes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

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



“El líder tiene la función de transmitir una visión global e integrada, generando confianza hacia su equipo para llegar a los objetivos planteados, ser empático y animar a mantener el interés del grupo a pesar de los obstáculos o crisis que se pueden encontrar a lo largo del camino.”

**CARLOS SIGUENCIA**  
Supervisor zonal



## CANAL DE DENUNCIAS

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

[quejas@tia.com.ec](mailto:quejas@tia.com.ec)





3

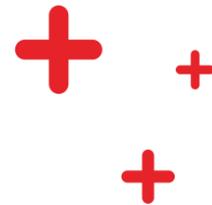


**PROPUESTA  
DE VALOR**

# LA MEJOR EXPERIENCIA PARA NUESTROS CLIENTES



**Trabajamos todos los días para brindar la mejor experiencia de compra en cada una de nuestras 242 tiendas y los canales digitales.**



En 2021 continuamos reforzando nuestro compromiso con brindar la mejor propuesta de valor al cliente, mientras cuidamos su salud y seguridad en cada una de nuestras tiendas, en el contexto de extensión de la pandemia del Covid-19. Y nuestros canales de comercio electrónico se convirtieron en una solución para que las personas puedan abastecerse de los productos que necesitan sin moverse de sus hogares, minimizando la circulación y reforzando la prevención.

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 que en las tiendas se cumplan las mejores prácticas de servicio así como las normas y regulaciones vigentes. Además, vela por el cumplimiento de la disposición de las perchas, la comunicación por cartelera, así como todas las pautas de limpieza y saneamiento.

El área comercial es responsable de velar por la experiencia del cliente y la propuesta de valor, que se monitorea desde diferentes variables como las ventas, la rentabilidad, la competitividad de los precios y los niveles de



“Nos caracterizamos por brindar a nuestros amigos y clientela un servicio donde con calidez y sencillez buscamos que ellos sientan lo importante que son para nosotros. Siempre con cariño les brindamos el mejor servicio sin excepción alguna. Todos forman parte de esta gran familia Tía.”

**JOSE MUNOZ**



# UN NEGOCIO QUE CRECE



**+355.928**  
CLIENTES NUEVOS

**68.575.781**  
TRANSACCIONES

**USD 9,33**  
TICKET PROMEDIO



**68.575.781**  
TICKETS ANUALES

**+10,67%** VS 2020

## TARJETA MÁS

**458.299.625** **+4,72%** VS 2020  
PUNTOS ENTREGADOS

**+2.900.000**  
CLIENTES QUE RECIBEN PUNTOS



## CREDITÍA

**76.357** **+115%** VS 2020  
CLIENTES

**USD 35 MILLONES**  
EN CRÉDITO OTORGADO



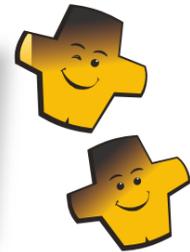
## CADENA DE SUMINISTRO

**160**  
NUEVOS  
PROVEEDORES

**92%**  
PROVEEDORES  
LOCALES

# JUNTO A LOS CLIENTES LEALES

Con nuestro programa de fidelización Tarjeta Más, los clientes acumulan un punto por cada dólar, que luego pueden utilizar para pagar sus compras. Para ayudar a nuestros clientes existe la opción de comprar puntos Más, a un valor de un centavo por punto. De esta forma el vuelto de las compras se puede utilizar para comprar puntos.



# UNA PROPUESTA SALUDABLE Y SUSTENTABLE



Seguimos de cerca a las expectativas de los consumidores y entendemos que debemos evolucionar con ellos. Entendimos que las personas están cada vez más conscientes de su salud, su bienestar y el ambiente. A raíz de la pandemia esta tendencia se fortaleció aún más en nuestro país, y por eso incorporamos una amplia propuesta de productos saludables y sustentables en nuestras tiendas con los precios económicos que caracterizan nuestra oferta.

La calidad de nuestra oferta está protegida por las normas a las que estamos sujetos como supermercados. Cumplimos con el manual de buenas prácticas elaborado por la Superintendencia de Control de Poder de Mercado para productos de consumo masivo; y las condiciones higiénicas y sanitarias establecidas por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA).

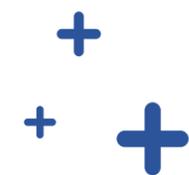
También, verificamos que todos los productos que se ofrecen en Tía cumplan con las normas INEC del Sistema Ecuatoriano de la Calidad, que contribuyen a la competitividad, salud y seguridad del consumidor, a la conservación del ambiente y a la promoción de una cultura de la calidad. Asimismo, a las resoluciones de la Superintendencia del control de poder de mercado, en relación al etiquetado de productos. Por eso, nos comprometemos a exhibir, de manera legible y visible, el origen de los componentes del producto o servicio, las sustancias que podrían generar un impacto ambiental o social, el uso seguro del producto o servicio y la talla. Estas normas, por ejemplo, indican que debemos retirar y eliminar de nuestras perchas productos que puedan tener un impacto social o ambiental negativos, dándole seguridad al consumidor.

**Nuestro propósito de sostenibilidad es acercar una oferta de productos y servicios, saludables y accesibles, de manera responsable con el ambiente y generando oportunidades de empleo y desarrollo para cada vez más personas.**



“Recibir a nuestros clientes y que se sientan bien nos hace muy feliz. Atenderlos con el calor humano que nos caracteriza como empresa siempre dando lo mejor en todo momento”.

**ALEJANDRO PAZ**



Programa Tarjeta Más	2021	2020	Evolución
Puntos entregados	458.299.625	437.627.758	4,72%
Puntos redimidos	371.955.690	301.271.339	23,46%
Nivel de redención	81,16%	68,84%	12,32%
Cientes que reciben puntos	2.995.200	2.735.350	9,50%
Cientes que redimen puntos	819.281	653.927	25,29%
% Clientes que redimen	27,35%	23,91%	3,45%
Cientes que presentaron su Tarjeta Más	3.008.197	2.737.248	9,90%
Cientes registrados	3.837.029	3.627.234	5,78%
Cientes nuevos	355.928	193.517	83,93%
Cientes que nos visitan diariamente	186.551	168.276	10,86%
Cientes Más que nos visitan diariamente	92.031	78.256	17,60%

# CRÉDITO PARA FACILITAR EL ACCESO A MÁS PERSONAS

Creditía es el crédito directo exclusivo para nuestros clientes, creada como una solución de pagos confiable y segura para realizar compras corrientes y diferidas a través de nuestros canales de venta físicos y virtuales.

Con el bienestar de nuestros clientes como prioridad, en 2021 ampliamos los plazos de pago y dimos la posibilidad de diferir 24 meses en hogar, limpieza y electrodomésticos. El pago puede realizarse en cualquier sucursal a nivel nacional o mediante el portal web del Banco Bolivariano.

Como principales resultados de Creditía, en el 2021 logramos otorgar 40.912 tarjetas, llegando a un total de 76.357 clientes (115% más que en el 2020). Continuamos fortaleciendo nuestra relación con los clientes y nuestra estrategia de seguridad para prevención de fraudes, al crear una nueva tarjeta con mayores validaciones de seguridad en las transacciones y nuevos perfiles de tarjetahabientes Creditía: Classic, Gold, Platinum y Black.



El crédito por compras realizadas con Creditía al cierre del 2021 llegó a 35 millones de dólares, presentando un incremento del 174% en comparación con el año anterior (12,8 millones) equivalente al 5,08%, de participación de las ventas de TíaNuestro saldo total de cartera al finalizar el año fue de 16,5 millones, lo que representa un crecimiento de 184% con respecto al cierre del 2020.

El acompañamiento a nuestros clientes se vio reflejado en las 100.000 atenciones gestionadas aproximadamente a través de nuestro nuevo IVR (Respuesta de voz Interactiva), herramienta que nos permitió estar más cerca de nuestros clientes y fortalecer los canales automáticos de consultas para nuestros usuarios.

En un año lleno de retos y desafíos como fue el 2021, nos sentimos orgullosos de culminarlo con resultados que sobrepasaron las proyecciones y metas planteadas.

Con la contribución de todos el 2022 estará cargado de grandes éxitos.

## CONSUMO EMPRESARIAL

La tarjeta Consumo Empresarial brinda a las organizaciones la posibilidad de beneficiar con una herramienta financiera a sus empleados, con la que pueden acceder a bienes de consumo de primera necesidad, descuentos, promociones y facilidades de pago. Las empresas al obtener el servicio disminuyen los anticipos de sueldos, y de esta forma ayudan a la economía de sus colaboradores, dándoles una opción de compra de mejor valor y con cercanía, al igual que dignifican al trabajador mejorando la vida de la familia. Consumo Empresarial es un beneficio que no tiene costo operativo ni de mantenimiento para la compañía.

Los diferidos en épocas especiales sin intereses ayudan a la economía del colaborador y su familia. Entre las opciones se encuentran el Diferido escolar con extra cupo en temporadas escolar y el Plan Navideño, con crédito de hasta cuatro meses para financiar alimentos.

### CONSUMO

4%	2020	13.779
	2021	14.354

### VENTAS ESPECIALES

9%	2020	5509
	2021	5984

### TOTAL

5%	2020	19.288
	2021	20.339

### Empresas afiliadas a consumo empresarial

2020	6021
2021	7081

### Colaboradores de empresas afiliadas

63.820
95.847



**76.357**  
clientes



**USD 35**  
millones en  
crédito otorgado  
(ventas)



# UNA CONEXIÓN DE VALOR

La experiencia del cliente con nuestra marca se vive también fuera de las tiendas. Por eso, nos mantenemos conectados con nuestros clientes, con una propuesta de contenidos que les sumen valor, con foco en temas de interés y entretenimiento

## REVISTA MEJORA TU VIDA

Revista digital que busca conectar con los clientes, con temas de salud, bienestar, recetas y novedades 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. En 2021 lanzamos dos series para conectar con la audiencia desde historias que los movilizan.

### PANDEMIALS:

Una comedia orientada al público juvenil, que gira entorno al regreso a clases de Julián y sus compañeros, donde durante los 12 capítulos, vivirán aventuras, problemas, decepciones y desafíos que les ayudarán a apreciar la amistad y a entender que es mucho mejor el contacto real que vivir aislados en un mundo digital.

### BENDITO MATRIMONIO:

Una comedia que sigue la vida de tres parejas casadas, de diferentes generaciones. Con ellos veremos la manera cómica en la que cada matrimonio afronta los problemas dependiendo de la cantidad de años que llevan juntos.

Ambas series fueron un gran éxito y superaron el millón de visualizaciones.



### FACEBOOK

**737.554** seguidores  
**683.820** interacciones



### INSTAGRAM

**320.287** seguidores  
**562.416** interacciones



### TWITTER

**8491** seguidores  
**3288** interacciones



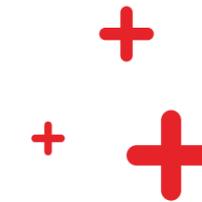
### YOUTUBE

**87.700** suscriptores  
**7.242.980** visualizaciones  
**290.796** interacciones

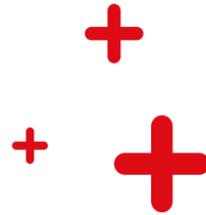


### TIKTOK

**41.900** seguidores  
**381.360** interacciones



# UNA ESTRATEGIA OMNICANAL



Con nuestro espíritu de innovación continua, en 2021 creamos el departamento de Transformación Digital e Innovación que tiene el propósito de digitalizar la empresa, llevarla hacia la omnicanalidad y optimizar la experiencia del cliente.

En Tía entendemos a la Omnicanalidad como la estrategia comercial, tecnológica y de comunicación que se aplica para que nuestros clientes vivan la misma experiencia a través de todos nuestros puntos de contacto disponibles.

Esto permite tener una planificación estratégica real de la empresa tomando en consideración las tendencias del mercado y las necesidades del cliente. El departamento trabaja bajo la modalidad de células de innovación y metodología Agile de proyectos. Los proyectos completados durante el 2021 fueron los siguientes:

## CHATBOT

Una solución conversacional donde ponemos a disposición varios servicios de Tía hacia el cliente y la comunidad. Tenemos el servicio de descargar, directamente desde WhatsApp el certificado de vacunación, visualizar las promociones vigentes, consultar los Puntos MÁS acumulados, consultar información crediticia de CrediTía y visualizar las sucursales más cercanas a la ubicación actual GPS.

**12.396** USUARIOS TOTALES

**2289** VISUALIZACIONES DE NUESTRAS PROMOCIONES

**35.489** DESCARGAS DE CERTIFICADOS DE VACUNACIÓN

## APP ALMACENES TÍA

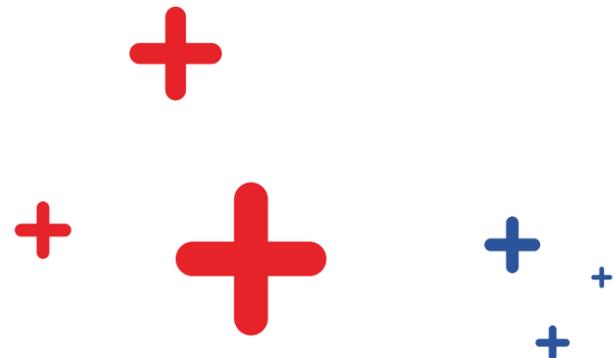
Canal de venta digital desde una aplicación móvil.

**146.000** DESCARGAS

**USD \$502.625** VENTAS

**7293 SKU** (ESTADÍSTICOS)

**16.727** PEDIDOS



## LINK DE PAGO MEDIANET PAY POR WHATSAPP

Para las compras por el canal de WhatsApp innovamos en el método de pago, habilitando el cobro del pedido directamente desde un link para ingresar los datos de la tarjeta directamente desde Whatsapp.

**USD \$17.706** VENTAS

**599** PEDIDOS DURANTE LOS 6 MESES DESDE EL LANZAMIENTO

## MODELO DE FUGA DE CLIENTES

Aplicamos un algoritmo de reconocimiento de fuga de clientes por canales digitales para anticiparnos a la pérdida de clientes y realizar gestión de prevención y reacción

## RETIRO EN TIENDA PICKUP POR CANALES DIGITALES

Desarrollamos la solución para escoger la opción de retiro en tienda de los pedidos de nuestra página web online, app y WhatsApp.

## INTEGRACIÓN DE SISTEMAS CON SOCIOS ESTRATÉGICOS

Nos dimos cuenta que alcanzar los objetivos de crecimiento que teníamos era ambicioso por nuestra propia cuenta. Desarrollamos integraciones de nuestros sistemas con proveedores y socios estratégicos de logística, última milla, e-commerce, entre otros.

El impacto de los desarrollos tecnológicos del departamento se produce sobre todo en tres aristas: experiencia del cliente, eficiencia de procesos y rentabilidad.

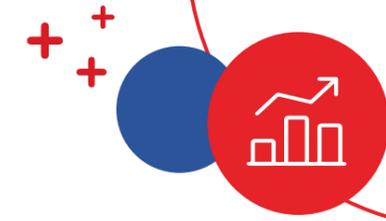
Sobre la experiencia del cliente, se realizaron estudios de experiencia de usuario (UX) de la caja autopago de las sucursales, se implementó el retiro en tienda pickup desde canales digitales, se rediseñó el stand de Catálogo Virtual y se instaló un chatbot para la consulta de información.

En cuanto a la eficiencia de los procesos, se rediseñaron los flujos de movimientos de stock de catálogo virtual; y se unificó la información de los productos, stock, precio, marcas e imágenes tanto en las sucursales físicas como en la página web, logrando cortar a la mitad el trabajo de los analistas comerciales online. También se implementó el link de pago Medianet Pay para reducir la cantidad de POS Datafast Móviles en cada sucursal.

Para mejorar la rentabilidad se desarrolló la App Almacenes Tía y el Catálogo Virtual para alcanzar un nuevo mercado creciente de clientes digitales, brindando un surtido más amplio y profundo para que realicen su compra en un solo lugar. De igual forma estos canales digitales han permitido potenciar la experiencia con la marca al realizar pedidos desde cualquier lugar de preferencia del cliente.



## CRECIMIENTO IMPULSADO POR EL COMERCIO ELECTRÓNICO



En los últimos años, y potenciado por el confinamiento derivado de la pandemia del COVID-19, el comercio electrónico se convirtió en una gran ventaja competitiva para Tía. Los canales digitales nos permiten mejorar nuestra propuesta de valor al consumidor, aumentando la competitividad y calidad de nuestros servicios, potenciar las oportunidades comerciales, y ofrecer una alternativa segura en el contexto de pandemia.

En 2021, nuestros canales de comercio electrónico mostraron un crecimiento sostenido a lo largo del año. Tuvimos un total de ventas por encima de 3 millones de dólares en el primer semestre y de 200 millones de dólares para la segunda parte del año. El Catálogo fue el canal digital con mayores ingresos acumulados en el año, seguido del WhatsApp de venta a domicilio.

Este crecimiento fue impulsado por estrategias comerciales como ofertas, envíos gratis, Cyber Days y Black Tía, entre otras.

### INGRESO MENSUAL POR CANAL DE VENTA

FECHA	WEB	CATÁLOGO	WHATSAPP	APP	TOTAL				
Jan-21	USD 179.248	42%	USD 106.578	25%	USD 122.241	29%	USD 17.868	4%	USD 425.936
Feb-21	USD 97.611	29%	USD 90.278	26%	USD 132.732	39%	USD 20.097	6%	USD 340.719
Mar-21	USD 109.208	23%	USD 173.713	37%	USD 159.361	34%	USD 25.288	5%	USD 467.572
Apr-21	USD 263.669	26%	USD 391.400	38%	USD 327.962	32%	USD 41.219	4%	USD 1.024.251
May-21	USD 223.959	16%	USD 379.123	28%	USD 679.182	50%	USD 77.499	6%	USD 1.359.763
Jun-21	USD 147.731	21%	USD 347.260	50%	USD 161.394	23%	USD 35.169	5%	USD 691.555
Jul-21	USD 123.081	14%	USD 550.699	63%	USD 160.655	19%	USD 33.192	4%	USD 867.629
Aug-21	USD 143.731	12%	USD 867.561	73%	USD 149.389	13%	USD 27.378	2%	USD 1.188.059
Sep-21	USD 103.838	7%	USD 1.213.942	82%	USD 141.250	10%	USD 25.384	2%	USD 1.484.416
Oct-21	USD 48.458	5%	USD 833.782	79%	USD 140.051	13%	USD 28.891	3%	USD 1.051.183
Nov-21	USD 149.964	6%	USD 2.023.345	87%	USD 139.624	6%	USD 19.907	1%	USD 2.332.841
Dec-21	USD 144.300	8%	USD 1.393.827	81%	USD 162.164	9%	USD 25.426	1%	USD 1.725.718
<b>TOTAL</b>	<b>USD 1.734.798</b>	<b>13%</b>	<b>USD 8.371.513</b>	<b>65%</b>	<b>USD 2.476.011</b>	<b>19%</b>	<b>USD 377.325</b>	<b>3%</b>	<b>USD 12.959.648</b>

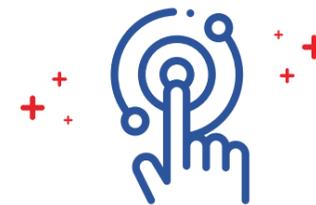
# BIG DATA AL SERVICIO DE NUESTROS CLIENTES

La tecnología moderna ha logrado que podamos acceder a grandes cantidades de información, los cuales en su mayoría están intactos. Los datos recopilados y a su vez almacenados por la tecnología nos puede producir beneficios para la empresa siempre y cuando los sepamos interpretar de forma correcta, es aquí como en el departamento de Data Science utilizamos los diferentes conocimientos para convertir los datos en una ventaja competitiva al perfeccionar los productos, servicios, procesos y sistemas y así ser más innovadores.

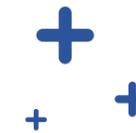
El departamento de Data Science se encarga de generar valor a la empresa utilizando los grandes volúmenes de datos que esta genera cada día, los proyectos en los que se ve involucrado el departamento son transversales e impactan a múltiples áreas de la empresa, como marketing, comercial, operaciones y logística, ayudando a entender mejor el comportamiento de los clientes en los diferentes canales existentes, haciendo más eficientes los procesos de la cadena de suministro mediante pronósticos y modelos de abastecimiento, agilizando procesos al presentar información relevante para la toma de decisiones y creando ventajas competitivas a través de la innovación.

El departamento consta de tres subáreas: Big Data, que se encarga de consolidar los datos de diferentes fuentes y garantizar la calidad de estos, Inteligencia de negocios que se encarga de presentar información relevante para una toma ágil de decisiones 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, también se encarga de implementar soluciones con apoyo en la robótica y en los dispositivos Internet of Things (IoT).

Como área de Data Science nos relacionamos a los objetivos empresariales y de las diferentes áreas, presentando proyectos e iniciativas de mejoras en los múltiples procesos de la empresa.



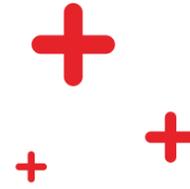
**4,7**  
**días de entrega**  
**promedio**



**95%**  
**de nivel de servicio**  
**Promedio mensual**



# PROYECTOS INARI



INARI es un laboratorio de investigación que explora el uso de Deep Learning para resolver problemas industriales reales. Este laboratorio tiene su sede en la Universidad ESPOL y es auspiciado por Tía.

## SISTEMA PARA DETECCIÓN DE RETINOPATÍA DIABÉTICA

La retinopatía diabética (RD) sigue siendo una de las principales causas de pérdida de visión en todo el mundo. Si bien actualmente no existe un tratamiento efectivo para la RD, la detección temprana es fundamental porque su progreso puede ralentizarse. El sistema desarrollado en INARI utiliza el aprendizaje profundo para determinar el nivel de gravedad de la RD en una imagen de fondo de ojo y tiene una exactitud del 91.7% al momento de predecir si la persona tiene o no RD.

## MAPAS DE CALOR

El proyecto de mapas de calor permitirá a los jefes de local y superiores comprender el comportamiento de los clientes mediante el análisis del tráfico y comportamiento a toda hora del día dentro del local. Esto se realiza mediante el uso de las cámaras de seguridad del local junto a un equipo capaz de realizar video analítica en tiempo real a todas las cámaras detectando a las personas y mapeándolas en una posición específica del mapa del local. Toda la investigación de este proyecto se desarrolló el 2021 y se implementará desde el primer trimestre del 2022.

## ESTIMACIÓN AUTOMÁTICA DE TASAS DE CONVERSIÓN

Este proyecto se enfoca en estimar la tasa de conversión en un almacén calculando la proporción de clientes que realizan compras efectivas mediante la detección automática de fundas de compra a la salida del almacén mediante el análisis de videos.

## DETECCIÓN DEL USO DE GORRAS Y GAFAS

Se desarrolló un sistema que detecta el uso de gorras y gafas en clientes en un almacén mediante el análisis automático de videos. Esto busca ayudar a reducir pérdidas físicas en almacenes.

## PUBLICACIONES CIENTÍFICAS

En INARI durante el 2021 se realizaron dos publicaciones científicas:

- Hernandez, J., Lopez, S., Valarezo, G., & Abad, A. G. (2021). Automatic Time and Motion Study Using Deep Learning. In Cyber-Physical, IoT, and Autonomous Systems in Industry 4.0 (pp. 147-162). CRC Press (Capítulo de libro).
- Hernandez, J., Valarezo, G., Cobos, R., Kim, J. W., Palacios, R., & Abad, A. G. (2021). Hierarchical Human Action Recognition to Measure the Performance of Manual Labor. IEEE Access, 9, 103110-103119.



# PROYECTOS DE DATA SCIENCE



## PANTALLA PEDIDOS

En Tía, desarrollamos un dispositivo IoT (Internet of things) el cual consiste en una pantalla con la capacidad de generar alertas sonoras en tiempo real con el objetivo de evitar demoras en los procesos de pedidos. En el futuro contará con nuevas alertas, ya que este equipo es completamente modificable remotamente, haciéndolo perfecto para Tía por la magnitud de distribución a nivel nacional.

Todo el desarrollo del prototipado y diseño de circuitos se los hizo el 2021. Las pantallas se instalaron a finales de 2021 por lo que los resultados se evidenciarán en el transcurso del 2022.

## AVANCES LUCIA

LUCÍA es un robot que analiza las góndolas de los locales en las madrugadas para realizar alertas de tickets desactualizados, huecos en las perchas y productos faltantes. Durante el 2021 se integró todo el flujo de lectura de tickets a la navegación autónoma del robot dentro de los locales, y se aumentó la precisión a 93.4%. Desde INARI se contribuyó extendiendo las funcionalidades del robot, incrementando la precisión en la lectura automática de precios.

## SISTEMA DE RECOMENDACIÓN

Se desarrolló un sistema de recomendación para clientes basado en filtros colaborativos, que ayuda a predecir productos que el cliente no haya tenido la oportunidad de consumir y podrían gustarle. Este sistema ayudará a aumentar el tamaño de la canasta regular del comprador, impulsar la venta de alguna categoría o producto y obtener sugerencias personalizadas en campañas de marketing (cupones, correos, mensajes, etc.) aportando así al programa de fidelización de clientes MÁS.

## MODELO DE COMPRA Y PRODUCCIÓN DE CARNES

Se desarrolló un modelo de compra y producción de carnes como una herramienta que determina la cantidad de materia prima a comprar para la producción de productos procesados de res, cerdo y pollos en el Centro de Distribución de Fríos (CDF) con el fin de maximizar la rentabilidad y cumplir con los pedidos de los locales, minimizando costos por redistribución de sobrantes o faltantes en la producción. Actualmente, está implementado para la toma de decisión de compra de pollos, ahorrando así entre el 8% y 11% de gastos en compra, reduciendo la cantidad de excedentes en un 5%.

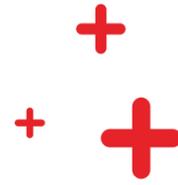
## BUSINESS INTELLIGENCE

Durante el 2021, se automatizaron y desarrollaron nuevos reportes para los sectores de RRHH, logística, comercial y marketing. En el 2021 la plataforma de Business intelligence fue accedida por 600 usuarios con más de 76 mil visitas.

La evaluación de los proyectos de Data Science es realizada en 2 fases: pruebas internas del departamento y pruebas con los usuarios finales. Una vez obtenidos los resultados finales y la aprobación de los usuarios, el producto es entregado para su uso en la plataforma adecuada.



# NUEVO SISTEMA COMERCIAL



En el 2021 terminamos de implementar con éxito el nuevo Sistema Comercial Oracle Retail Merchandise Operations Management (MOM), un aplicativo especializado que se está implementando también en las demás empresas del grupo, en países como Uruguay y Argentina, como parte de un proyecto de estandarización sistémica, que busca llevar las capacidades funcionales de nuestros aplicativos a estándares mundiales, adoptando mejores prácticas de la industria del Retail. Estos sistemas mejoran la consistencia e integridad de los datos comerciales, su alcance funcional se complementa con una serie de automatismos y aplicaciones desarrolladas por el equipo de tecnología de TIA. Este conjunto de soluciones brindan soporte a la planificación de las actividades de la cadena de suministro y permiten tomar mejores decisiones sobre el cumplimiento, el reabastecimiento, la asignación de mercadería y la fijación de precios. Además, facilitan la visibilidad del inventario siempre actualizado, en línea con el Sistema Contable Financiero. Gracias al nuevo Sistema Comercial, logramos garantizar los flujos de procesos requeridos por el negocio, facilitar la interacción del usuario con nuestras plataformas y disminuir la carga de trabajo de los equipos de Tía. Los principales módulos son:

Oracle Retail Merchandising System (RMS): Proporciona acceso a información crucial para las actividades de comercialización, facilitando la toma de decisiones para lograr ventas y rentabilidad. Además, permite la gestión de órdenes de compra, costos y acuerdos comerciales con proveedores, entre otras funciones.

Oracle Retail Trade Management (RTM): Integra y agiliza el proceso de transacciones comerciales internacionales, al proporcionar visibilidad en línea inmediata del estado, costos estimados, la ubicación y la disposición de los productos a medida que avanzan en el ciclo de importación.

Oracle Retail Invoice Matching (ReIM): Agiliza los procesos de recepción y liquidación de facturas en los Centros de Distribución y locales, reduciendo el tiempo de espera de los proveedores.

## BENEFICIOS EN SEIS MESES DE FUNCIONAMIENTO

**1844**  
HORAS

DE TRABAJO AHORRADAS DE CONFRONTACIÓN DE FACTURAS EN CENTROS DE DISTRIBUCIÓN Y LOCALES

**10.260**  
WATTS

DE ELECTRICIDAD AHORRANDO (USD\$ 464)

**1620**  
ROLLOS DE PAPEL

AHORRADOS (USD\$761) AL REDUCIR LA CANTIDAD DE DOCUMENTOS EN LOS PROCESOS DE CONFRONTACIÓN DE FACTURAS

**50-80%**  
DE TIEMPO

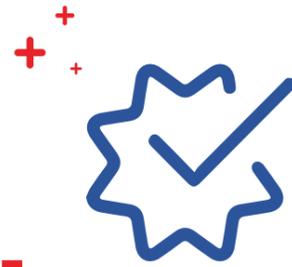
AHORRANDO POR OPCIONES DE CARGA MASIVA DE REGISTROS

**-90%**  
DE ERRORES

EN REGISTRO, APROBACIÓN Y PAGO DE DOCUMENTOS DE GASTOS DE IMPORTACIÓN.



# IMPACTO POSITIVO EN CADA ESLABÓN DE LA CADENA



MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD 2021

## NUESTRA CADENA DE VALOR

Creemos que nuestra cadena de valor es central para generar la mejor experiencia para el cliente, incrementar la eficiencia y competitividad de nuestra propuesta y garantizar la sostenibilidad del negocio.

Cuidamos cada punto de la cadena de valor tanto por su impacto en el desempeño del negocio en términos económicos, como en la calidad y competitividad de nuestra propuesta de valor, así como por las oportunidades de desarrollo socioeconómico que se generan para todo el Ecuador.



“Tía es un equipo de compañeros donde prevalece el compromiso, la honestidad y la responsabilidad como fundamentos principales para lograr los objetivos propuesto, donde cada uno desarrolla sus habilidades y creatividad con el fin de lograr resultados óptimos. Me siento orgullosa de pertenecer a esta hermosa familia como es Tía S.A”.



PRISCILA VERGARA

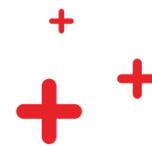
## EL EFECTO TÍA EN LA CADENA DE VALOR

La apertura de 10 nuevas sucursales de Tía y los 160 nuevos proveedores que se incorporaron como socios de nuestras operaciones en 2021 reflejan lo que llamamos “El Efecto Tía”.

A medida que crecemos en cantidad de locales, generamos más oportunidades de negocio para nuestros proveedores, que son en su mayoría pequeñas y medianas empresas, así como emprendimientos de origen ecuatoriano.

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) que actualmente existen en el Ecuador son una pieza clave en el crecimiento nacional, la generación de empleo y en la innovación y el dinamismo productivo del país. Por eso, cada nueva inversión de Tía se refleja en el aumento de la demanda de producción, las oportunidades de empleo, y la profesionalización de las microempresas que evolucionan para acompañarnos.

La relación de confianza con nuestros proveedores es esencial para lograr nuestro objetivo de servir a las familias ecuatorianas. Desde nuestros orígenes establecemos alianzas de largo alcance con los proveedores, que crecen de la mano de nuestras operaciones. 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.



## CÓMO ELEGIMOS A NUESTROS PROVEEDORES

En cada decisión de compra se pone en juego la calidad y la sostenibilidad de nuestra propuesta al cliente. Para garantizar los más altos estándares, 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.

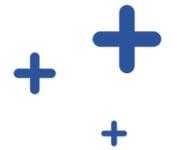
Al seleccionar un proveedor se evalúa que cumpla con todos los requisitos contemplados en nuestra Política de Proveedores. La política incluye lineamientos sobre la gestión comercial y logística de proveedores, cómo se debe efectuar la comunicación y gestionar la información electrónica, el desarrollo 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.

Asimismo, los proveedores de servicios complementarios deben cumplir con criterios legales, que son revisados de manera mensual. Además, se valida el cumplimiento del pago del seguro social de sus empleados y avisos de entrada y salida de los colaboradores.

**1160**  
**proveedores**  
**comerciales**

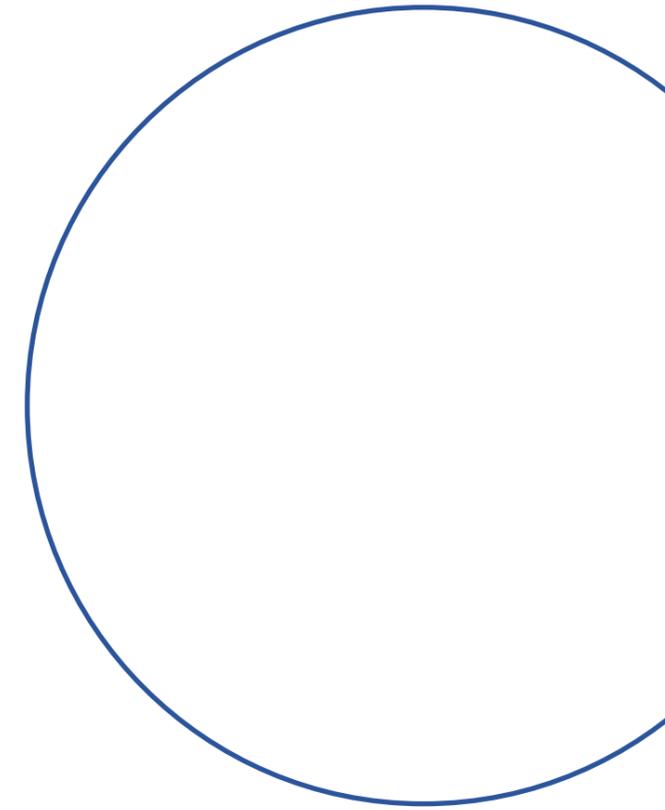
**160**  
**nuevos proveedores**  
**en 2021**

**92%**  
**proveedores**  
**locales**



## FACTURACIÓN SEGÚN DIMENSIÓN DEL PROVEEDOR

TIPO DE EMPRESA	2021		2020
Grande	USD 333.883.218	84%	USD 354.237.578
Mediana Empresa	USD 30.469.096	8%	USD 33.453.386
Pequeña Empresa	USD 9.552.013	2%	USD 11.056.573
Microempresa	USD 5.021.995	1%	USD 6.050.022
EPS	USD 2.549.592	1%	USD 3.121.194
Artesano	USD 1.245.743	0%	USD 1.094.762
Otros	USD 14.013.529	4%	USD 10.679.771
<b>Total</b>	<b>USD 396.735.147</b>	<b>100%</b>	<b>USD 419.693.162</b>



MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD 2021

### EL IMPULSO A LAS MIPYMES

Alentamos el desarrollo emprendedor invitando a las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) del Ecuador a ofrecer sus productos en nuestras perchas, para llegar a las familias ecuatorianas.

Nuestro plan de impulso a las MiPymes comprende la inclusión de la propuesta de nuevos proveedores a modo de prueba en nuestras tiendas, con el compromiso de potenciar esos artículos. Por ejemplo, ingresamos los productos de las MiPymes en más locales y los exhibimos en cabeceras de góndolas. Como beneficio, les damos la ventaja de no realizar devoluciones. Es decir, si el producto no se vende, Tia asume el costo de liquidar la mercadería.

### POTENCIAMOS A LOS EMPRENDEDORES DE PORTOVIEJO

Siguiendo nuestro compromiso con el desarrollo socioeconómico de las regiones, nos sumamos al Proyecto Exporto, impulsado por el Municipio de Portoviejo, creado para impulsar a las pequeñas y medianas empresas del cantón. Así, en 2021 los emprendimientos locales de Portoviejo obtuvieron un espacio en nuestras sucursales de la ciudad para exhibir sus productos, promocionar sus marcas y hacer crecer sus negocios.

Más de 20 emprendedores de Portoviejo presentaron sus productos y cerca del 75% ingresaron a nuestras perchas.

### ALIADOS DE LAS EMPRENDEDORAS

Nos sumamos al programa de apoyo para emprendedoras de la zona Yantzaza y Los Encuentros, desarrollado por Fundación Lundin y la empresa minera Lundin Gold, y operado por Startups and Venture.

Como aliados ancla, colaboramos brindando información acerca de la demanda de mercado para que las emprendedoras puedan crear y ofrecer propuestas atractivas al público.

**+150**  
emprendedoras alcanzadas por esta iniciativa

# OPERACIONES Y LOGÍSTICA SUSTENTABLES



MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD 2021

El almacenamiento, distribución y transporte son esenciales para garantizar el aprovisionamiento de mercadería en nuestros puntos de venta. Por eso, nos enfocamos en el desarrollo e implementación de estrategias logísticas que optimicen los recursos y minimicen su impacto en el ambiente.

## OPTIMIZACIÓN DE CARGA Y RUTAS

Una estrategia para optimizar recursos es la planificación de rutas de distribución, que son ajustadas periódicamente dependiendo del volumen de despacho. Esto nos permite mejorar la utilización de la unidad de transporte y la cantidad de viajes desde el Centro de Distribución hacia los puntos de venta. En 2021, logramos elevar la ocupación de mercadería en las unidades logísticas en un 14% en fríos y un 4,6% en secos.

Con la implementación de separadores térmicos en las unidades de transporte de la bodega de frescos del CD de Lomas de Sargentillo, incrementamos en un 31% la cantidad de locales que cubre un camión por ruta, pasando de 2,61 a 4,73 locales por unidad de transporte.

Además, alcanzamos un 19,6% de ahorro en el costo por m<sup>3</sup> transportado en los traspaños de mercadería entre centros de distribución gracias a la implementación de una flota refrigerada que permite enviar mercadería de secos o fríos.

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.

### MEJORA EN LA OCUPACIÓN DE NUESTRA FLOTA

**14% en fríos**  
**4,6% en secos**



## MONITOREO SATELITAL DE VEHÍCULOS

Mediante el uso de sistemas de geolocalización monitoreamos en tiempo real el cumplimiento en las rutas definidas para garantizar la entrega a tiempo en los puntos de venta, así como identificar cualquier eventualidad o situación irregular, como accidentes, robos, o uso inadecuado de la unidad de transporte. Actualmente el 100% de nuestra flota de transporte fija cuenta con monitoreo satelital. Adicionalmente, las unidades de transporte utilizadas para el traslado de mercadería refrigerada cuentan con monitoreo de temperatura, lo cual nos permite poder controlar la mantención de la cadena de frío, cuidando la seguridad de los alimentos.

## NUESTRA LOGÍSTICA EN CIFRAS

	CD Secos (Lomas de Sargentillo)	CD Frescos (Lomas de Sargentillo)	CD Secos (Calacalí)	CD Frescos (Calacalí)
Área de galpón	40.000 m <sup>2</sup>	8.000 m <sup>2</sup>	20.700 m <sup>2</sup>	2600 m <sup>2</sup>
Operaciones (Bultos entrada y salida promedio mes)	3.002.958	323.691	1.612.494	280.916
Almacenamiento	69.963 m <sup>3</sup>	(1)	42.545 m <sup>3</sup>	(1)
Cobertura	188 locales	187 locales	80 locales	81 locales
Personal (personas)	290	170	164	59
Flota de camiones	60	37	32	23

CD: Centro de Distribución.

(1) En los centros de distribución de frescos de Lomas de Sargentillo y Calacalí no se almacena mercadería, se realizan despachos tipo cross docking, es decir, una vez que la mercadería ingresa al centro de distribución de manera inmediata se distribuye y despacha a los locales.





4



EQUIPO

# MÁS OPORTUNIDADES, PARA MÁS PERSONAS



“

**Ser los mejores empleadores significa trabajar todos los días para atraer, seleccionar, desarrollar y retener a los mejores talentos, a fin de que nuestra organización cuente con personal calificado para garantizar el recurso humano que soporte el dinamismo y crecimiento sostenido de la empresa.**

Llevamos adelante políticas y procedimientos de selección de personal alineados a fortalecer nuestra marca empleadora, con el objetivo de promover el desarrollo interno y ofrecer oportunidades de crecimiento y sucesión a nuestros colaboradores.

Valoramos mucho el esfuerzo, la responsabilidad y el compromiso de nuestro capital humano, entendiendo que es uno de los pilares fundamentales para alcanzar nuestros objetivos organizacionales. Buscamos el bienestar de nuestros colaboradores y sus familias; así como promover un buen clima laboral.

Fomentamos una cultura de inclusión, entendiendo que nuestra riqueza cultural nos diferencia y nos potencia. Mientras más diversos sean nuestros equipos, más posibilidades tendremos. Trabajamos en crear una cultura de diversidad que garantice el acceso a las mismas oportunidades, sin discriminación, para todas las personas.



**8105 colaboradores en todo el país**

**“En Tía compartimos ideas y sugerencias entre los equipos de trabajo. Eso nos permite lograr juntos resultados exitosos, donde se refleja nuestro esfuerzo, dinamismo y compromiso; convirtiéndose en nuestra mejor carta de presentación.”**

**BENITO CASTRO**  
Jefe de local 136



## EJES DE TRABAJO

### FORMACIÓN Y DESARROLLO

Brindar capacitación y formación continua, impulsar y medir el desempeño, y promover el desarrollo de carrera de nuestros equipos.



### DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Impulsar la igualdad de oportunidades para todas las personas que quieren trabajar en Tía.



### SALUD Y SEGURIDAD

Velar por los aspectos de higiene y seguridad de las operaciones, que involucran a los equipos, los clientes y la cadena de valor.



### CALIDAD DE VIDA

Ayudar a las personas que trabajan en Tía a cuidar su salud física y emocional, tanto en sus funciones como en su vida personal.



# UN EQUIPO DIVERSO Y COMPROMETIDO



**13,2** **+1841%** vs 2020  
HORAS DE FORMACIÓN POR PERSONA

**+9000**  
USUARIOS ÚNICOS CAPACITADOS

**8/10**  
NOTA PROMEDIO DE EVALUACIÓN



**37,6%**  
MUJERES

**4,1%**  
DE NUESTRA FUERZA LABORAL SON PERSONAS CON DISCAPACIDAD



**-71%** **vs 2020**  
DE ACCIDENTES DE TRABAJO VS. 2020

**7531** PERSONAS CAPACITADAS EN SSO

**5077** PERSONAS CAPACITADAS EN MANEJO DE EMERGENCIAS



**626**  
EMPLEADOS TOMARON LA LICENCIA PARENTAL

**99,86%**  
DE NUESTROS EQUIPOS OBTUVO EL ESQUEMA COMPLETO DE **VACUNACIÓN** CONTRA EL COVID-19 EN 7 MESES





### NUESTRO EQUIPO EN NÚMEROS



CONTRATO PERMANENTE

Mujeres: 3046  
Hombres: 5059



CONTRATO PERMANENTE

Costa: 5650  
Sierra: 2057  
Oriente: 398



JORNADA COMPLETA

Costa: 4428  
Sierra: 1589  
Oriente: 308



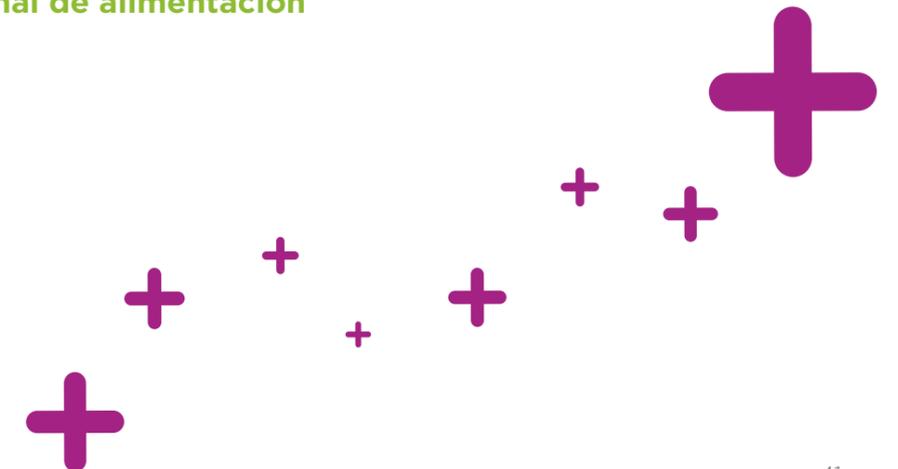
MEDIA JORNADA

Costa: 1222  
Sierra: 468  
Oriente: 90

### SERVICIOS COMPLEMENTARIOS CONTRATADOS POR LA ORGANIZACIÓN



356	Guardias de seguridad
59	Personal de limpieza
21	Personal de alimentación



# SER EL LUGAR PREFERIDO PARA TRABAJAR

El crecimiento sustentable de nuestro negocio depende del capital humano. Por eso, el desarrollo de nuestra marca empleadora, las buenas prácticas de reclutamiento y selección de personal tienen una importancia estratégica para la organización.

Fortalecemos nuestra marca empleadora para captar a los mejores talentos del mercado. Participamos en ferias laborales, eventos universitarios, desarrollamos programas y convenios que generan interés por sumarse a nuestro equipo y que posicionan a nuestra organización como un lugar atractivo para trabajar.

El área de Recursos Humanos tiene la responsabilidad de seleccionar y proveer a las diferentes áreas personas con un perfil competitivo y comprometido, con las competencias necesarias para contribuir a los objetivos de la empresa.

Por la esencia de nuestro negocio, la mayor demanda de contrataciones se concentra en las áreas de operaciones y logística, en las que buscamos personas con talento y potencial para hacer carrera en la compañía y asumir un cargo administrativo en el mediano plazo.

Asimismo, ponemos foco en la captación de jóvenes profesionales y estudiantes que deseen realizar una pasantía, ya que valoramos la diversidad y las ideas innovadoras que traen las nuevas generaciones. Por esta razón, reforzamos las alianzas estratégicas con universidades y centros de estudios para llegar a más jóvenes.

Otro objetivo estratégico es acompañar el crecimiento de nuestro negocio en el país. Buscamos talento en todo el territorio, ofreciendo oportunidades de empleo genuinas y de calidad, que tienen un gran impacto en el desarrollo socioeconómico de las regiones. Los postulantes ingresan sus datos de formación, experiencia y hojas de vida en nuestro portal de selección [reclutamiento.tia.com.ec](https://reclutamiento.tia.com.ec).



**LINKEDIN**

**181.657** seguidores

[linkedin.com/company/almacenestia](https://linkedin.com/company/almacenestia)



**PORTAL DE BÚSQUEDAS LABORALES**

[reclutamiento.tia.com.ec](https://reclutamiento.tia.com.ec)

## PROCESOS DE SELECCIÓN

El departamento de selección es el responsable de proveer de los recursos necesarios a la organización. Su función es cubrir las necesidades de las tiendas, bodegas y departamentos administrativos en el menor tiempo posible, y diseñar procesos para anticipar esta demanda.

Los procesos de selección responden a una planificación anual de apertura de nuevas sucursales, plazas de trabajo y vacantes las que se producen por la rotación de personal y crecimiento organizacional.

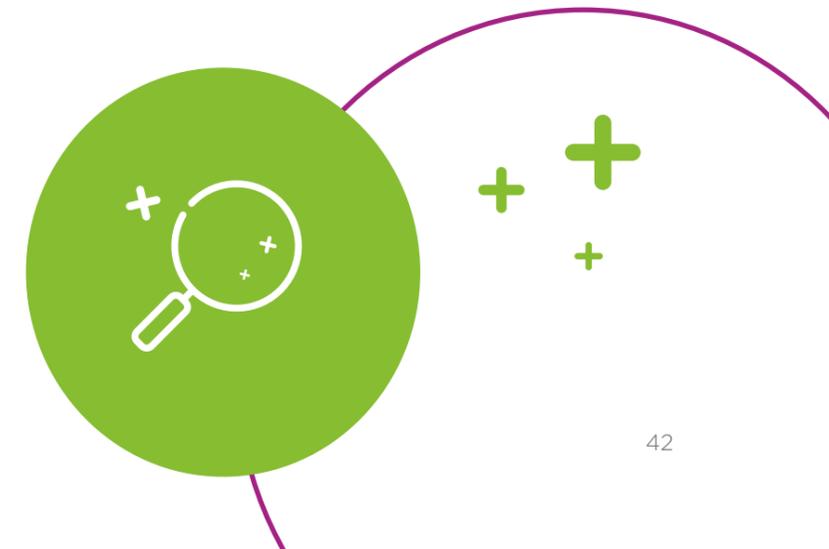
Los departamentos de Operaciones y los Centros de Distribución también realizan las contrataciones del personal polifuncional y administrativo para la operación, por eficiencia y practicidad.

En 2021, mantuvimos los protocolos de bioseguridad por la pandemia del COVID-19, por lo que continuamos con el desarrollo de entrevistas de selección virtual, así como la participación en ferias laborales universitarias, lo que nos ayudó además, a optimizar tiempos y recursos.

Independientemente del canal de reclutamiento, el proceso de selección debe respetar una serie de políticas, como ser público y transparente; brindar y especificar información de funciones y condiciones del puesto. Todos los pasos del proceso de selección de personal son volcados en los formularios de evaluación, selección y contratación. Además, Tía se hace responsable y se compromete a dar respuestas a los aplicantes sobre el estado del proceso, y brindar información de las condiciones de contratación y de beneficios sociales y corporativos.

Las ofertas laborales son publicadas en nuestro portal de reclutamiento y difundidas desde nuestras redes sociales oficiales.

En este año, capacitamos a las jefaturas en el uso de la plataforma de reclutamiento para que puedan capitalizar la base de datos a nivel nacional. Además, diseñamos un formato de entrevistas para jefes de locales que los guía al identificar fortalezas, competencias y habilidades de los postulantes, agilizando la selección en tiendas.



**“Mi empresa Tía me abrió las puertas para permitirme ganar el sustento diario y lo estoy haciendo honestamente. En los momentos más duros y difíciles de la pandemia, Tía jamás nos abandonó, pues recibimos ayuda económica, alimentos y medicamentos. Por eso y mucho más, mi agradecimiento imperecedero. Y nuestra retribución a la empresa se refleja con fidelidad, trabajo, honestidad y humildad. “**

**MARIA AGUILAR**  
Trabajadora operativa,  
tienda 178



**LA BIENVENIDA A TÍA**

En 2021, implementamos guías de entrenamientos estandarizadas para agilizar el proceso de inducción. El objetivo es ayudar a que las personas que ingresen a la compañía puedan relacionarse con su función y con las diferentes áreas, inspirando un sentido de pertenencia y compromiso con nuestra organización.

Desde el último semestre incorporamos un kit de bienvenida al personal en su primer día de inducción. En el proceso de onboarding compartimos el objetivo, la historia y cultura de la organización, haciéndolos sentir parte de nuestra gran familia.

NUEVOS EMPLEADOS	2021
<b>POR EDAD</b>	
Menor a 30 años	1958
Entre 31 y 50 años	40
Más de 51 años	0
<b>POR REGIÓN</b>	
Costa	1378
Sierra	524
Oriente	96
<b>POR GÉNERO</b>	
Masculino	1198
Femenino	800

TASA DE ROTACIÓN	2021
<b>POR EDAD</b>	
Menor a 30 años	4,97
Entre 30 y 50 años	0,6
Mayor a 50 años	1,32
<b>POR REGIÓN</b>	
Costa	3,43
Sierra	4,44
Oriente	4,87
<b>POR GÉNERO</b>	
Masculino	3,05
Femenino	4,08

## NUEVO SISTEMA DE GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

Un gran hito de este año fue el desarrollo del nuevo Sistema de Gestión de Talento Humano (SGT), un sistema que automatiza e integra todos los procesos de Recursos Humanos, agilizando la toma de decisiones.

Su diseño se fundamentó en la recopilación del alcance funcional de varios sistemas de Recursos Humanos de clase mundial y fue desarrollado en conjunto con especialistas de Colombia y Ecuador.

La solución SGT facilita la gestión de búsqueda, evaluación y retención de talento, haciendo disponible todos los datos relacionados a los empleados en una misma solución. Cubre todos los procesos de negocio, como la planificación del talento humano; los procesos de atracción y selección de personal; y los de gestión de desempeño, capacitación y desarrollo.

Además, la solución SGT cuenta con una aplicación de autogestión desde el App Tía Interno, en donde los colaboradores pueden acceder a su ficha personal y solicitar certificados laborales, entre otras posibilidades que significan una mejora en el servicio para las personas y una disminución de la carga de trabajo manual al área de Recursos Humanos.

Gracias al sistema SGT nuestros procesos de Recursos Humanos tienen un estándar de clase mundial que mejora potencialmente la gestión y resultados del área.

## AHORROS ESPERADOS DEL SGT

**67**  
DÍAS

DE TRABAJO MANUAL Y CARGA DE DATOS

**70%**  
DE ESFUERZOS

RELACIONADOS CON LA VALORACIÓN DE CARGOS

**75%**  
DE TIEMPO

EN LA SELECCIÓN Y CAPTACIÓN DE TALENTOS

**USD**  
**6000**

ANUALES EN ACTIVIDADES RELACIONADAS A LA TRAZABILIDAD Y TABULACIÓN DE LA ENCUESTA DE CLIMA LABORAL.

**110**  
DÍAS

DE EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO POR COMPETENCIAS Y OBJETIVOS

**28**  
DÍAS

DE GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA.

PERMISO PARENTAL	2021
<b>EMPLEADOS CON DERECHO A LA LICENCIA PARENTAL</b>	<b>8105</b>
Hombres	5059
Mujeres	3046
<b>EMPLEADOS QUE TOMARON LA LICENCIA PARENTAL</b>	<b>626</b>
Hombres	352
Mujeres	274
<b>EMPLEADOS QUE RETOMARON POST LICENCIA PARENTAL</b>	<b>622</b>
Hombres	350
Mujeres	272
<b>EMPLEADOS QUE REGRESARON AL TRABAJO DESPUÉS DEL PERMISO PARENTAL Y QUE SEGUÍAN SIENDO EMPLEADOS 6 MESES DESPUÉS DE REGRESAR AL TRABAJO.</b>	<b>378</b>
Hombres	156*
Mujeres	138*
<b>TASAS DE REGRESO AL TRABAJO Y DE RETENCIÓN DE EMPLEADOS</b>	<b>46,96%</b>
Hombres	44,32%
Mujeres	50,36%

\*Se hizo el análisis de los 6 meses con fecha de corte hasta el 25/Enero/2022.

Nota: Por permiso por maternidad 252 aún siguen trabajando en Tía, en permiso por paternidad 321 colaboradores aún siguen activos en la compañía.



“Estamos comprometidos en promover el bienestar de los colaboradores y sus familias, vinculando lo extraordinario con lo humano, además de aportar al desarrollo de sus habilidades y potencial, teniendo como propósito el estar alineados a la identidad humana de la compañía.”

**KAREN PONCE**  
Trabajadora social



## PLAN DE BENEFICIOS

Todas las personas que forman parte de nuestra familia Tía gozan de los mismos beneficios, ya sean colaboradores de tiempo completo o parcial, incluyendo todos los correspondientes por ley así como los corporativos.

### BENEFICIOS CORPORATIVOS

- Servicio de telemedicina virtual
- Crédito y descuento en farmacias con convenio
- Tarjeta de vale de empleado y descuento del 10% en compras en Tía
- Solicitud de vale de diferido en compras en Tía
- Financiamiento en uniformes (aplica a personal de locales y bodegas)
- Para acompañar a las madres en la reincorporación al trabajo contamos con 6 salas de lactancia a nivel nacional.
- A partir del séptimo mes de embarazo, las mujeres tienen una reducción de dos horas en su jornada laboral
- Lunch nutritivo para las mujeres embarazadas

MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD 2021



“En Tía el liderazgo es motivar a todo el equipo de trabajo, transmitir los conocimientos durante el camino, desarrollar habilidades en cada uno de los miembros, y aprovechar sus fortalezas para lograr las metas y objetivos requeridos.”

**HENRY HIDALGO**  
Jefe de local 610



## HACEMOS CRECER EL TALENTO

El proceso de formación y capacitación es transversal a la organización y forma parte de cada eslabón de la cadena de valor. Nuestro Departamento de Desarrollo Organizacional cuenta con un plan que se retroalimenta de las necesidades de capacitación de cada área y apunta a alcanzar los objetivos del negocio.

El objetivo del plan de capacitación es fortalecer y ampliar las competencias y conocimientos técnicos de los colaboradores para que puedan alcanzar todo su potencial, tanto a nivel profesional como personal, potenciando la estrategia de crecimiento del negocio.



**PROGRAMAS DE FORMACIÓN**

**LIDERAZGO**

- Formación en hábitos de liderazgo
- Formación de supervisores zonales
- Programa de mujeres para gobierno corporativo y alta dirección
- Formación de formadores
- Comunicación efectiva

**PROPUESTA DE VALOR**

- Servicio al cliente
- Oracle Retail
- CrediTía y Tarjeta Más
- Tía a Domicilio
- Programa microbiología
- Atributos y cambios de flujos
- Pick-up y Omnicanalidad
- Programa integral de manejo de frutas y verduras
- Digital customer experience
- Manejo y cuidado de plantas en la exhibición
- Seminario de refrigeración
- Productos Premium en la exhibición
- Manual de negociación

**SEGURIDAD, MEDIO AMBIENTE Y SALUD OCUPACIONAL**

- Brigadas de Emergencia
- Gestión Ambiental
- Prevención de hurto- robo
- Manejo Seguro de Equipos de Transporte
- Prevención de Accidentes
- Escuela de Carniceros

**FORMACIÓN CONTINUA**

- Maestrías de 3 colaboradores
- Analítica de datos para entornos cambiantes
- Taller de Sustentabilidad
- Educación Financiera
- Finanzas Avanzadas
- Metodología Ninebox

**ENTORNO VIRTUAL DE APRENDIZAJE (EVA)**

Nuestra plataforma Entorno Virtual de Aprendizaje (EVA) es una herramienta de capacitación en la que los colaboradores pueden mantenerse al día con los procesos de la compañía, temas de interés y de actualidad.

Alineados a los procesos de transformación digital, en el 2021 desarrollamos la app móvil de EVA, que cuenta con la misma funcionalidad de la web. Entre sus beneficios, permite a las personas acceder en cualquier momento, realizar sus cursos virtuales, y cumplir con su plan de capacitación. Además, emite certificado de los cursos realizados, tiene un chat interno para compartir dudas en línea y notificaciones de nuevas capacitaciones.

Actualizamos la plataforma web, con nueva imagen e interfaz que la hace más amigable e intuitiva. También migramos a un nuevo servidor, para mejorar la eficiencia y seguridad de la información.

**TÍA COMUNICA**



La comunicación interna nos ayuda a generar y fomentar la cultura y el clima laboral que queremos para nuestra organización. Tía Comunica es nuestra red de canales de comunicación interna que en 2021 evolucionó con la incorporación de un canal privado de YouTube. Además, utilizamos WhatsApp para crear grupos por sucursal y recibir la información directamente en su celular.

Las principales campañas de comunicación del 2021 fueron: “Tu trabajo suma”, “Actívate y reinvéntate”, “Educación financiera”, “Desde la primera ya es violencia”, “Qué es lo que realmente consumes”, y “No pasa nada hasta que pasa”.

Para evaluar la gestión de nuestras comunicaciones internas realizamos una encuesta de satisfacción de la comunicación recibida en el año. Nos da mucho orgullo compartir que el 88% de las personas consultadas se sienten identificadas o motivadas por la compañía y que el 85% está satisfecha con la gestión del área.

MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD 2021



+



**Capacitación presencial: 6**



**Hombres: 13,1  
Mujeres: 13,3**



**13,2**  
**horas de formación por año por persona**

**+1841%**  
vs 2020

**+268%**  
vs 2020

**+29%**  
vs 2020

**+79.000**

HORAS DE CAPACITACIÓN

**+9000**

USUARIOS ÚNICOS CAPACITADOS

**72**

CONVOCATORIAS

**71%**

TASA DE PARTICIPACIÓN

**8/10**

NOTA PROMEDIO DE EVALUACIÓN





¡Nuevo!

## CANAL DE YOUTUBE

**+6000**

visitas totales

**+10.000**

impresiones

**+500**

horas de reproducción



¡Nuevo!

## WHATSAPP

**108**

grupos

**+2300**

colaboradores adheridos a los grupos

**95%**

de satisfacción



## CORREO ELECTRÓNICO

**+7000**

colaboradores alcanzados

**76%**

aperturas

**CUIDAMOS EL CLIMA LABORAL**

Nuestra encuesta de clima laboral es una herramienta estratégica para impulsar la retención y fidelización de las personas. En 2021 fue dirigida a 7269 colaboradores y alcanzó una tasa de participación del 96%.

En la encuesta evaluamos la confianza de los líderes, la relación con el jefe directo y con el equipo, las oportunidades de desarrollo, satisfacción con la remuneración y beneficios, el ambiente laboral, la credibilidad, la imparcialidad de la organización y cómo fueron afectados por el contexto del COVID-19.

**96%  
de participación****85/100 nota  
de compromiso****82% opinión  
favorable sobre  
el clima laboral****HACIA UNA TRANSFORMACIÓN CULTURAL**

Mirando hacia el futuro que queremos para nuestra organización, impulsamos un proyecto de transformación cultural desde el equipo del área de Comunicación Interna y de Desarrollo Organizacional. El objetivo es profundizar en la percepción de marca empleadora de Tía para poder diseñar estrategias de transformación cultural.

En 2021 iniciamos el proyecto con cuatro conversatorios en los que alcanzamos a 45 colaboradores. En cada uno de ellos se realizó un diagnóstico sobre la percepción actual de la empresa. Cada conversatorio incluyó una sesión de mindfulness, para conectarse con el propósito de la acción; una evaluación personal, para que cada participante redescubra



sus habilidades y fortalezas; una evaluación de equipos de trabajo, para identificar los puntos de mejora y la forma en que pueden aportar con sus habilidades; y un análisis de resultados que muestra los dolores conscientes e inconscientes de la empresa y permiten tener un diagnóstico integral. Hacia 2022 tenemos el plan de extender la cobertura geográfica de los talleres y asignar actividades a los participantes para que contribuyan a construir redes laborales.



# DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

En Tía nos encontramos en un proceso de transformación, que se enmarca en una visión más amplia, como parte de nuestro grupo corporativo. En ese sentido, todas las empresas del Grupo de Narvaez renovamos nuestros valores en 2021 y nos alineamos a un propósito común. Uno de estos valores guía es la diversidad y la inclusión, reconociendo que fortalecen a la organización, su innovación y evolución.

Tía es una organización libre de discriminación, en donde la diversidad es bienvenida y se promueve la igualdad de oportunidades para todas las personas. Los procesos de selección y promoción, se basan en atributos como el desempeño laboral y actitudinal, eliminando cualquier posible sesgo discriminatorio.

Al ser la cadena de supermercados con mayor cobertura geográfica del Ecuador, nuestro equipo se caracteriza por su diversidad cultural. En este sentido, nuestra política corporativa promueve el respeto a las tradiciones de los pueblos, por lo cual en algunos de nuestros establecimientos las personas visten sus atuendos autóctonos en lugar del uniforme, dando visibilidad a un intercambio cultural positivo.

Promovemos la inclusión de personas con discapacidad, manteniendo el 4% de participación en nuestra nómina de acuerdo al art. 42 numeral 33 del Código de Trabajo. Al cierre del período, las personas con discapacidad representaban el 4,1% de nuestra fuerza laboral.

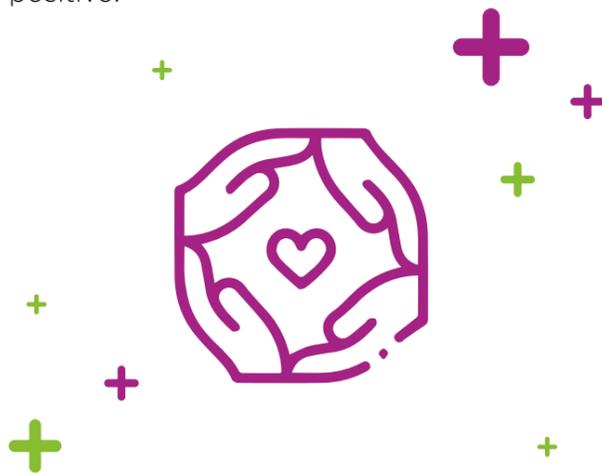
## TÍA INCLUSIVA

Queremos que cada vez más personas se sientan bienvenidas en nuestras tiendas, más allá de sus capacidades físicas o intelectuales. Por eso, llevamos a cabo una capacitación en lenguaje de señas, que alcanzó a más de 200 colaboradores. El objetivo fue sensibilizar al personal operativo sobre inclusión y darles herramientas para recibir a las personas con discapacidad auditiva en nuestras tiendas.

Además, usamos el canal Tía Comunica para sensibilizar al equipo sobre inclusión, darles recomendaciones para promoverla desde cada puesto de trabajo y mantenerlo informado acerca de todo lo que hacemos al respecto.



Mujeres	37,6%	3046
Hombres	62,4%	5059
<b>POR GRUPO DE EDAD</b>		
Menores de 30 años	73,0%	5917
Entre 30 y 50 años	26,0%	2111
Mayores de 50 años	1,0%	77
<b>POR ZONA GEOGRÁFICA</b>		
Costa	69,7%	5650
Sierra	25,4%	2057
Oriente	4,90%	398





## LA SALUD Y SEGURIDAD ANTE TODO

En nuestras operaciones, no hay nada más prioritario que la integridad y la seguridad de las personas.

Cada local cuenta con un sistema de gestión basado en los requisitos legales vigentes, que aplica a todos los colaboradores y clientes que se encuentren dentro de las instalaciones. En los Centros de Distribución contamos con un Sistema de Salud y Seguridad Ocupacional (SSO) estructurado en base a la normativa ISO 45001, que incorpora el cumplimiento de todos los requisitos legales y otros estándares internacionales. Es aplicable y se verifica el cumplimiento para todos los trabajadores, proveedores, contratistas, visitantes y cualquier persona que ingrese a las instalaciones de las bodegas.

Aplicamos una metodología de diagnóstico de la gestión de salud y seguridad por puestos de trabajo para locales y Centros de Distribución, con el objetivo de identificar las fuentes de peligro, realizar una valoración del riesgo y aplicar los controles respectivos para reducir o eliminarlos. Así podemos obtener una matriz de riesgo para cada cargo en locales y centros de distribución, en las que se incluyen todas las actividades de cada función, y que tipo de riesgos presenta.

Nuestro reglamento de SSO establece que los colaboradores pueden reportar actos y condiciones subestándares que se presenten en sus puestos de trabajo a través de los diferentes medios de consulta, participación y comunicación. Las reuniones permanentes de los Subcomités Paritarios de Seguridad y Salud de cada local y el programa de Seguridad Basada en Comportamiento (SBC) en los centros de distribución también sirven para este fin. Hacia el 2022 tenemos el objetivo de implementar el uso del sistema Orpheus para sistematizar estos reportes.

Todos los colaboradores tienen el derecho de retirarse de situaciones que puedan afectar su salud o bienestar y transmitirlos a fin de que se tomen las acciones necesarias. El reglamento de SSO indica que solo se pueden asignar tareas de alto riesgo a quienes posean las competencias específicas para la actividad.

Nuestro sistema de gestión SSO establece un procedimiento para indagar en los accidentes o incidentes. El departamento médico genera el reporte de diagnóstico del colaborador afectado indicando su valoración. Las áreas de Seguridad Industrial y Trabajo Social realizan el levantamiento de la información correspondiente a la investigación, revisión y evaluación de los hechos tan pronto haya sucedido. En caso de ser considerado un accidente, el sector de trabajo social lo reporta en la plataforma del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) y, el sector de seguridad industrial debe determinar la causa raíz que lo originó.

Evaluar las causas de los accidentes o incidentes nos permite identificar las fuentes, plantear medidas correctivas, preventivas y de mejora continua orientadas a evitar o eliminar el riesgo. Por último, se realiza el seguimiento al cumplimiento de las medidas determinadas y se verifica la eficacia de las acciones correctivas y preventivas y de mejora continua tomadas.

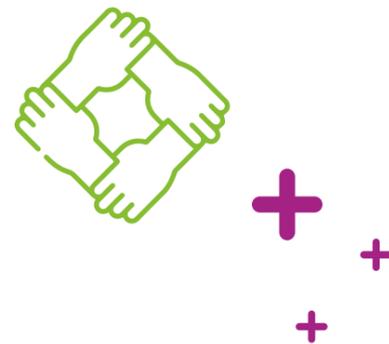
De este análisis surge que los mayores riesgos se encuentran en los equipos de transporte de carga y los equipos de sierra empleados en los procesos de la planta de producción de cárnicos, que generan las consecuencias más graves. Durante el período, la fuente de peligro que generó accidentes con mayores consecuencias fueron los caddies. No se han registrado dolencias y enfermedades laborales.

## CALIDAD DE VIDA DE NUESTRO EQUIPO

Sabemos que cuando las personas gozan de un bienestar integral, emocional y físico, y cuentan con un ambiente laboral saludable y armonioso, se potencia la innovación y la colaboración. Esto favorece la retención del talento, el incremento en la productividad y mejores niveles de servicio al cliente, así como mayores niveles de satisfacción laboral.

El plan de bienestar de Tía tiene una mirada integral, que alcanza a los colaboradores y a sus familias y contempla campañas de vacunación, visitas domiciliarias y programas de salud. Nuestro departamento de Bienestar Social, distribuido a nivel nacional, es responsable de la propuesta para nuestros

colaboradores, que en conjunto al Programa de Vigilancia de la Salud, ayudan en la prevención y atención de riesgos, cuidando la integridad de las personas.



PARA TODOS LOS EMPLEADOS

Fallecimientos por accidentes laboral	0	0
Lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias	2	45
Lesiones por accidente laboral registrables	41	2,95

# -71% en la cantidad de accidentes de trabajo

vs  
2020

\*Es importante mencionar que en el 2021 se presentó un +38,8% de incidentes de trabajo con consecuencias leves.

## PARTICIPACIÓN DE COLABORADORES Y TERCERAS PARTES

Nuestros trabajadores participan de manera activa en el desarrollo y revisión de las prácticas de Salud y Seguridad en el Trabajo (SST) y el desarrollo del sistema de gestión. Son consultados ante cualquier cambio que afecte a sus condiciones, tales como introducción de equipos nuevos, uso de nuevos materiales o sustancias químicas, nuevas construcciones en las instalaciones, nuevos procesos o procedimientos y otros.

También son consultados los contratistas y partes interesadas externas cuando haya cambios que afecten a las condiciones de salud y seguridad ocupacional de la organización o siempre que sea apropiado. Se les consulta ante cambios en los planes de emergencia, identificación de peligros que puedan tener impacto sobre los vecinos o procedan de ellos, cambios en requisitos legales, etc.

La información sobre los peligros y riesgos y el sistema de gestión de SST es compartida en todos los niveles y funciones aplicables de la organización según corresponda.

Contamos con un comité paritario de SSO central en la oficina matriz, compuesto por representantes de la empresa y representante de los trabajadores que sesiona de manera bi-mensual o cuando la situación lo amerite, y se encarga de discutir y revisar asuntos en materia de seguridad y salud en el trabajo. También, se conformaron subcomités paritarios de SSO en las localidades y centros de distribución integrados por representantes de los trabajadores y de la empresa, que se reúnen de manera mensual y, en caso de requerirse, de manera extraordinaria.

## FORMACIÓN EN SALUD Y SEGURIDAD

- Programas de capacitación vigentes para personal y contratistas, que incluyen aspectos de Salud y seguridad ocupacional.
- Inducciones a personal nuevo
- Inducciones a personal de obra
- Escuela de jefes
- Programa SBC Seguridad Basada en el Comportamiento (Centros de distribución)
- Capacitación ISO 45001
- Curso de Salud Preventiva en EVA

**7531**  
COLABORADORES

CAPACITADOS EN TEMAS DE SSO

**5077**  
COLABORADORES

CAPACITADOS EN MANEJO DE EMERGENCIAS

**5288**  
COLABORADORES

CAPACITADOS MEDIANTE EVA

**6016**  
HORAS HOMBRE

DE CAPACITACIÓN EN TOTAL

Además, realizamos prácticas de evacuación, simulacro de emergencias y capacitaciones de brigadas, para estar preparados ante emergencias. En algunos locales se suma la participación de bomberos o policías. Se realizaron prácticas de simulacro en los centros de distribución y en las oficinas de Guayaquil y Quito.

**229**  
BRIGADISTAS

CAPACITADOS

**1400**  
HORAS HOMBRE

DE CAPACITACIÓN MEDIANTE EVA

Las tasas se calcularon por cada 200.000 horas trabajadas

**IG:** días perdidos por lesiones \* 200 \* 1000 / horas hombre trabajadas

**IF:** # sucesos registrables \* 200 \* 1000 /horas hombre trabajadas

**TR:** Días perdidos por accidente /# de accidentes registrables

Para la tasa se utilizó el cálculo de la tasa de riesgo considerando cantidad de accidentes y días perdidos por accidentes.

“Para mi es un orgullo pertenecer a la gran familia Tía, y poder colaborar con un granito de arena al proceso de vacunación, ya que así gozamos de salud para dar lo mejor en nuestro trabajo y en el hogar.”

**GENARO BAJAÑA**  
Jefe de local 142



## PROGRAMA DE VIGILANCIA DE LA SALUD

Nuestro programa integra la planeación, organización, ejecución y evaluación de las actividades de higiene, seguridad y medicina preventiva, y tiene por objetivo cuidar la salud de los trabajadores. Incluye a los programas de prevención tabaco, alcohol, drogas, prevención de VIH-SIDA, salud reproductiva y riesgo psico-social.

Es acompañado con actividades como campañas de vacunación, desparasitación, alimentación saludable y prevención de enfermedades metabólicas, chequeos de presión arterial, charlas sobre ergonomía, prevención de enfermedades adquiridas a bajas temperaturas, RCP y manejo de emergencias, estrés laboral y prevención del COVID-19.

Complementariamente, incluye la atención médica en consultorios y un servicio de telemedicina. Contamos con cuatro dispensarios médicos a nivel nacional para promover y proteger la salud de los colaboradores, disminuir riesgos y dar seguimiento a enfermedades profesionales o accidentes laborales.

Ponemos esfuerzo en la comunicación de los programas y actividades para promover su acceso, que es apoyado por Trabajo Social.

**99,86%**

de nuestros colaboradores obtuvo el esquema completo de vacunación contra el covid-19 en 7 meses.

## ACCIONES DESTACADAS DE 2021

### VACUNACIÓN COVID-19

Logramos una campaña de vacunación ágil para nuestro equipo gracias al esfuerzo de gestión de Trabajo Social y la coordinación logística de Recursos Humanos.

Además, entregamos 100 dosis al personal de transporte de proveedores.



“En los 18 años que llevo en la compañía, me han motivado e inculcado la responsabilidad que tenemos con nuestros colaboradores, sus familias y la comunidad. Durante el proceso de vacunación, todos fuimos conscientes de la urgencia y tuvimos contamos con el apoyo del área de Recursos Humanos cada segundo del proceso.”

**FERNANDA CASTILLO**  
Supervisora zonal



## OTRAS CAMPAÑAS DE VACUNACIÓN



**5961** **colaboradores inoculados gracias a alianzas con centros de salud públicos y privados.**

### ATENCIÓN POR TELEMEDICINA

Disponible para todos nuestros colaboradores y sus familiares, descargando presión al sistema de salud.

### MEDICINAS Y KITS DE VITAMINAS

Entregamos un kit de vitamina C, eucamiel, triple C forte, a nuestros colaboradores de bodega y de operaciones, para ellos y sus familias.

Hepatitis	607
Influenza	1580
Antitetánica	1674
Sarampión y rubéola	2020
Fiebre amarilla	80
<b>TOTAL</b>	<b>5961</b>

### PRÉSTAMOS POR SALUD

Crédito para acceso a consultas privadas y compra de medicación, con el apoyo de la trabajadora social.

### ENTREGA DE PRÓTESIS

Ayudamos a tres colaboradores a acceder a prótesis de brazos, pierna y pie, por un valor de mercado de \$9000.

### BENEFICIARIOS DE PRÓTESIS

Jeferson Coronado

Johnny Tomala





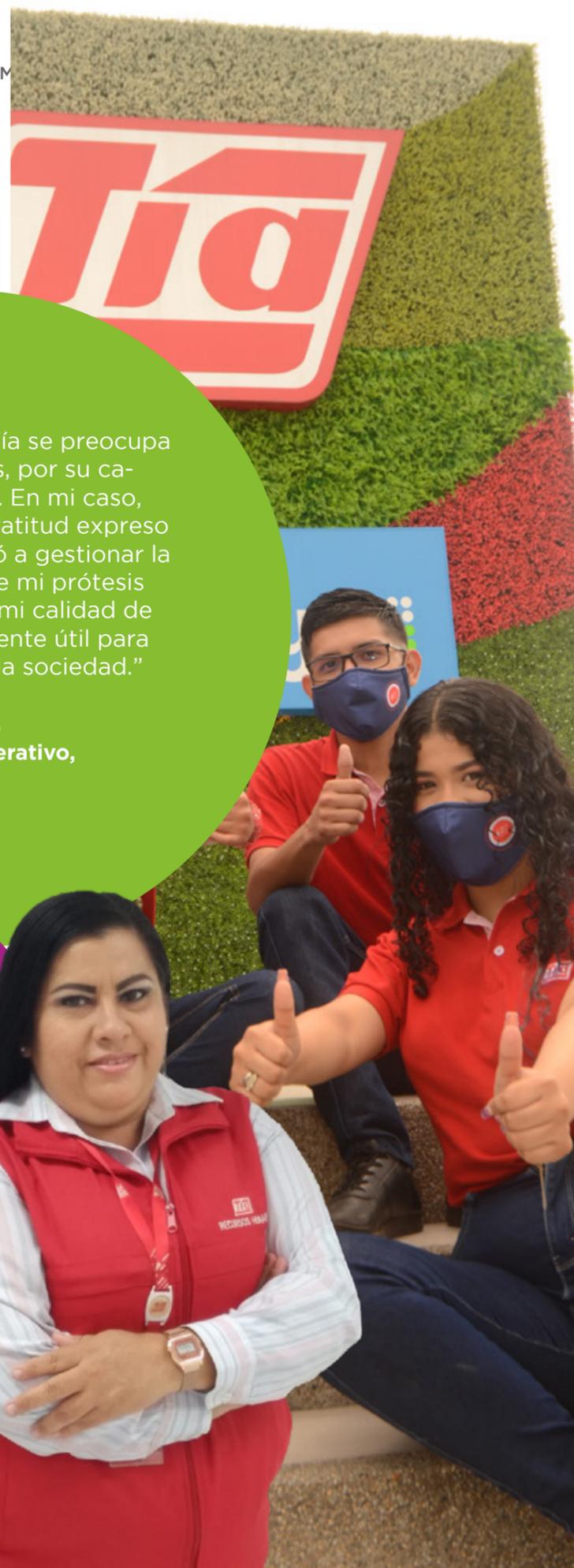
“

“Doy fe que Tía se preocupa por los demás, por su calidad humana. En mi caso, con mucha gratitud expreso que me ayudó a gestionar la adquisición de mi prótesis para mejorar mi calidad de vida y ser un ente útil para la empresa y la sociedad.”

**LUIS PISANGO**  
Trabajador operativo,  
local 443

“Como Trabajadora Social me llena de satisfacción ayudar a nuestros colaboradores con discapacidad física que necesitan de una prótesis, ya que esta desempeña un papel importante para mejorar su estilo y calidad de vida, la felicidad que ellos transmiten al momento de recibirla es única, es un trabajo arduo pero muy satisfactorio.”

**ALEXANDRA MALDONADO**  
Trabajadora Social



### PREVENCIÓN DEL COVID-19

En un nuevo año marcado por la pandemia, reforzamos las campañas de sensibilización y conciencia sobre la importancia de la prevención, y la promoción del bienestar.

Se mantuvieron las medidas protocolares de higiene y limpieza de todas las superficies de oficina, locales y centros de distribución, se realizaron sanitizaciones y desinfecciones periódicas, y se distribuyeron protectores faciales para colaboradores de caja a nivel nacional.

Continuamos la modalidad de teletrabajo para quienes lo pudieran hacer, con base en aforos dispuestos por el Comité de Operaciones de Emergencias cantonal, y el uso de tarjeta de entrada virtual con código QR, para minimizar el contacto.

En el sector de Logística, verificamos que todas las personas que conduzcan transportes, ya sean proveedores o colaboradores, cuenten con las dosis de vacunación correspondientes. Para eso, desde Tía facilitamos 100 dosis a personal de proveedores complementarios. Adicionalmente, realizamos una evaluación médica previo al ingreso y brindamos capacitaciones con respecto a seguridad industrial con la finalidad de que se cumplan con nuestros altos estándares de salud y seguridad en las operaciones.



### HISTORIAS DE COVID

Para renovar el compromiso con la prevención desarrollamos la campaña "Historias de Covid" que puede encontrarse en el canal de YouTube de Tía Comunica.

“

“Fuimos muchos los que lloramos porque perdimos a alguien que amábamos. Cada día era una batalla entre el miedo y la voluntad de seguir adelante. Pero en este gran equipo Tía no se escatimaron esfuerzos para cuidar a nuestra gente. La vacuna fue la misericordia de Dios en manos humanas, fue la oportunidad que miles no tuvieron pero que nosotros bendecidamente alcanzamos.”





5



COMUNIDAD

# EL EFECTO TÍA EN LA COMUNIDAD



**Trabajamos todos los días con el propósito de mejorar la calidad de vida de nuestros clientes y sus comunidades, creando experiencias relevantes con marcas honestas, y generando oportunidades de empleo y desarrollo para cada vez más personas a lo largo y ancho del Ecuador.**

Sabemos que el alcance geográfico de Tía es el principal motor de nuestro impacto en el desarrollo de las economías regionales. Lo que llamamos El Efecto Tía es generar crecimiento y desarrollo alrededor de cada una de nuestras 242 tiendas ubicadas en 109 ciudades de 22 provincias.

Son las oportunidades de crecimiento que nacen con cada nueva tienda para una extensa cadena de valor que incluye a nuestros colaboradores, clientes, proveedores, socios y

emprendedores locales. Así lo hicimos este año para las más de 8100 personas que forman parte de nuestro equipo y 1000 proveedores y aliados estratégicos que nos brindan servicio (92% de nuestros proveedores son de origen nacional) y para las más de 800.000 familias que encuentran los productos que necesitan en nuestras tiendas todos los días.

El Efecto Tía es impulsar a los emprendedores locales y productores regionales, para que puedan profesionalizarse y hacer crecer sus negocios, desde nuestras perchas.

Es cuidar la salud y el bienestar de la comunidad. De eso se trató nuestro esfuerzo por impulsar la campaña de vacunación contra el Covid-19, con la que nos convertimos en la primera compañía nacional en brindar incentivos a las personas vacunadas. También desde el inicio de la pandemia, entregamos kits de productos básicos alimenticios para apoyar a las comunidades cuando más nos necesitan.

Y es crear momentos de encuentro y alegría para las familias ecuatorianas, con nuestras campañas y celebraciones. Todo eso, todos los días, es El Efecto Tía.

## TODO LO QUE CREAMOS DE MANERA INDIRECTA

El Efecto Tía es el resultado de la inversión que desarrollamos para hacer crecer nuestro negocio en el país. En 2021 seguimos invirtiendo en la expansión del alcance geográfico de Tía y en el desarrollo socioeconómico nacional. Nuestro plan de inversiones concretó la apertura de 10 locales en el año, creando 240 nuevas oportunidades de empleo y desarrollo para las personas de la región Costa, la Sierra y el Oriente.

“

Fue maravilloso contar con el apoyo de la empresa para poder gestionar la vacunación. Poder movilizar a compañeros de varias ciudades, inclusive a sus familiares y saber que no tendrían que esperar más para ser inmunizados, me deja una gran satisfacción.”

**LUZVENIA VERA**  
Jefe de local 372



## EJES DE TRABAJO

### DESARROLLO LOCAL

Contribución económica directa e indirecta y programas de inversión social en las comunidades vecinas.

### VACUNACIÓN COVID-19

Incentivo para cumplir con el plan de vacunación para cuidar a nuestros clientes, sus familias y la comunidad nacional.

### DESPERDICIO CERO

Revalorización de productos aptos para consumo para que puedan llegar a quienes más los necesitan y reducir el desperdicio.

### NUTRICIÓN RESPONSABLE

Promoción de hábitos de alimentación y nutrición responsable entre nuestras comunidades.

# IMPULSAMOS EL DESARROLLO SOCIAL SOSTENIBLE



**USD 19.664.056**  
INVERTIDOS EN  
DESARROLLO  
DE LOCALES

**USD 80.000**  
EN DONACIONES

**USD 458.267.380**  
MILLONES EN COMPRAS  
A PROVEEDORES



**+ 100.000**  
PERSONAS  
PARTICIPARON  
DE LAS CAMPAÑAS

**+ 60.000**  
KITS DE ALIMENTOS  
ENTREGADOS

**3** AUTOS 0 KM  
DE PREMIO  
ENTREGADOS



**24** TONELADAS  
DE ALIMENTOS  
REVALORIZADOS

**USD 75.000**  
EN PRODUCTOS

**80.000**  
BENEFICIARIOS  
DE SECTORES  
VULNERABLES



**230** AFICHES  
EN TIENDAS  
DE NUESTRA  
CAMPAÑA

**100** MADRES  
DE FAMILIA  
CAPACITADAS  
EN NUTRICIÓN



# TODO LO QUE CREAMOS DE MANERA INDIRECTA

El Efecto Tía es el resultado de la inversión que desarrollamos para hacer crecer nuestro negocio en el país. En 2021 seguimos invirtiendo en la expansión del alcance geográfico de Tía y en el desarrollo socioeconómico nacional. Nuestro plan de inversiones concretó la apertura de 10 locales en el año, creando 240 nuevas oportunidades de empleo y desarrollo para las personas de la región Costa, la Sierra y el Oriente.

**USD 25.407.087**  
INVERTIDOS EN ECUADOR

**USD 80.000**  
EN DONACIONES

**USD 458.267.380**  
MILLONES EN COMPRAS A PROVEEDORES

## CUANDO CADA TIENDA QUE INAUGURAMOS HAGA CRECER TODO A SU ALREDEDOR: ESO ES EL EFECTO TÍA

Cuando una tienda Tía llega a una nueva comunidad se pone en movimiento una cadena de oportunidades para las personas, proveedores y productores locales. Y este impacto se refleja puertas afuera de nuestras tiendas: en un nuevo dinamismo comercial y económico de la zona; en los nuevos negocios complementarios que florecen alrededor, como farmacias, restaurantes, tiendas de ropa, etc. e incluso de tiendas de competencia directa e indirecta.

Así, en 2021 trabajamos junto a 1160 proveedores, de los cuales 160 se sumaron a nuestro portafolio en este periodo. El 92% son de origen local.

Este movimiento, tan beneficioso para la economía local, las personas de las comunidades y para el país es lo que llamamos El Efecto Tía.

**USD 4.386.033**  
INVERTIDOS EN TECNOLOGÍA

**USD 19.664.056**  
INVERTIDOS EN DESARROLLO DE LOCALES

**USD 1.356.997**  
INVERTIDOS EN CENTRO DE DISTRIBUCIÓN Y OTROS

## IMPULSO A LAS MUJERES EMPRENDEDORAS

Con la visión de ayudar a la reactivación económica, firmamos un convenio con la alcaldía de Samborondón para ofrecer beneficios y apoyo al desarrollo emprendedor local. El convenio firmado en junio, benefició a 3500 emprendedoras del Centro de Emprendimiento y Optimización Municipal (CEYOM) de la ciudad.

Las emprendedoras recibieron la tarjeta "La Samborondeña" por parte del Municipio de Samborondón a través de la cual pudieron acceder a un descuento del 6% en compras en nuestras tiendas para potenciar su producción y a participar de las ferias que realizamos exponiendo sus productos.

**3500**  
**empreendedoras**  
**beneficiadas**

"Tía, por ser una empresa muy preocupada por sus colaboradores nos incentivó a gestionar la vacunación contra el COVID-19 de todo nuestro equipo de trabajo. En muy pocos días logramos vacunar a todo nuestro personal y de ese modo preservar la salud de nuestras familias y clientes."



JOSÉ ILBAY  
Supervisor zonal

# IMPULSAMOS LA VACUNACIÓN CONTRA EL COVID-19



Gracias al avance de las campañas de vacunación, el 2021 estuvo marcado por una sensación de esperanza y confianza en la pronta recuperación de la normalidad perdida por la pandemia del Covid-19. Fieles a nuestro compromiso con las personas, nos concentramos en ayudar a acelerar este proceso de inmunidad, incentivando la vacunación en todo el país.

En junio, lanzamos la campaña “Solo en Tía, tu vacuna te premia” con el propósito de incentivar el cumplimiento del plan de vacunación completo, y así cuidar de nuestros clientes, sus familias y la comunidad nacional.

La campaña invitó a las personas que hayan recibido su vacuna a partir del lanzamiento a acercarse al local más cercano a retirar un kit de productos básicos de alimentación, con la sola presentación de su carnet de vacunación y la tarjeta Más. Fué un éxito rotundo: entregamos 60.000 kits a personas recientemente vacunadas! La campaña fue posible gracias al apoyo de nuestros proveedores que aportaron para el armado de 30.000 kits.

En julio presentamos la campaña “En el día 100 solo en Tía premiamos a los que se han vacunado”, que incluyó el sorteo de tres vehículos Chevrolet Beat 0 km (uno por región) y 100 órdenes de compras de \$100. Gracias al

apoyo de la Junta de Beneficencia de Guayaquil, el 8 de septiembre realizamos el sorteo que se transmitió a través de los medios de la Lotería Nacional, entre los 46.566 participantes. La condición para participar era acreditar la vacunación de 1era o 2a dosis y contar con la tarjeta Más.

Además, pusimos nuestros recursos a disposición de la ciudadanía para que las personas puedan consultar el lugar de vacunación, de manera completamente gratuita, desde las tiendas, nuestro portal web, nuestro Chatbot y nuestra línea telefónica 1800-TIA-TIA.



**+100.000**  
**personas**  
**participaron de**  
**las campañas**



**+80.000**  
**kits de alimentos**  
**entregados**



**3 autos**  
**0 km de premio**  
**entregados**

“Ser parte de la campaña de vacunación fue unas de las mejores experiencias de mi vida. Tuve la oportunidad de relacionarme y compartir momentos con la familia Tía. La mayor satisfacción fue que muchos compañeros y familiares disfrutaron de este beneficio.”

SILVERIO  
DEMERA

## COMPROMISO DESPERDICIO CERO

Según datos de Naciones Unidas una quinta parte de toda la comida que se produce en el mundo acaba en los cubos de basura de las casas, restaurantes y otros servicios. Como una de las compañías más grandes de comercialización de alimentos, sabemos que tenemos un gran poder de dar vuelta estas cifras y con ello, una gran responsabilidad.

Por eso, uno de los ejes de nuestro trabajo con la comunidad, que se articula con nuestro compromiso con el ambiente es la reducción del desperdicio y la revalorización de alimentos. Con este propósito lanzamos en 2021 la iniciativa Compromiso Desperdicio Cero, que tiene el objetivo de revalorizar los alimentos que aún están aptos para el consumo, pero que por cumplimiento de las políticas internas y externas no pueden estar exhibidos en el local, para que puedan llegar a quienes más los necesitan.

La campaña implicó que realizáramos modificaciones en nuestros procesos logísticos para lograr canalizar los productos a las organizaciones de la sociedad civil con capacidad de darle una gestión inmediata. Para ello, realizamos alianzas con el Banco de Alimentos Diakonía; el Centro del Muchacho Trabajador; la Fundación Cleotilde Guerrero, y el Banco de Alimentos de Portoviejo. Cada una de estas organizaciones se ocupó de retirar los productos en los puntos acordados y utilizarlos en sus comedores o centros para alimentar a familias de escasos recursos de sectores vulnerables de las distintas comunidades, maximizando el valor social positivo y reduciendo el impacto en el ambiente.

**24 toneladas  
de alimentos  
revalorizados**

**USD 75.000  
en productos**

**80.000  
beneficiarios  
de sectores  
vulnerables**

COMPROMISO  
DESPERDICIO  
**CERO**



# CERCA DE LAS FAMILIAS ECUATORIANAS

## APOYAMOS LA ECONOMÍA DE QUIENES NOS ELIGEN

La crisis derivada del freno económico ocurrido en 2020, dejó huellas en la economía de los ecuatorianos que se mostraron muy conscientes de sus gastos, priorizando precios en sus elecciones de consumo. Con nuestro propósito en mente, nos ocupamos de acompañar a las personas con campañas y promociones que les ayudarán a acceder a los bienes, apoyándonos en nuestras propuestas de crédito y programas de fidelización.

Acompañamos la economía de las familias ecuatorianas con nuestra propuesta de precios accesible, así como con beneficios y premios para clientes del programa de fidelización Más, que registró más de 3 millones de personas activas durante el 2021.

Entre julio y septiembre presentamos la campaña Raspatía, por la cual por cada compra superior a \$10 se le entregaba al cliente una raspadita. Absolutamente todas tenían algún premio, como kit de electrodomésticos, tarjetas obsequio, puntos y cupones de descuento. Se entregaron más de 1,6 millones de premios, gracias al apoyo de 228 proveedores que acompañaron desde 257 marcas.

Además, desde nuestro programa de fidelización Tarjeta Más 2.995.200 clientes recibieron puntos y 819.281 (27,35%) redimieron por premios que les ayudaron a aliviar su economía. En mayo y diciembre, realizamos una campaña de compra de puntos más con el vuelto, al valor de 1 centavo el punto, cuando normalmente el punto se acumula por \$1, con lo cual las personas pudieron multiplicar sus puntos y acceder a más beneficios. De la

misma manera, con la campaña Canje imperdible, incentivamos el canje de productos a un menor valor del habitual, ayudando a las familias a acceder a aquello que necesitaran con puntos Más. Así por ejemplo, se canjearon más de 12.000 unidades de leche en polvo y 46.000 de detergente en polvo, entre personas que antes no compraban estos productos, mayoritariamente.

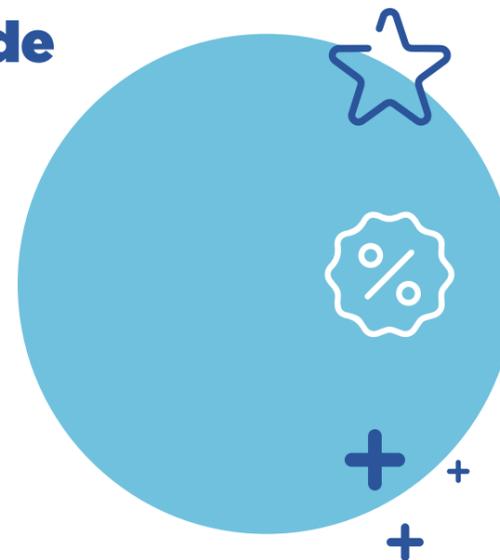
También continuamos nuestro apoyo a los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano, y a personas con discapacidad y jubilados.



**1,6 millones de premios**

**228 proveedores nos apoyaron**

**257 marcas**



DESCUENTOS		
	2021	Evol 21-20
Bono de Desarrollo Humano	USD 652.906	73,08%
Personas con capacidades especiales	USD 377.315	7,28%
Jubilados	USD 434.329	50,80%
<b>Total descuentos</b>	<b>USD 1.464.551</b>	<b>44,01%</b>

PERSONAS ALCANZADAS CON LOS DESCUENTOS		
	2021	Evol 21-20
Bono de Desarrollo Humano	224.805	66,28%
Personas con Capacidades Especiales	98.182	18,89%
Jubilados	103.902	14,56%
<b>Total Personas Alcanzadas</b>	<b>426.889</b>	<b>38,39%</b>



## PROMOVEMOS HÁBITOS DE NUTRICIÓN SALUDABLES

La desnutrición y la malnutrición son dos caras de la misma moneda que afectan a las familias ecuatorianas, en particular a los sectores más vulnerables. Parte de nuestro propósito es brindar una propuesta de alimentos accesibles y saludables para acompañar el desarrollo saludable de las personas, desde la primera infancia. Por eso nos unimos al Ministerio de Salud Pública del Ecuador y la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) para apoyar la difusión de las Guías Alimentarias Basadas en Alimentos (GABAS).

Realizamos campañas de comunicación en nuestras tiendas y canales digitales para difundir los mensajes de las guías acerca de la correcta alimentación para una nutrición saludable. Compartimos videos orientados al público infantil y más de 230 afiches en tiendas.

Además, organizamos talleres de nutrición infantil para 100 madres de familia de la fundación Acción Solidaria en Guayaquil. Las actividades se realizaron con la colaboración de la Dirección de la Mujer del Municipio en las instalaciones de la fundación y la casa comunal en el sector del Guasmo. Los contenidos de nutrición compartidos estuvieron alineados a las GABAS anteriormente mencionadas.

## COMPARTIMOS NUESTRA CLÁSICA ENCENDIDA DEL ÁRBOL

Gracias al panorama de evolución favorable de la pandemia y con ganas de contagiar el optimismo de las Fiestas, en noviembre de 2021 retomamos nuestras tradicionales encendidas de árboles de manera presencial.

Estos eventos son muy especiales para las familias, incluyen shows navideños, la llegada de Papá Noel y la encendida del árbol. Encendimos tres árboles en Quito, dos en Guayaquil y uno en Playas, en el malecón de la ciudad. Con todas las medidas de bioseguridad necesarias, recibimos a miles de personas, y recolectamos más de 6000 cartas de niños para Papá Noel. Como regalo de Navidad, en cada uno de los siete árboles sorteamos un Nintendo Switch, una tablet Samsung y una bicicleta para llevar alegría a los niños de la comunidad.

## CLUB MATEMÁTICOS

Es un programa de formación complementaria dirigido a los hijos de jefes y coordinadores de locales en etapa escolar. El objetivo del programa es fomentar la estimulación cognitiva y el desarrollo en las destrezas matemáticas. Como actividades complementarias se realizaron 4 talleres de sensibilización a los padres de familia sobre psicología positiva, comunicación asertiva, y autoestima en niños.



**Participaron  
275 niños  
de entre  
6 y 12 años**

## INSPIRAMOS EL CAMBIO EN LA COMUNIDAD

Auspiciamos Los Juegos del Cambio, el primer interescolar nacional de educación ambiental basado en proyectos que impulsa la organización civil Yo siembro. Durante 30 días, los equipos de estudiantes de 5to y/o 6to EGB y su tutor participaron en Eco-retos, Eco-trivias y diseñaron un Eco-proyecto para conocer, jugar y crear una solución práctica a una problemática ambiental de la vida real.

El lanzamiento que se realizó de manera virtual alcanzó una audiencia de 15.000 personas, y contó con la presencia de la Ministra de Educación, María Brown y del Ministro de Ambiente, Agua y Transición Ecológica, Gustavo Manrique.





**PLANETA**

# CUIDAMOS EL AMBIENTE

**Sabemos que El Efecto Tía conlleva un impacto muy positivo en las personas y el desarrollo económico, pero que debe ser acompañado con una gran responsabilidad por la huella que tiene en el ambiente.**

**Queremos ser un ejemplo de responsabilidad ambiental en el Ecuador, que inspire el cambio necesario para alcanzar un desarrollo sostenible.**

Nuestra gestión ambiental se basa en diferentes ejes que involucran transversalmente a todas las áreas y sectores operativos. Por eso, depende del compromiso y del involucramiento de cada una de las personas de nuestro equipo. Mediante el Entorno Virtual de Aprendizaje (EVA) impulsamos su formación en temas ambientales y en 2021, capacitamos a 466 colaboradores de los centros de distribución y 5624 colaboradores de los locales.

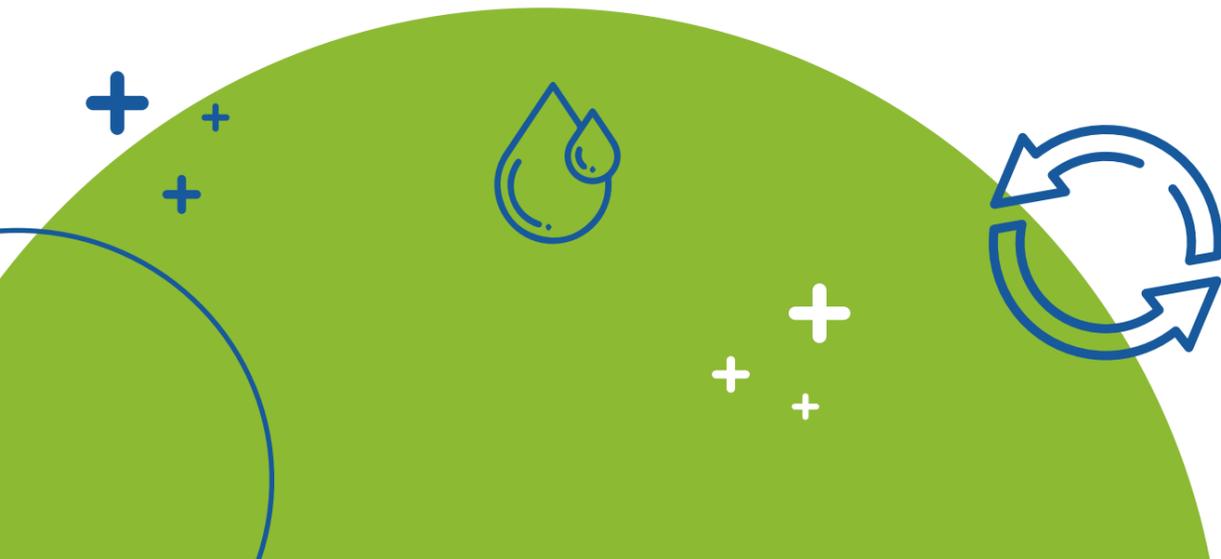
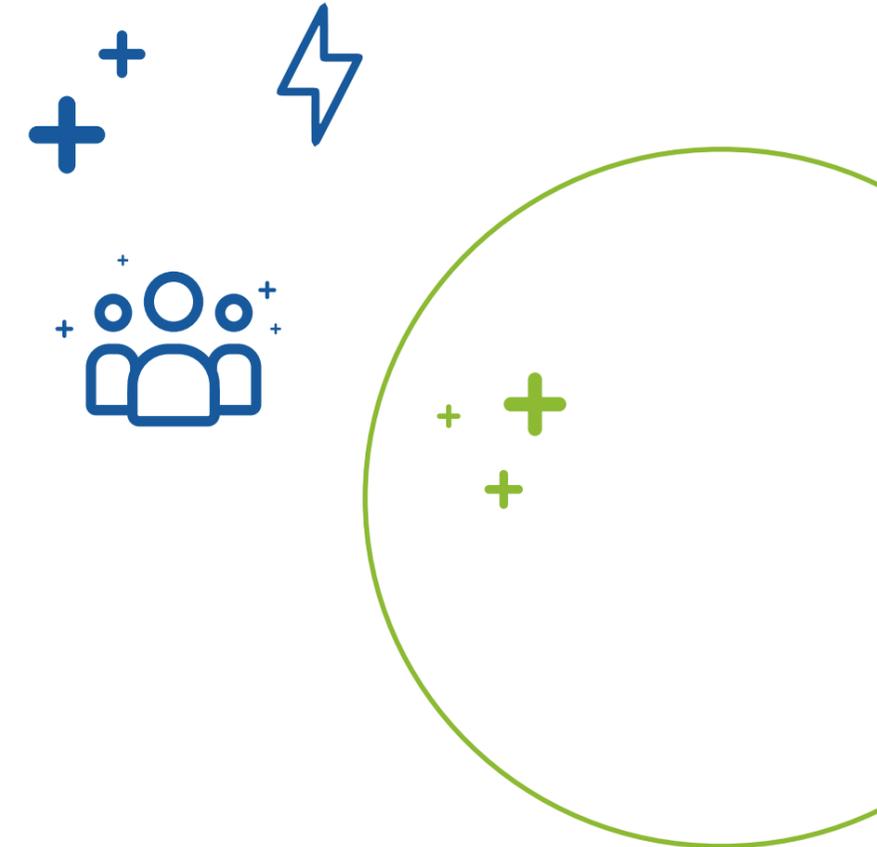
Dentro de nuestras operaciones, trabajamos en la gestión de materiales, desde que son recursos hasta que son productos. Promovemos la eficiencia del uso de materiales, con la disminución de envases y la gestión adecuada de residuos para impulsar que tengan una segunda vida útil. También, hacemos énfasis en el consumo responsable de recursos, como la energía eléctrica. En el 2021 logramos implementar dos nuevas fases del Proyecto de Eficiencia Energética, para registrar y monitorear los consumos en locales, oficinas y depósitos, identificar consumos ineficientes y desarrollar estrategias de reducción.

La estrategia de logística es central en nuestra gestión de impactos ambientales. Se basa en optimizar al máximo la ocupación de nuestras unidades de transporte y las rutas, para lograr que sea lo más sustentable posible.

## FORMACIÓN EN TEMAS AMBIENTALES

**466**  
colaboradores  
Centros de distribución

**5624**  
colaboradores  
Locales



# PLAN DE MANEJO AMBIENTAL

**El Plan de Manejo Ambiental define las medidas y acciones para prevenir, medir y mitigar los impactos de nuestras operaciones en el ambiente y establecer objetivos de mejora. Establece la responsabilidad de cumplir con las normativas ambientales correspondientes y el compromiso de trabajar para reducir progresivamente la huella ambiental de nuestras operaciones.**

El área de Medio Ambiente es responsable del cumplimiento, control y mejora de lo que el Plan de Manejo Ambiental establece para las sucursales y los centros de distribución. Utiliza la tecnología de la plataforma TIA CHECK para dar seguimiento y control estos indicadores y realiza inspecciones virtuales a los locales que se validan con el Sistema Orpheus.

Para cada locación de Tía se desarrolla un plan de monitoreo. Dentro de la gestión ambiental realizada en el 2021, se realizaron monitoreos ambientales a 15 sucursales en los diferentes parámetros como agua, ruido, aire y ondas electromagnéticas con el fin de dar cumplimiento a los expuesto en la normativa ambiental vigente.

Las auditorías, el seguimiento y verificación constante de los resultados del plan de manejo ambiental así como de los monitoreos de aspectos ambientales nos permite tomar acciones preventivas y establecer una cultura de mejora continua dentro de la organización.

Durante el 2021 se presentaron 72 informes ambientales de cumplimiento conforme lo establece la normativa vigente. En cuanto a los permisos ambientales de funcionamiento, se han regularizado en su totalidad para los locales que se encuentran en fase de operación.

## MANUAL DEL SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL Y SOCIAL DE TIA S.A.

Tomando como referencia los estándares establecidos por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y los estándares de responsabilidad ambiental y social del corporativo TIA S.A., se elaboró el manual del Sistema de Gestión Ambiental y Social, el cual contribuye a describir nuestras acciones para nuestros colaboradores y grupos de interés. Este manual se encuentra conformado de 11 capítulos que reflejan las diferentes actividades que se realizan dentro de TIA S.A.

El objetivo de este manual es definir y establecer el compromiso de ejecutar las diferentes actividades dentro de los parámetros de responsabilidad ambiental y desarrollo sostenible que todas las áreas de la empresa están relacionadas.

## ELABORACIÓN DE LA POLÍTICA DEL SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL Y SOCIAL

A partir del manual, se elaboró la política del Sistema de Gestión Ambiental y Social que se encuentra actualmente aprobada y contempla mantener la implementación y las responsabilidades, para la mejora continua hacia el desarrollo sostenible.

## SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

Se realizó el seguimiento y control al cumplimiento de los indicadores establecidos dentro del Manual del Sistema de Gestión Ambiental y Social, el cual prevé identificar las principales actividades que cada área gestiona, para mantener su cumplimiento.



## POR UNA LOGÍSTICA SUSTENTABLE

Sabemos que el transporte y la distribución de mercadería son responsables de la mayor cantidad de la huella de carbono de nuestras operaciones. A la vez, son fundamentales para el desarrollo exitoso de nuestra gestión comercial. Por eso, diseñamos estrategias de logística que buscan optimizar al máximo la ocupación de nuestras unidades de transporte y las rutas, y hacerla lo más eficiente y sustentable posible.

Desarrollamos un plan de rutas de distribución, que son ajustadas periódicamente dependiendo del flujo de despacho, y permiten 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 2021, logramos incrementar la ocupación del transporte desde el Centro de Distribución hacia los locales con respecto al período anterior. Esta optimización de la cantidad de viajes realizados por traspaso de mercadería entre los centros, logró un ahorro del 19,6% en el costo por metro cúbico transportado.

**Disminuimos casi un 20% del costo por metro cúbico transportado gracias a la optimización de la cantidad de viajes realizados por traspaso de mercadería entre nuestros centros de distribución.**



## EJES DE TRABAJO

### FORMACIÓN EN AMBIENTE

Capacitamos a nuestros equipos en buenas prácticas ambientales.



### USO EFICIENTE DE RECURSOS

Consumo responsable de energía, agua y refrigeración.



### PREVENCIÓN Y GESTIÓN RESPONSABLE DE RESIDUOS

Promover la prevención de la generación de desechos y gestionar adecuadamente, valorizando la fracción orgánica y el material reciclable o reutilizable.



### PACKAGING Y EMBALAJES

Mejora del impacto ambiental de los envases y embalajes, tratándolos como recursos valiosos que puedan ser reutilizados, recolectados y reciclados.



# RESPONSABLES DEL IMPACTO AMBIENTAL



**466**  
COLABORADORES  
CENTROS DE  
DISTRIBUCIÓN

**5624**  
COLABORADORES  
LOCALES



**72.093.800 KWH**  
CONSUMO ENERGÍA

**5,34**  
MEGALITROS  
CONSUMO DE AGUA



**-2,25%** vs 2020  
USO DE PLÁSTICO

**337.517,15 kg**  
RESIDUOS  
RECUPERADOS

**2968 kg** DE  
MATERIA ORGÁNICA  
TRANSFORMADA  
EN ABONO



**70%**  
COMPOSICIÓN  
FUNDAS  
POLIETILENO  
RECICLADO  
POSTCONSUMO



# DARLE VALOR A LOS RECURSOS

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

Nuestra gestión ambiental incorpora un enfoque de economía circular, que se basa en el uso eficiente de los materiales, la reducción y gestión adecuada de residuos, para valorizar los recursos y que puedan volver al circuito productivo como nuevo producto.

Para eso, nuestra gestión de materiales comprende la recolección, clasificación y el transporte de materiales, como plástico y cartón, desde los puntos de venta hacia los centros de distribución. Allí, son separados de acuerdo a su naturaleza y posibilidad de reciclaje o reutilización. Luego son acopiados y comercializados a un gestor ambiental autorizado.

Por ejemplo, los pallets son un insumo vital para nuestra operación en tanto posibilitan el traslado de mercadería. Trabajamos para extender su ciclo de vida, incorporando la reparación de pallets a nuestras operaciones para evitar que se conviertan en residuo y puedan seguir funcionando como recurso. Aproximadamente un 74% de los pallets que presentan averías son ingresados nuevamente a los procesos logísticos en el centro de distribución posterior a su reparación.

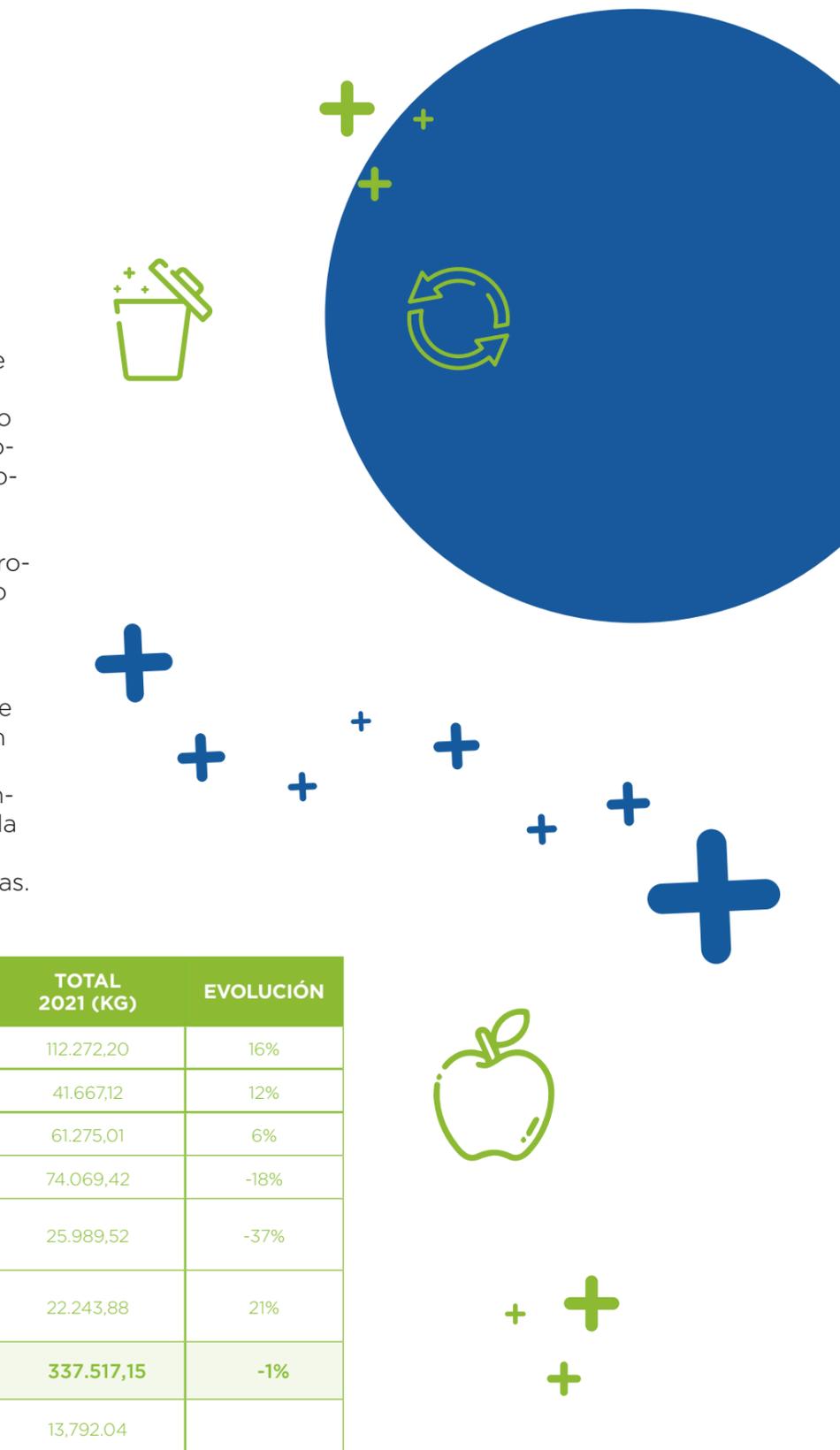
Los desechos comunes que no tienen potencial de reciclaje o reutilización son entregados a los servicios municipales que se encargan de su disposición final; en cambio los desechos peligrosos son tratados con un gestor ambiental autorizado para su tratamiento y disposición final. Tenemos un sistema de control basado en bitácoras en donde se evalúa la gestión apropiada de los residuos, sean o no peligrosos. Los residuos cárnicos industriales empleados en los análisis de muestreo de laboratorio, como parte del sistema de control de calidad y seguridad alimentaria, pasan por una etapa de desestabilización para volverlos seguros antes de ser entregados a un gestor ambiental autorizado.

MATERIAL UTILIZADO	2020	2021	%
Plástico (kg)	236.702	231.378	-2,25%
Cartón (kg)	3.610.909	83.609.000	-0,05%
Pallets reparados (unidad)	29.870	29.870	-30%
Pallets nuevos (unidad)	8000	7500	-6,25%

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 residuos 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. En este sentido, tenemos dos programas claves: Compostía y “Compromiso Cero Desperdicio” (ver más en capítulo Comunidad.)

El éxito de nuestra gestión de materiales depende del compromiso de las personas de la organización. Por eso, las involucramos en 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.

DESTINATARIO	TOTAL 2020 (KG)	TOTAL 2021 (KG)	EVOLUCIÓN
Industria alimenticia	96.583,34	112.272,20	16%
Industria alimenticia	37.166,26	41.667,12	12%
Industria alimenticia	57.906,82	61.275,01	6%
Proveedor Imsubor	90.425,40	74.069,42	-18%
Municipio Lomas de Sargentillo - Emaseo (Quito)	40.931,66	25.989,52	-37%
Municipio Lomas de Sargentillo - Proyecto “Compostía”	18.429,60	22.243,88	21%
<b>TOTAL</b>	<b>341.443,08</b>	<b>337.517,15</b>	<b>-1%</b>
Industria alimenticia	Sin dato	13.792,04	





Desde el año 2020 llevamos adelante nuestro programa ComposTía. Su objetivo es poner en valor los residuos orgánicos y los alimentos que no cumplen estándares de calidad y así minimizar los residuos generados. Para eso, en nuestro Centro de distribución contamos con un área de vermicompostaje, considerado uno de los procesos más limpios y sostenibles para transformar los residuos orgánicos generados en la planta, con el aporte de lombrices californianas, gracias al esfuerzo de los equipos de Tía.

El programa se basa en un modelo de economía circular, por el cual se reducen los residuos y se incorporan como recursos en el circuito productivo, transformándose en un nuevo producto: ComposTía. Este abono orgánico es distribuido entre los proveedores del agro, para nutrir los cultivos de donde crecen nuestros futuros productos. Hacia adelante nuestra visión es reestructurar y mejorar el proceso con alternativas más eficientes que nos permitan alcanzar un nivel de producción para ofrecer ComposTía en nuestras perchas a todos los clientes, convirtiéndolo en un producto de jardinería sustentable e impulsando la cultura de cuidado del ambiente. Para ello, buscamos desarrollar, estandarizar y profesionalizar el proceso, para tratar los residuos orgánicos de nuestros centros de distribución e incorporar a las tiendas.

El objetivo es mejorar nuestra gestión de residuos para optimizar los materiales y reducir progresivamente la fracción que va a los botaderos municipales y, a la vez, incrementar la producción de abono, alimentando la economía circular y mejorando la huella de Tía en el ambiente.

**2968 kg  
de materia  
orgánica  
transformada  
en abono**

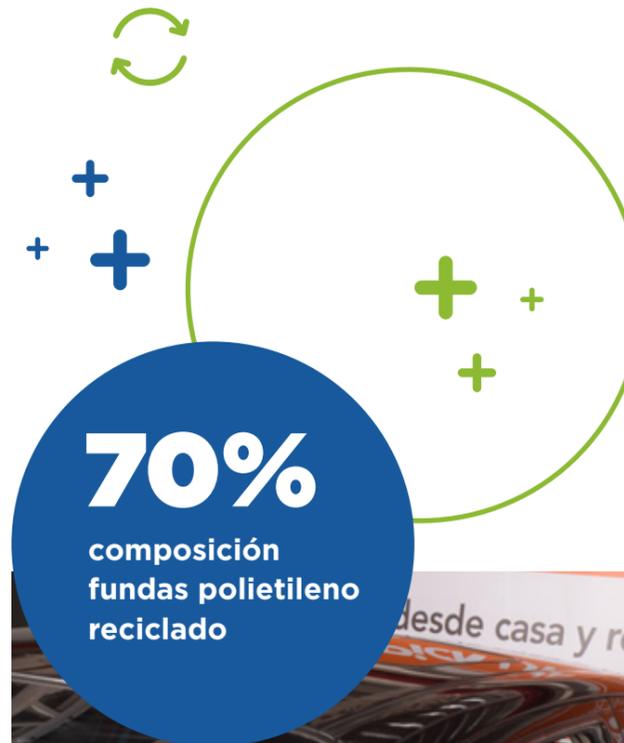


### GESTIÓN DE DESECHOS PELIGROSOS

Para los residuos que no son aptos para la recuperación, reutilización o reciclaje, el foco de la gestión es promover su reducción y garantizar una disposición final apropiada y segura.

Todos los desechos considerados peligrosos son segregados y destinados a gestores calificados y autorizados, que son contratados para realizar la gestión, tratamiento y disposición final autorizada para cada material. En el Centro de Distribución Nacional contamos con un área de almacenamiento temporal para esta clase de desechos debidamente estructurado bajo la norma INEN 2266. En nuestras sucursales también se generan desechos peligrosos y se gestionan de manera segura, gracias a los gestores ambientales autorizados que realizan la disposición final respetando los procedimientos establecidos por las normas.

El esfuerzo de concientización del área de Medio Ambiente acerca del uso y manejo responsable de materiales se evidencia en una gestión progresiva adecuada de los desechos generados. En particular, en el 2021 se incrementó la capacidad de gestión final de los desechos peligrosos a 4532 kg.



### MENOS FUNDAS, MÁS VIDA

El uso de plásticos en packaging es uno de los impactos ambientales en los que ponemos especial foco. Promovemos la disminución del uso de plásticos de un solo uso cuando sea posible, así como el uso de alternativas más amigables con el ambiente y la reutilización.

Para disminuir el uso de fundas plásticas impulsamos campañas de concientización en los locales acerca del impacto ambiental que tienen.

Todas las fundas que se entregan en Tía están 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.



# CUIDAMOS LA ENERGÍA



Nuestros locales, oficinas, centros de distribución y bodegas se alimentan y dependen de la energía eléctrica para funcionar, cuyo principal impacto ambiental es que se derivan de la quema de combustibles fósiles. Por ello, sabemos de la importancia de utilizar de manera eficiente y responsable este recurso.

Nuestro Proyecto Eficiencia Energética, lanzado en enero de 2021, tiene por objetivo monitorear y controlar la demanda y el consumo energético de nuestras operaciones, desarrollar indicadores asociados a las instalaciones, detectar sobreconsumos y mal uso de la energía, y buscar alternativas de fuentes de consumo más eficientes.

La primera etapa del proyecto constó en el diseño del procedimiento y de los manuales de



gestión para el correcto monitoreo y control del recurso eléctrico en Tía. La segunda, en el desarrollo de indicadores energéticos asociados a la operación de las instalaciones. En 2022 ocurrirá la tercera etapa, que consiste en identificar oportunidades de eficiencia y alternativas en el consumo, para mejorar los indicadores.

Desarrollamos una matriz de energía para monitorear y controlar la demanda, se desarrolló una matriz energética, que es una herramienta que permite darle seguimiento a los consumos de energía, demanda y facturación en los locales TIA, locales Más Ahorro, centros de distribución y oficinas.

Mediante la plataforma EVA, se capacitó al personal en el procedimiento para el registro de consumo energético en TIA CHECK, logrando capacitar a 443 personas.

## PARTICIPACIÓN DEL CONSUMO ENERGÉTICO DE TÍA



- **Locales TIA: 87%**
- **Bodega: 9%**
- **Más ahorro: 3%**
- **Oficinas: 1%**

## CONSUMO DE ENERGÍA ANUAL

**72.093.800 kWh**

## INTENSIDAD ENERGÉTICA

CONSUMO ENERGÉTICO ESPECÍFICO PROMEDIO (CEE): CONSUMO DE ENERGÍA/M2*	
Locales Tía	39,65 kWh/m2
Locales Más Ahorro	78,39 kWh/m2
Centros de distribución	7,95 kWh/m2

\*En el caso de las oficinas administrativas, locales Tía y más ahorros es la ratio entre el consumo de energía en kWh con los metros cuadrados (m2) de área de venta. Para los CDs se relaciona con el área de la bodega. En el caso de las oficinas administrativas, estas no entrarían en el análisis ya que no cuentan con área de ventas.

\*Valores referenciales obtenidos con data del 2021.

PRODUCTIVIDAD DE LA ENERGÍA PROMEDIO (PE): DÓLARES DE VENTA/ENERGÍA CONSUMIDA, O M3 DE DESPACHO Y ENTREGA/ENERGÍA CONSUMIDA (CDS)	
Locales Tía	11,23 USD/kWh
Locales Más Ahorro	5,58 USD/kWh
Centros de distribución	0,17 m3/kWh

\* En el caso de las oficinas administrativas, estas no entrarían en el análisis ya que no cuentan con ventas brutas.

\*Valores referenciales obtenidos con data del 2021.



# CONSUMO RESPONSABLE DE AGUA

El agua que llega a nuestros locales, oficinas y centros de distribución en todo el país se obtiene de una red pública. Ésta conduce el agua que sale de la planta potabilizadora, y que proviene de una fuente natural, que generalmente son los ríos.

El centro de distribución de Lomas de Sargentillo tiene su propia planta potabilizadora de agua para el consumo interno.

Al no tener procesos industriales, nuestro consumo de agua está netamente relacionado con la operación del local (baños, lavaderos, limpieza en general, etc), y sistemas contra incendios.

Cada una de las sucursales tienen la responsabilidad de controlar el consumo de agua mensual mediante una planilla de registro. En el caso de que se identifiquen incrementos o irregularidades, se realiza una inspección hidrosanitaria en el local para el control de fugas.

CONSUMO DE AGUA	
Consumo total	5,34* megalitros
Consumo mensual promedio	0,035 megalitros

\* El 2,5 % de las sucursales no tienen una planilla ya que son sucursales arrendadas y los propios dueños pagan el consumo o están dentro de centros comerciales

\*\* El 0.82% de las sucursales no pagan por consumo de agua.

El 10.3% de las sucursales pagan una tarifa básica por consumo de agua, y no poseen una medición mensual.

## CONSUMO DE AGUA POTABLE POR REGIÓN



- **Costa: 60,16%**
- **Sierra: 29,87%**
- **Oriente: 9,97%**



Síguenos    | [tia.com.ec](http://tia.com.ec)