

**Alvear Supermercados (Antoniuzzi Hermanos S.A)**  
**Pacto Global de Naciones Unidas para la Responsabilidad Social Empresaria**  
**Comunicación sobre el Progreso 2020**



[www.alvearsupermercados.com.ar](http://www.alvearsupermercados.com.ar)

Ruta Nacional 19, Km. 2.5 | S3016DZH  
Santo Tomé, Santa Fe, Argentina

Contacto: Eduardo C. Antoniuzzi  
E-mail: [eantoniuzzi@alvearsupermercados.com.ar](mailto:eantoniuzzi@alvearsupermercados.com.ar)

*Santo Tomé, Santa Fe, Argentina, septiembre 2022*

## Carta del presidente.



Nos complace presentar nuestra quinta Comunicación de Progreso con los resultados correspondientes al año 2020 en referencia a nuestro desempeño económico, social y ambiental.

El 2020 fue un año difícil y desafiante para hacer una retrospectiva, identificando y analizando cuáles fueron las acciones que hemos implementado teniendo en cuenta el contexto de pandemia por COVID-19, con las consecuencias inimaginables que ha traído esta situación sin precedentes a nivel mundial.

Aunamos esfuerzos para continuar con nuestras actividades y poder mantenernos cercanos a nuestros grupos de interés por medio de distintas iniciativas y aportes ante una situación muy compleja. Nuestra prioridad fue preservar la salud de nuestros colaboradores, garantizando el abastecimiento y distribución de alimentos a nuestros clientes.

El año objeto de este informe, presentó escenarios complejos en materia social y macroeconómica a causa de la inflación y de otras variables en Argentina. Ante este entorno desafiante decidimos ratificar el compromiso de seguir trabajando en lo económico, lo social y lo ambiental. Somos conscientes de que nos queda un largo camino por recorrer, pero tenemos la convicción de avanzar.

A través de esta carta y con la presentación de este documento, renovamos nuestro apoyo a la mayor iniciativa de sostenibilidad a nivel global y revalidamos nuestro compromiso de trabajar integrando los diez principios que establece el Pacto Global de Naciones Unidas en materia de Derechos Humanos, Derechos Laborales, Medioambiente y Anticorrupción a nuestra gestión diaria.

Nuestros colaboradores son nuestro recurso más valioso y en quienes concentramos las acciones de sostenibilidad. Hemos diseñado para ellos esquemas de capacitación con el foco puesto en el servicio a nuestros clientes y en la seguridad y la higiene.

Seguiremos invirtiendo en desarrollar nuestros proveedores locales y regionales, a quienes consideramos socios estratégicos a través de nuestro programa *Comprá Local*, poniendo especial énfasis en los pequeños y medianos.

Sabemos que 2020 fue un año de desafíos. Sin embargo, estamos confiados que trabajando con los valores con los que nació la compañía y que guían desde hace cincuenta años nuestro accionar, el apoyo en la gestión de nuestros colaboradores y la elección de nuestros clientes, podremos seguir afrontando los nuevos retos.

Alvear Supermercados nació del sueño del matrimonio conformado por Don Alberto Luis Antoniazzi y María de los Ángeles Lopez. Hoy, cincuenta años después, y con la tercera generación trabajando en la compañía, seguimos cerca de nuestros clientes ofreciéndoles productos y una atención de primera calidad y apostamos por la innovación sin dejar de tener como brújula el espíritu de servicio y los valores que nos vieron nacer.

Como todos los años, deseamos agradecer de manera especial a nuestros colaboradores por la labor llevada a cabo diariamente, por su compromiso en el desarrollo de cada una de las iniciativas implementadas y la contribución con la elaboración del presente documento, como así también a nuestros clientes por elegirnos.

Sin más, los y las invitamos a leer nuestra Comunicación de Progreso 2020.

Ricardo Antoniazzi

Presidente



## Contenido

Descripción breve de la naturaleza de la empresa.....	4
<b>DERECHOS HUMANOS.....</b>	<b>6</b>
PRINCIPIO N° 1.....	6
Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales internacionalmente reconocidos dentro de su ámbito de influencia.....	6
PRINCIPIO N° 2.....	6
Deben asegurarse de no ser cómplices en la vulneración de los derechos humanos .....	6
<b>DERECHOS LABORALES .....</b>	<b>19</b>
PRINCIPIO N° 3.....	19
Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva. ....	19
PRINCIPIO N°4.....	19
La eliminación de toda forma de trabajo forzoso y obligatorio. ....	19
PRINCIPIO N°5.....	19
La erradicación del trabajo infantil.....	19
PRINCIPIO N°6.....	19
La eliminación de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.....	19
<b>AMBIENTE .....</b>	<b>24</b>
PRINCIPIO N° 7.....	24
Las empresas deben mantener un enfoque preventivo orientado al desafío de la protección medioambiental.....	24
PRINCIPIO N° 8.....	24
Las empresas deben comprometerse en iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.....	24
PRINCIPIO N° 9.....	24
Las empresas deben alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medioambiente. ....	24
<b>ANTICORRUPCIÓN.....</b>	<b>29</b>
PRINCIPIO N° 10.....	29
Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.....	29
Alianzas para el desarrollo .....	32
¿Dónde pueden sus <i>stakeholders</i> encontrar la CoP –además de en el sitio web del Pacto Global de Naciones Unidas-? .....	30



## Descripción breve de la naturaleza de la empresa

Alvear Supermercados nació de un sueño. Un sueño que tuvo como protagonistas a Don Alberto Luis Antoniazzi y María de los Ángeles López hace 49 años. Cuando idearon “un gran almacén de barrio y para el barrio” no imaginaron la expansión que tendría la empresa, que hoy en día cuenta con 11 sucursales: 8 ubicadas en la ciudad de Santa Fe, 1 en Santo Tomé, 1 en Recreo y 1 en Coronda. Los valores con los que nació Alvear (el esfuerzo, la cultura de trabajo, la verdad y el respeto a todas las personas, organizaciones y medioambiente) fueron siempre la guía a través de las generaciones.

Alrededor de estos valores imperecederos, giran los grupos de interés (mencionados en orden de prioridad): colaboradores, clientes, proveedores, medio ambiente y comunidad, entre otros. El trabajo de los miembros del equipo es afianzar una relación de causa y efecto contenida por un círculo virtuoso de interdependencia coherente para cada línea de acción cuyo impacto conciben trabajadores felices, y estos a su vez, generen clientes contentos y, conjuntamente, produzcan un negocio exitoso.

El **propósito** de Alvear Supermercados es mantener su esencia de barrio y trato de cercanía con todas las personas con las que interactúa para hacerlos sentir “como en casa” provocando una experiencia de compra agradable y diferente y, de esta forma, generar clientes satisfechos. Esto es posible a través de la escucha consciente de las necesidades y pedidos de las personas, ambientes de trabajo cálidos y confortables, colaboradores capacitados con oportunidades de crecimiento, atención al cliente de alta calidad, comunidad educada, promoción de hábitos de vida saludable, incorporación de tecnologías de avanzada, innovación en productos y servicios, incentivo de consumo responsable y generación de relaciones transparentes y de confianza.

La **Misión** de la compañía es: “Brindar un servicio de excelencia al cliente, a un precio justo para lograr crecimiento sostenible y un sano desarrollo de la compañía”

Y su **Visión**: “Que nuestro personal nos posicione como líderes en la zona y en la región”

La estrategia de RSE de Alvear Supermercados se sustenta en 7 ejes centrales a saber:

- 1) Amplia variedad de productos que enfatizan altos estándares de calidad, alimentación sana y un amplio rango de opciones para cada nivel de precios y una selección en continuo cambio.
- 2) Marcada orientación de servicios al cliente, apoyada en un trato cercano y familiar.
- 3) Transformación de la rutinaria tarea de hacer la compra en una experiencia dinámica, diseñando y operando en superficies amigables con el medio ambiente, con una atmósfera inspiradora, agradable y un equipo bien entrenado.
- 4) Trato equitativo de sus grupos de interés considerándolos verdaderos socios con el fin de preservar el bienestar de todas las personas.
- 5) Contribución a la sociedad mediante la promoción y educación de hábitos de vida saludable.
- 6) Desarrollo empresarial basado en la ética de la debida diligencia de los hombres de negocios.

## 7) Articulación de alianzas con actores del sector público y privado.

Este documento presenta la quinta Comunicación de Progreso (COP), con información relativa a las acciones llevadas adelante durante el año calendario 2020 y sus resultados con el compromiso de cumplir con el requisito que deviene de la participación como miembro Activo en el Pacto Global de Naciones Unidas.

El Reporte de Sustentabilidad de Alvear Supermercados, refleja el compromiso de compartir con todos nuestros grupos de interés información sobre la gestión sustentable y cómo se llevan adelante las estrategias e iniciativas de la compañía, y el trabajo en conjunto con todos los actores de la cadena de valor.

El 2020 fue un año difícil y desafiante. Atravesados por el contexto de pandemia del COVID-19, aunamos esfuerzos para continuar con nuestras actividades y poder mantenernos cercanos a nuestros grupos de interés por medio de distintas iniciativas y aportes ante una situación muy compleja. Nuestra prioridad fue preservar la salud de nuestros colaboradores, garantizando el abastecimiento y distribución de alimentos a nuestros clientes.

También fue un año de evolución. Con el lanzamiento de nuestra tienda online. Objetivo que se venía trabajando hacía años y que, con la llegada de la pandemia, se vio acelerado su lanzamiento, para atender a las necesidades de nuestro entorno, con el aislamiento preventivo y obligatorio, lanzado por el gobierno Nacional.

Pese al contexto adverso, en 2020 continuamos dando impulso a todas las iniciativas y programas que nos permiten promover una gestión sustentable.

Es relevante mencionar que en 2020 la compañía recibió, al igual que en 2018 y 2019, el premio “El Brigadier” al mejor supermercado de la ciudad de Santa Fe. También el programa de fidelización “Clientazo” recibió un galardón por mejor Tarjeta de Beneficios. Estos premios son entregados anualmente por ADE, la Asociación de Dirigentes de Empresas de Santa Fe.

Agradecemos a todo el equipo de colaboradores de Alvear Supermercados por su compromiso en el desarrollo de cada una de las iniciativas implementadas y la contribución con la elaboración del presente documento.

En el próximo período, Alvear Supermercados pretende seguir laborando para consolidar el propósito, la misión, visión y el concepto de una empresa socialmente responsable lograda por la suma de los aportes individuales de cada uno de sus integrantes y, de esta manera, contribuir a la consecución de la Agenda 2030 y el cumplimiento de los ODS (particularmente):

ODS N°1 – Pobreza: Meta 1.2;

ODS N°2 – Hambre Cero: Metas 2.1, 2.2 y 2.3;

ODS N°3 – Vida sana: Metas 3.4 y 3.6;

ODS N°4 – Educación: Metas 4.3 y 4.7;

ODS N°5 – Igualdad de género: Meta 5.5;

ODS N° 6 – Agua: Meta 6.b;  
 ODS N° 7 – Energía: Meta 7.3;  
 ODS N° 8 – Crecimiento económico y trabajo decente: Metas 8.3, 8.5 y 8.8;  
 ODS N° 9 – Infraestructura: Meta 9.4;  
 ODS N° 10 – Reducción de desigualdades: Meta 10.2;  
 ODS N° 11 – Ciudades: Meta: 11.b;  
 ODS N° 12 – Producción y consumo sostenible: Metas: 12.3, 12.4, 12.5 y 12.8;  
 ODS N° 16 – Paz, justicia e instituciones sólidas: Meta: 16.

DERECHOS HUMANOS	
PRINCIPIO N° 1	Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales internacionalmente reconocidos dentro de su ámbito de influencia
PRINCIPIO N° 2	Deben asegurarse de no ser cómplices en la vulneración de los derechos humanos
<b>Acciones</b>	<b>Nuestro Compromiso o Política</b>
	<p>Alvear Supermercados apoya y respeta los derechos humanos de sus colaboradores y demás grupos de interés, de acuerdo con las disposiciones presentes en la Carta Internacional de Derechos Humanos y normativa internacional en la materia.</p> <p>En este sentido, el compromiso de la compañía en el área de Derechos Humanos es:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contar con opciones de alimentación saludable en los desayunos y almuerzos para los colaboradores.</li> <li>• Fortalecer a proveedores pequeños y mantener con ellos relaciones sólidas y a largo plazo.</li> <li>• Fomentar la salud de la población en general a través de la calidad de sus productos y de acciones concretas que aumentan la información disponible para el consumidor.</li> <li>• Permanecer cercanos a los consumidores para conocer sus preferencias de compra de manera de ofrecerles una experiencia de consumo que se ajuste a sus necesidades.</li> <li>• Contar con un sistema de atención al cliente que responda y dé solución a sus necesidades y demandas.</li> <li>• Apoyar, con los recursos que estén al alcance, a las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) e instituciones educativas que colaboren con la creación de oportunidades para los sectores sociales más vulnerables.</li> <li>• Auspiciar iniciativas que promuevan hábitos saludables y/o fomenten la toma de conciencia en temas de Salud.</li> </ul>
	<b>Una descripción breve de nuestros proceso o sistemas</b>
	<p>Los programas que lleva a cabo para dar cumplimiento a sus políticas y cumplir con los principios 1 y 2 del Pacto Global de Naciones Unidas integrando y considerando los nuevos retos que plantea la agenda global hacia el futuro, considerando además las implicancias del nuevo escenario global generado por la</p>

crisis del COVID-19; son los siguientes:

Procesos relevantes tendientes a fortalecer los derechos humanos en el ambiente de trabajo:

- **Alimentación saludable:** Este proceso abarca medidas relacionadas con promover y mantener una vida saludable con el objetivo último de fomentar y ampliar el derecho a la salud.
- **Provisión de información objetiva, transparente y oportuna:** Periódicamente publica un Boletín Interno llamado “SuperInformados” en donde se comunican cuestiones vinculadas con la gestión, novedades, acciones, recomendaciones, información relacionada con el Pacto Global, etc. a fin de mantener actualizado a su público interno con los datos relevantes de la organización.
- **Beneficios extrasalariales:** Destinados a colaboradores:
  - Definió una política de otorgamiento de créditos en situaciones especiales y se les provee la facilidad de devolverlo en cuotas.
  - Se les ofrece un servicio de transporte puerta a puerta para las personas que trabajan en Administración. Quienes optan por no utilizar este medio, se les paga una compensación monetaria para cubrir el gasto en transporte (viáticos).
  - Lanzamiento de la Jornada Reducida por Lactancia y extensión de licencia por paternidad.
  - Los colaboradores acceden desde 2018 a todos los descuentos Clientazo y esto les permite contar con descuento superiores al 10% en sus compras, superando el beneficio brindado hasta 2017 con el 10% de descuento en sus compras con tope de reintegro.
- **Acciones de reconocimiento:** Con el objetivo de destacar la trayectoria y el servicio brindado por el personal a la compañía, pone en marcha acciones dirigidas a agasajar a los empleados.
- **Acciones de integración familiar:** Diagramadas para la incorporación de las nuevas generaciones a la organización y para conciliar la vida laboral con la familiar.
- **Política de prevención de seguridad:** Durante 2020 se agregaron cámaras en los Centros de Monitoreo de manera de poder detectar situaciones que afecten la seguridad de las personas en los puestos de trabajo.
- **Medidas de seguridad, prevención y protección de la salud de nuestros colaboradores en pandemia:** Durante la pandemia por Covid-19 se abordaron medidas de seguridad y protección tendientes a contribuir al ambiente laboral seguro y proteger la integridad de todos nuestros colaboradores.

Procesos relevantes tendientes a fortalecer los derechos humanos con proveedores:

- **Alianzas con proveedores:** Los proveedores son considerados socios estratégicos, y en virtud de ello, se mantiene con éstos una relación donde prima el respeto y el buen trato. La labor con ellos es conjunta y permite contar con productos que les permita diferenciarse de sus competidores.
- **Desarrollo de proveedores:** La compañía históricamente ha contemplado las necesidades de los pequeños proveedores y ello ha permitido que se establezcan lazos sólidos en el tiempo. Las acciones vinculadas a desarrollar a los proveedores son:
  - Les ofrece mayor visibilidad en góndola sin costo para ellos.
  - Compra y contrata productos y servicios de proveedores locales y regionales.
  - Les adelanta, si así lo requieren, los pagos para mejorar los plazos de financiamiento.
  - Los asesora en procesos productivos y operativos.
  - Difunde sus productos en las redes sociales y en el Newsletter con llegada a los miles de usuarios de la base de datos aportándoles publicidad gratuita.
- **Campaña “Comprá Local”:** Promociona productos de proveedores locales y regionales sin costo alguno para ellos, con el objetivo de apoyarlos y ayudarlos a incrementar sus ventas. Además, los publicita en medios tradicionales (televisión, diario y radios locales), no tradicionales (redes sociales) y en las sucursales a través de señalética.
- **Medidas de prevención durante la pandemia por Covid-19:** Se tomaron ciertas medidas de prevención contra la propagación del virus, cambiando las modalidades de atención a proveedores en el área administrativa.

Procesos relevantes tendientes a fortalecer los derechos humanos con clientes:

- **Cercanía a los consumidores:** Contempla medidas específicas orientadas a fomentar: a) la provisión de información relevante y oportuna a los clientes, b) el conocimiento de sus necesidades y preferencias de compra, c) involucramiento y fidelización con la empresa, d) la oferta de productos saludables e inclusivos y e) la seguridad alimentaria.
- **Incentivo del espíritu argentino y costumbres de barrio:** Con la intención de preservar la identidad nacional y tradiciones autóctonas que viven en el barrio, lleva a cabo campañas que buscan fortalecer las mismas.
- **Medidas para mantener precios justos y accesibles:** A pesar del contexto económico de inflación, decidió (en algunos rubros) no trasladar la totalidad de los aumentos de precios de compra a los precios de ventas resignando margen de rentabilidad. Por otro lado, realiza mejoras de procesos operativos para aumentar su eficiencia con el consecuente efecto positivo en los costos (ej: logística, mermas, etc.). Además, considerando los nuevos hábitos de compra producto de la realidad económica, adopta el modelo de negocio de comercio de cercanía para las sucursales que así lo requieran.

- **Comunicación de medidas de seguridad, prevención y protección de la salud en pandemia:** Generación de comunicados en post de divulgar las medidas de seguridad tomadas por el Gobierno Nacional y Provincial, por los diferentes canales disponibles en Pandemia.

Procesos relevantes tendientes a fortalecer los derechos humanos de la comunidad:

- **Apoyo a la educación:** Incorpora estudiantes a tiempo parcial con el objetivo de facilitar a los jóvenes la realización de la primera experiencia laboral. También participa en el programa Padrinos de la Universidad Nacional del Litoral: el mismo hace foco en la mejora de la calidad educativa, así como de los recursos edilicios, materiales y humanos, con el aporte de un centenar de organizaciones que se comprometen con la Universidad. Además, realiza alianzas con otros actores privados para facilitar las condiciones de estudio a los universitarios.
- **Acciones vinculadas a la salud:** Participa y desarrolla acciones vinculadas a promover hábitos saludables de alimentación en la comunidad.
- **Programa de inversión social:** Se instrumenta mediante donaciones en productos a distintas Organizaciones de la Sociedad Civil de la ciudad de Santa Fe y en acciones de colaboración. Se consideran especialmente aquellas instituciones que promuevan la vida sana, el deporte y la inclusión de los niños, niñas y adolescentes.

**Actividades emprendidas durante el 2020:**

El contexto generado por la pandemia del COVID-19 demostró una vez más que la sostenibilidad y los logros de nuestro negocio se consiguen gracias al esfuerzo de todos los colaboradores que forman parte de la empresa. Es por eso, que Alvear Supermercados, desarrolló las siguientes actividades:

Acciones para contribuir al fortalecimiento de derechos humanos en el ambiente de trabajo:

- **Desayuno saludable:** La totalidad de los colaboradores cuentan con la opción saludable de frutas en el desayuno.
- **Opción saludable de almuerzo:** El personal que por su horario de trabajo almuerzan en la sucursal tienen la opción de elegir un menú a base de vegetales.
- **Publicación del Boletín “SuperInformados”:** El Boletín interno se imprime en tamaño afiche y se coloca en áreas comunes. Funciona como un canal de comunicación para el público interno donde se publican novedades, acciones, recomendaciones, reconocimientos, etc. A partir de 2017 un mini boletín se adjunta a los recibos de sueldo buscando que se transforme en el medio de

comunicación interna por excelencia.

- **Créditos por situaciones extraordinarias:** Esta acción se realiza desde hace más de diez años. Durante 2020 se otorgaron un total de 54 préstamos a colaboradores que atravesaron por este tipo de situaciones extraordinarias, con la facilidad de devolver el monto concedido en cuotas.
- **Beneficios extrasalariales:** Desde 2017 la empresa ofrece un servicio de traslado para los empleados del área de Administración desde y hacia las oficinas en Santo Tomé. Si el colaborador o colaboradora no desea utilizar el mismo, la compañía paga un porcentaje del combustible utilizado.
- **Extensión de licencia:** A partir del 2020, se lanzó la jornada reducida por lactancia. Pasó de una (1) hora a cuatro (4) horas diarias durante el primer mes, para colaboradoras que regresan de su licencia por maternidad. Además, se extendió la licencia por paternidad para colaboradores de dos (2) a siete (7) días corridos.
- **Modificación de horario administrativo:** Se modificó y actualizó el horario y jornada semanal de trabajo en administración de lunes a viernes, eliminando el sábado para extender el descanso del fin de semana.
- **Acciones de reconocimiento:** Están relacionadas con obsequios que se entregan al personal que se jubila por el servicio brindado a la compañía.
- **Acciones de integración familiar:** Se elaboró e implementó un protocolo de familia para la participación en la empresa de la tercera generación.
- **Política de prevención de seguridad:** En el período objeto de reporte se ha ampliado el parque de cámaras con el objeto de velar por la seguridad de los colaboradores y clientes.
- **Sorteo de fin de año:** En 2020 se efectuó un sorteo por órdenes de compra en el que participaron todos los colaboradores. El mismo se realizó a través de un software de sorteos. Los resultados y ganadores fueron comunicados por email a todas las áreas de la empresa; mediante afiches publicados; e informado en las reuniones de gerentes.
- **Más beneficios:** Durante el 2020, se otorgaron bonos a fin de año a todos los colaboradores esenciales que trabajaron durante la pandemia. Además, se entregó a todos los colaboradores cajas navideñas para las fiestas como todos los años.
- **Medidas de seguridad, prevención y protección de la salud de nuestros colaboradores en pandemia:** Se desarrolló un protocolo de Higiene y seguridad para la actuación y prevención ante el coronavirus Covid-19 para controlar el riesgo de propagación del virus en la población, destacándose entre ellas en particular la Resolución (MTEySS) 41/20. Además, se dispuso a otorgar licencia laboral con goce de haberes a quienes debían acogerse al aislamiento obligatorio establecido por el Dcto PEN N° 260/20 y no podían

acceder a trabajar remotamente, como ser los empleados mayores de 60 años, embarazadas y personal con afecciones crónicas. Así como también, se otorgó la licencia laboral por deber realizar cuarentena a las personas que viajaron al exterior, tuvieron contacto estrecho, o bien tenían los síntomas o eran casos positivos de Covid.

Acciones llevadas adelante:

- PROTOCOLO COVID-19
- PROTOCOLO CONTROL DE TEMPERATURA: TERMOMETRO PISTOLA INFRARROJO
- EVOLUCION DE RIESGO BIOLOGICO POR SECTOR: RIESGO BIOLOGICO POR PUESTO
- POLITICA DE LIMPIEZA
- CARTELERIA: COMUNICACIÓN EN TODAS LAS ÁREAS COMUNES Y VISIBLES DE LAS NORMAS Y CONDUCTAS DE PREVENCIÓN
- BRINDA ELEMENTOS DE PROTECCIÓN PERSONAL PARA COLABORADORES
- PLANILLA DE LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN
- PLANILLA DE CAPACITACION
- PLANILLA DE ENTREGA DE EPP: (barbijos, alcohol al 70%, trapos, difusores, máscaras de protección, termómetros pistola infrarrojo)
- HISOPADOS PRIVADOS A COLABORADORES
- VERIFICACIÓN DE CERTIFICADOS
- HOME OFFICE PARA COLABORADORES ADMINISTRATIVOS Y EN UNA SEGUNDA FASE TRABAJO MIXTO EN “BURBUJA” DE GRUPOS REDUCIDO POR DEPARTAMENTO.
- DIALOGO CONSTANTE CON GERENTES Y EQUIPO DE CONDUCCIÓN.

Acciones para contribuir al fortalecimiento de derechos humanos para proveedores:

- **Alianzas con proveedores:** Al igual que en 2018 y 2019 se acordó con los proveedores la compra de producción del sector verdulería, para algunas hortalizas, se cuenta con productores directos evitando la intermediación.
- **Apoyo a pequeños proveedores:** Genera estímulos para proveedores locales y de la zona asegurándoles la compra de su producción.
- **Campaña “Comprá Local”:** Promociona productos de proveedores locales y regionales sin costo para ellos con el fin de ayudarlos a aumentar sus ventas. También los publicita en televisión, radio y diario, redes sociales y puntos de venta.
- **Desarrollo de Marca Propia:** Lanzamiento de productos de marca propia, con proveedores activos en la empresa.
- **Medidas de prevención durante la pandemia:** Para contribuir a la seguridad de los colaboradores y proveedores, se suspendieron las visitas

al edificio de Administración para el cobro de proveedores, propiciando como único canal de pago los canales digitales, habilitando el pago a través de cheque electrónico. A su vez, las visitas que hasta entonces se tenían de forma presencial, migraron 100% a digitales, ya sea reuniones por videoconferencia o videollamadas por los diversos canales digitales disponibles.

#### Acciones para contribuir al fortalecimiento de derechos humanos para clientes:

La pandemia del COVID-19 generó un contexto desafiante para la empresa, su estrategia y operación diaria. Como empresa de alimentos, tuvimos un rol clave durante la crisis de COVID-19 en los entornos donde operamos.

- **Comunicación con clientes:** Los consumidores que desean recibir el newsletter electrónico con ofertas de productos y los que se han suscripto a la página voluntariamente, reciben en sus casillas de correo un folleto personalizado con ofertas. Además, mantiene un trato directo a través de las redes sociales (Twitter, Facebook e Instagram) y un canal de comunicación vía WhatsApp para lograr mayor cercanía a ellos. Garantizar la omnicanalidad para la atención al cliente.
- **Atención al cliente:** Durante 2020, se actualizó el sistema de gestión de atención al cliente, implementando un software que canaliza las consultas y reclamos de todos nuestros canales de comunicación en una sola plataforma, facilitando el atendimento de los mismos, y brindando respuestas más rápidas y efectivas cumpliendo la política de responder de forma inmediata, con actitud resolutiva y bajo un trato amable y cordial.
- **Instalación de consultores electrónicos de precios:** En aras de lograr una mayor transparencia de la información, ha instalado dispositivos electrónicos para que los clientes puedan consultar el valor de venta de los productos.
- **Acceso a Internet gratuito:** En algunas sucursales provee Wi-Fi gratuito para que el público pueda acceder libremente.
- **Entrega de tarjeta de beneficios “Clientazo”:** La misma responde a un programa de fidelización lanzado en el 2015. Ofrece descuentos de hasta el 40% en más de 500 productos de uso diario y de primeras marcas. A través de e-mails hace ofertas y beneficios segmentados de acuerdo con las preferencias de los clientes. Por otro lado, hizo visible para el cliente, el ahorro económico que la tarjeta le genera mediante su desglose en el ticket de compra permitiéndole contar con información más transparente que le facilita el control y la comparación. A partir del 2020, con motivo de la pandemia por COVID-19, se implementó el canal digital como medio exclusivo para solicitar la tarjeta de beneficios y gestionar consultas, eliminando de esta manera, el uso de formularios en papel. Así, se redujo, no solo papel, sino también la manipulación de elementos que puedan trasladar el virus, aumentando el protocolo de prevención contra el Covid-

19.

- **Campaña de marketing hecha por la gente para la gente:** El sujeto de la comunicación de la compañía es el cliente y lo que se busca es transmitir que todos forman parte de la gran familia de Alvear Supermercados. Para ello se vale de spots publicitarios en medios tradicionales y redes sociales (YouTube, Facebook, Instagram y Twitter). Lo que lo hace diferente a los competidores es la participación de los propios clientes y colaboradores (como línea central) generando mayor fidelización de los primeros y contribuyendo al fortalecimiento del compromiso del público interno.
- **Variedad de productos orgánicos e inclusivos:** Permanentemente investiga e incorpora nuevos productos con dichas características. Hace dos años, comenzó a comercializar una nueva línea de panes saludables elaborados en la propia panificadora del supermercado. También aumentó la oferta de productos sin TACC, sin azúcar, a base de arroz, bajos en lactosa, bajos en sodio, variedad de semillas, nueces y almendras, rúcula, lechuga y espinaca orgánica, entre otros. En 2019 se comenzó a desarrollar la marca “NaturAlvear” en 3 sucursales y en 2020 su implementación fue un hecho en 3 sucursales más, que ofrece frutas secas, semillas, y productos deshidratados y se comenzó a ofrecer milanesas elaboradas sin agregado de sal en el sector Carnicería.
- **Medidas de seguridad alimentaria:** Se cuenta con un stockista que recorre las distintas sucursales para verificar fechas de vencimientos, estado de productos, condiciones de conservación, etc. Esta acción persigue hacer un control de calidad permanente y asegurar que se cumpla con los requisitos de higiene y salubridad. Por otro lado, realiza visitas esporádicas a proveedores para verificar las condiciones de producción y trabajo exigiendo que cumplan con todas las normas sanitarias.
- **Información de hábitos saludable:** El sector de góndola donde se hallan los productos para celíacos se encuentra debidamente señalado con cartelera informativa en la materia. En 3 sucursales el sector de Natura Alvear recientemente desarrollado posee señalética propia. Además, se procura fomentar el consumo de frutas, verduras y alimentos saludables a través de la comunicación en redes sociales de las propiedades de dichos alimentos. Ejemplo: Fomento del consumo de 5 frutas o verduras al día.
- **Transformación a locales de proximidad:** Dicho modelo se experimenta en la Sucursal N° 7 con el objetivo de cubrir los nuevos hábitos de consumo. Esto, además, permite mantener la fuente de trabajo de los colaboradores. Este cambio de concepto se acompañó con la remodelación edilicia bajo criterios amigables con el medio ambiente.
- **Comunicación de medidas de seguridad, prevención y protección de la salud en pandemia:** Generación de comunicados por los diferentes canales digitales y puntos de venta con el lema “Cuidémonos entre todos”:
- COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES DE HORARIOS REDUCIDOS.

- PRIORIDAD DE HORARIOS PARA PERSONAS MAYORES DE 65 AÑOS (GRUPO DE RIESGO)
- SUGERENCIA DE HORARIOS MENOS TRANSITADOS PARA EVITAR LOS AGLOMERAMIENTOS DE PERSONAS EN SUCURSALES.
- DIVULGACIÓN DE MEDIDAS DE SEGURIDAD IMPLEMENTADAS POR LA EMPRESA PARA VISITAR LAS SUCURSALES: USO OBLIGATORIO DE BARBIJO, TOMA DE TEMPERATURA ANTES DE INGRESAR, DESINFECCION DE CARROS Y GÓNDOLAS.
- COMUNICACIÓN DE MEDIDAS DE PREVENCIÓN E HIGIENE
- CONSUMO SOLIDARIO: PARA EVITAR EL DESABASTECIMIENTO DE PRODUCTOS EN GÓNDOLA.
- SUGERENCIA DE UTILIZACIÓN DE MEDIOS DE PAGOS DIGITALES PARA EVITAR MANIPULACIÓN DE DINERO.
- IMPLEMENTACIÓN DE ENVÍOS A DOMICILIO

Acciones para contribuir al fortalecimiento de derechos humanos de la comunidad:

- **Incorporación de estudiantes a tiempo parcial:** Se le dio continuidad a la acción por reportar ésta beneficios para ambos actores, ya que, por un lado, contribuye al desarrollo laboral de los estudiantes y a la vez permite a la compañía descubrir nuevos talentos.
- **Fomento de la educación:** En 2017 se firmó un convenio con la Universidad Nacional del Litoral para ingresar al Programa “Padrinos de la UNL” y continúa en vigencia.
- **Acciones vinculadas a la salud:** Alvear participa y desarrolla acciones vinculadas a promover hábitos saludables de alimentación en la comunidad.
- **Programa de Inversión Social:** Continúan las donaciones de productos a Organizaciones de la Sociedad Civil. Además, se cede espacio en los locales de manera gratuita para campañas de donación de Organizaciones no gubernamentales de la ciudad.
- **Acciones de colaboración con Banco de Alimentos:** Apoya a la campaña Nutriendo Solidaridad del Banco de Alimentos mediante acciones de promoción en medios tradicionales y no tradicionales. Para los alimentos solicitados como donación, realiza ofertas de precios.
- **Comunicación e implementación de protocolo de higiene y seguridad:** Actuación y prevención ante el coronavirus Covid-19 en post de prevenir

	<p>contagios entre el personal, los clientes, proveedores y cualquier persona que establezca contacto con la firma, así se dispuso de un protocolo de actuación y prevención de carácter obligatorio para velar por la seguridad de toda la sociedad.</p>
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Resultados</p>	<p><b>Medición de resultados (esperados) y valor agregado a nuestra compañía</b></p>
	<p>El progreso logrado fue:</p> <p><u>Resultados en fortalecimiento de derechos humanos en el ambiente de trabajo:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Desayuno saludable:</b> La totalidad de colaboradores de la compañía tienen la posibilidad de acceder al desayuno saludable (2 frutas por persona).</li> <li>• <b>Almuerzo saludable:</b> Se incorporó un nuevo establecimiento con este beneficio, dando un total de 6 centros que gozan de esta opción para colaboradores que trabajan horario corrido.</li> <li>• <b>Provisión de información objetiva, transparente y oportuna:</b> El boletín “SuperInformados” en sus dos versiones se publicó 4 veces durante el transcurso del período analizado.</li> <li>• <b>Créditos para situaciones extraordinarias:</b> Otorgó 54 préstamos (49,5% menos que el período anterior) representando una erogación de \$ 634.500 (disminuyó un 40,3%)</li> <li>• <b>Acciones de integración familiar/Gamificación:</b> Se entregaron 26 premios por un total de \$78.000.</li> <li>• <b>Política de prevención de seguridad:</b> La implementación del Centro de Monitoreo alcanza a la totalidad de establecimientos con 314 cámaras, lo que implica un incremento del 35,34% con respecto al año anterior (232 cámaras).</li> <li>• <b>Sorteo de fin de año:</b> Resultaron ganadores 26 colaboradores, y a cada uno se le hizo entrega de una orden de compra por \$3.000. Todos los establecimientos fueron premiados. El valor monetario total del premio asciende a la suma de \$78.000 (26 órdenes de \$3000 cada una)</li> <li>• <b>Bono fin de año:</b> En contexto de pandemia, se otorgó un bono de fin de año de \$8000 a todos los colaboradores esenciales. El valor monetario total del bono asciende a la suma de \$2.984.000</li> </ul> <p><u>Resultados en fortalecimiento de derechos humanos para proveedores:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Desarrollo de proveedores:</b> En 2020 se registraron 861 proveedores activos. Esto significa un decremento del 21,7% con respecto a 2019. Del</li> </ul>



total, el 66% son locales y regionales. Continúa la constante de crecimiento que coincide con la política de apoyo a pequeños y medianos proveedores.

- **Apoyo a pequeños proveedores:** En 2020 continuó asegurando la compra del 100% de la producción a su productor de Marca Blanca (ovícola). En el rubro Lácteos, la mayoría de los proveedores son locales o regionales. En cuanto al abastecimiento de hortalizas, continuó adquiriendo productos orgánicos e hidropónicos a productores directos.
- **Campaña “Comprá Local”:** Se mantuvieron en este período los canales de difusión tradicionales, página web de Alvear, bolsas de friselina y pantallas en sucursales. El mensaje “Comprá Local” y su sello se agregaron a los nuevos productos de marca propia, con lo cual se incrementa la visibilidad. Además, se agregó al mural del predio donde está ubicado en Centro de Distribución y la Administración junto con las otras marcas de la empresa “Alvear Supermercados” y “Clientazo”. El alcance total estimado fue de casi un 20% más que el período anterior.
- **Desarrollo de Marca Propia:** En agosto 2020 lanzó la línea de papeles con marca propia “Alvear” y con el sello “Comprá local”. Está conformada por rollos de cocina por 3 unidades, papel higiénico por 4 unidades de 30 mts a 80 mts y servilletas. Los productos fueron lanzados con inversión publicitaria propia y en el primer trimestre de ese año lograron tener un 38% de participación de venta en dicha categoría.

#### Resultados en fortalecimiento de derechos humanos para clientes:

- **Cercanía con el consumidor:** Se consolidan las redes sociales como un canal de comunicación directo con los clientes. Se diseñó un plan de contenidos relevantes para los usuarios y para la marca adaptándose al contexto atravesado en 2020 con la pandemia, generando la comunicación pertinente no solo comerciales, sino también de seguridad e higiene. El índice de respuesta fue del 100% con un tiempo promedio de 10 minutos. En Facebook la compañía sumó 3.041 seguidores, llegando a un total de 84.000 fans. En Instagram sumó 22.896 seguidores durante en 2020, llegando a un total de 50.016 seguidores. El crecimiento en seguidores es un claro indicador de la prioridad de este canal para mantener una mejor comunicación con el público.
- **Comunicación con clientes:** Se redujo la emisión del catálogo de ofertas en papel en un 83,33% mensual. Esta importante reducción se generó por la implicancia de la pandemia y la necesidad de evitar manipulación de elementos y así reducir las probabilidades de contagio y propagación del

virus Covid-19. Se reemplazó el catálogo emitido en papel con el catálogo digital. Los clientes lo pueden ver desde las redes sociales o en la página web de la compañía. Potenciando su difusión, en el diario digital más importante de la región “El Litoral”, sumando de esta manera, canales para un mayor alcance a la comunidad.

- **Tarjeta de Beneficios para Clientes “Clientazo”:** Se emitieron 10.065 tarjetas Clientazo, contabilizando un total de 183.724 plásticos otorgados desde el inicio del programa de beneficios y ahorro para el cliente. La participación de las ventas realizadas a través de Clientazo representó el 87,91% del total de la facturación, logrando captar un 6,91% más participación, que en 2019.
- **Variedad de productos orgánicos e inclusivos:** Natura Alvear se desarrolló en 3 nuevas sucursales con mueblería y señalética propia dando un total de 6 sucursales con dicho sector.
- **Lanzamiento de plataforma e-Commerce:** En junio del 2020 lanzó la plataforma e-commerce para la venta on-line con dos modalidades de entrega; retiro por sucursal y entrega a domicilio. El proyecto estaba en desarrollo, pero se tomó la decisión de cambiar el enfoque para acelerarlo ejecutando un mínimo producto viable que permitió satisfacer las necesidades de los clientes, que demandaban la compra on-line, por el contexto de pandemia Covid-19. En los primeros 30 días se registraron: 22.000 sesiones, 16.000 usuarios únicos y 1.500 usuarios registrados.
- **Incorporación de nuevo sistema de fila única:** En diciembre del 2020 se implementó el nuevo sistema de fila única en la sucursal Centro. Esta modalidad ofrece la posibilidad de reducir los tiempos de espera y mejorar la experiencia del cliente. Se dispusieron 12 check-out sobre un gran mostrador horizontal, se establecieron 3 filas únicas y un turnero con el que se llama a los clientes.

Resultados en fortalecimiento de derechos humanos para la comunidad:

- **Incorporación de estudiantes a tiempo parcial:** Durante el período objeto del presente informe ingresaron 10 colaboradores en modalidad tiempo parcial (24 hs. semanales).
- **Fomento de la educación:** Durante 2020 aportó \$33.000 a la Universidad Nacional del Litoral en carácter de patrocinio, lo que indica estabilidad en relación con el año anterior.
- **Inversión social:** En 2020, 6 Organizaciones sin fines de lucro fueron

beneficiadas con donaciones en forma de productos por un valor equivalente a \$ \$86.578,57. Las OSC beneficiadas fueron:

o Policía: \$24.206,39

o Hogar Calvario: \$30.456,22

o Hogar La Esperanza: \$1.228,34

o Banco de Alimentos: \$8.631

o 107 servicios médicos – Pandemia COVID: \$20.318,04

o Escuela EETP N° 601 LN ALEM: \$ 1.738,04

### **Planes y acciones 2021**

Alvear Supermercados proyecta:

- Activar nuevos formatos de “Gamificación” con Prode: Copa America de Futbol 2021: el objetivo es por medio de actividades lúdicas (juego, sana competencia y diversión) que los colaboradores participen, generando un buen clima de trabajo, lo que mejora el compromiso con la empresa, el trato diario con los compañeros de trabajo y en consecuencia al aumento de la productividad.
- Capacitación a familiares de colaboradores: diseñado por el área de Recursos Humanos, se propone brindar un beneficio a los colaboradores generando motivación, tranquilidad y sentido de pertenencia, al capacitar a un familiar directo que está en búsqueda de trabajo, preparar técnicamente al participante para afrontar con éxito un proceso de selección en otra organización.
- Celebrar los 50 años de la empresa: Festejos durante todo el año, con toda la organización, con regalos, festejos y sorteos motivos de los 50 años de historia y trayectoria de nuestra empresa.
- Digitalización de Área de Recursos Humanos: En tiempos de transformación digital proyecta comenzar a digitalizar procesos de recursos humanos, como lo son la gestión de tiempos y horarios, comunicación general con los colaboradores y los recibos de sueldos digitales. Desde hace tiempo es necesario el desarrollo e implementación de sistemas que ayuden a gestionar el área de forma eficiente y eficaz, por lo tanto, en 2021 se propone buscar, encontrar y comenzar a utilizar el sistema que se necesita para seguir creciendo.
- Protocolo Covid-19: Continuar cuidando y manteniendo todas las medidas implementadas, preparados con la misma actitud de seguir avanzando pese a las circunstancias.
  - Seguir sumando nuevas empresas regionales a la campaña Comprá Local e incorporar emprendedores de las economías regionales y de la economía primaria de manera de visibilizar a los pequeños productores de la zona. También, la empresa busca ampliar el alcance de difusión y sumar más visibilidad en el punto de venta.
  - Perfeccionar la plataforma de e-commerce de Alvear implementando mejoras continuas para la experiencia del usuario.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajar juntamente con proveedores locales y regionales para seguir lanzando productos de Marca Propia.</li> <li>• Generar mayor comunicación vinculada con la generación de hábitos saludables, valores, solidaridad, medioambiente, salud, aprovechando la llegada al público que se tiene en redes sociales.</li> <li>• Continuar los medios de fomento de la educación a través del apoyo económico al programa de patrocinio de la Universidad Nacional del Litoral (UNL).</li> <li>• Ampliar la cantidad de sucursales con la línea de productos Natura Alvear. Incorporar nuevos productos y especies envasadas.</li> <li>• Ganar posicionamiento en la venta de productos saludables y agroecológicos.</li> <li>• Continuar incorporando productos a la oferta de productos alimenticios para celíacos, hipertensos y diabéticos, entre otros y señalarlos oportunamente.</li> </ul>
--	--

<b>DERECHOS LABORALES</b>	
<b>PRINCIPIO N° 3</b>	<b>Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.</b>
<b>PRINCIPIO N°4</b>	<b>La eliminación de toda forma de trabajo forzoso y obligatorio.</b>
<b>PRINCIPIO N°5</b>	<b>La erradicación del trabajo infantil.</b>
<b>PRINCIPIO N°6</b>	<b>La eliminación de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.</b>

<b>Acciones</b>	<p><b>Nuestro compromiso o política</b></p> <p>Alvear Supermercados apoya y garantiza el respeto por los derechos laborales reconocidos a nivel internacional por los distintos instrumentos y convenciones como la Declaración Universal de los Derechos del Hombre, convenios internacionales de la Organización Internacional del Trabajo, la Constitución Nacional y los compromisos que ha suscrito en el marco del Pacto Global de Naciones Unidas.</p> <p>Estos derechos se materializan mediante políticas y acciones activas que buscan promover el completo desarrollo personal y profesional de sus colaboradores dentro del espíritu del proyecto económico y social que le es propio.</p> <p>Concretamente implementa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dispositivos que facilitan el desarrollo y el desempeño de las personas en sus puestos de trabajo.</li> <li>• Mecanismos que fomentan y garantizan la asociación sindical de sus trabajadores.</li> <li>• Medidas específicas que amplían la participación de mujeres y promueven la no discriminación por razones de género.</li> </ul>
-----------------	---

### Una descripción breve de nuestros procesos (o sistemas)

Entre los principales Procesos que la empresa implementa se hallan:

- **Plan de desarrollo:** Facilita la capacitación para el trabajo a través de distintas instancias de instrucción y dispone de los espacios y tiempos necesarios para que el personal pueda aumentar su conocimiento en horario laboral. Dicho plan comporta: 1) Sistema de inducción, 2) Plan anual de capacitación, 3) Entrega de becas de estudio y 4) Acciones de promoción interna de los colaboradores.
- **Esquemas que garantizan las prácticas sindicales:** El personal se encuentra sindicalizado.
- **Medidas específicas orientadas a la ampliación de derechos de las mujeres:** Realiza acciones para mantener el balance de género.
- **Acciones en materia de Salud Ocupacional:** Contrata un servicio de emergencias médicas para colaboradores y clientes.

### Actividades emprendidas en el último año

Con relación a los Derechos Laborales, se concretaron las siguientes acciones:

- **Sistema de inducción:** El personal que ingresa a la compañía recibe inducciones operativas y administrativas a fin de familiarizarlo con los principios que guían el accionar de la compañía y con el puesto de trabajo. Las inducciones operativas son llevadas adelante por colaboradores de las sucursales, y las administrativas por la Gerencia de Recursos Humanos.
- **Plan anual de capacitación:** La política de la organización busca perfeccionar las habilidades de los empleados a través del liderazgo, participación, capacitación y un eficaz sistema de comunicación tendiente a lograr los objetivos de la compañía. Es por ello, que todos los años destina recursos y diseña planes de capacitación a la medida de las necesidades de los colaboradores, que surgen de las evaluaciones de desempeño y de encuestas anónimas realizadas al finalizar las capacitaciones. Dicho plan se lleva adelante en el Centro de capacitación “Escuela María de los Ángeles”.

Durante el año evaluado, se han brindado cursos a toda la plantilla en variados temas. Alvear Supermercados cuenta con un modelo de atención al cliente de cinco pasos que inicialmente se ideó para el sector de Cajas pero que en 2018 y desde entonces, fue transmitido al personal de todos los sectores.

Al igual que en 2018, la detección de problemas que pudiesen causar ausentismo y su medición por centro (Centro de Distribución, Administración y sucursales) continúa dando buenos resultados a la fecha. Este cambio en los parámetros de medición (anteriormente se realizaba de manera general) contribuyó a la mejora del clima laboral.

- **Entrega de becas de estudio:** Se otorgan incentivos para la realización de

	<p>estudios de posgrado y facilita la organización del trabajo para que puedan cumplir con los programas de estudios a los que asisten.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Acciones de promoción y desarrollo de colaboradores:</b> Con el fin de dar oportunidad de crecimiento al público interno, realiza búsquedas puertas adentro de la compañía para cubrir vacantes de mandos medios. Además, cuenta con un sistema de referidos en donde el personal puede recomendar a alguna persona conocida y su CV se suma a la base de datos para las búsquedas de personal.</li> <li>• <b>Acciones en materia de Salud Ocupacional:</b> Contrata un servicio de emergencias médicas para sus colaboradores en la mayoría de sus instalaciones.</li> <li>• <b>Reintegro de Licencia por Maternidad:</b> Establece un período de adaptación para las colaboradoras que han sido madres, disminuyendo a 4 horas la jornada laboral durante el primer mes de regreso a sus actividades laborales.</li> </ul>
Resultados	<p><b>Medición de resultados (esperados) y valor agregado a nuestra compañía</b></p>
	<p>Datos del progreso logrado:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Sistema de inducciones:</b> En el año 2020 se realizaron 74 inducciones operativas y administrativas de dos horas de duración cada una.</li> <li>• <b>Aumento de detección de problemas que pudieran causar ausentismo:</b> La tasa de ausentismo en 2020 fue de 4,14% sin contemplar ausentismos por covid-19. El porcentaje neto es menor al del período anterior (5,88). Si contemplamos dentro del análisis los ausentismos por pandemia, el porcentaje equivale a 9,10% y el aumento se corresponde directamente a motivo de casos de covid-19 y grupos de riesgo durante el periodo de pandemia. Durante el 2020, hubo un 27% menos de accidentes laborales respecto al año anterior.</li> <li>• <b>Acciones de promoción y desarrollo de colaboradores:</b> En 2020 hubo 23 promociones internas, los cuales se traducen en ascensos y cambios de sector que significan un crecimiento y desarrollo personal de cada colaborador.</li> <li>• <b>Plan anual de capacitación:</b> Por el contexto que atravesó el 2020 a nivel mundial se ajustó y adaptó el plan de capacitaciones. Esto implicó, en el marco de la “no presencialidad”, tomar decisiones para poder garantizar en primera instancia, que las capacitaciones se sigan realizando y que el alcance se extienda a todo el personal que se deseaba capacitar, y en segundo plano, adaptar una nueva forma de capacitar nunca antes implementada, como lo es la conexión virtual, a través de plataformas de comunicación por internet. En este caso, se comenzó a utilizar la App ZOOM.</li> </ul>

De esta manera, bajo la modalidad virtual se desarrollaron las siguientes capacitaciones:

- Cursos Seguridad e Higiene: se realizaron 10 capacitaciones virtuales de una (1) hora de duración cada una, destinadas a todos los colaboradores de la empresa, un total de: 445 colaboradores/as. Cada jornada estaba desarrollada específicamente para tratar los Riesgos del puesto de trabajo, Manejo defensivo y Prevención Covid, de cada sector u Área respectivamente.
- Conducción de personal para mandos medios: se realizaron 6 encuentros de 1,5hs cada uno, donde asistieron 576 colaboradores/as. En cada jornada se desarrolló un Módulo específico: Rol de Líder, Liderazgo, Comunicación, Motivación, Trabajo en equipo y resolución de conflictos. Destinada a todo el personal que tiene colaboradores a cargo.
- Descripción de cargos y diseño de escala salarial: se realizó 1 jornada de 8hs donde asistieron 3 colaboradores. Destinada a todo el personal de Área de RRHH.
- Procedimiento de notas de crédito: se realizó 1 jornada de 1hs donde asistieron 24 colaboradora/es. Destinada a todo el personal de conducción de línea de cajas.

Bajo la modalidad Semi-Presencial se desarrollaron las siguientes capacitaciones:

- Buenas prácticas de rotisería: se realizó una (1) jornada de 2hs donde asistieron 14 colaboradores/as. Destinada a todo el personal de sector “cocina” específicamente, que asistieron de forma presencial a la sala de capacitación de la empresa y Gerentes de sucursales que asistieron de forma virtual, a los efectos de garantizar el aforo permitido en ese momento. Se trató de una capacitación técnica para el área de rotisería.

Bajo la modalidad Presencial se desarrollaron las siguientes capacitaciones:

- Reorganización de sector verdulería: se realizó 1 jornada de 2hs donde asistieron 15 colaboradores/as. Destinada a todo el personal de sector “verdulería” específicamente. Se trata de una capacitación técnica para el área de verdulería.
- Manipulación de alimentos para tramitar el Carnet: se

realizaron 2 encuentros de 6hs cada uno, donde asistieron 47 colaboradores. Destinada a todo el personal de sucursal que manipula alimentos.

- Sistema de Check Point para Suc 1 y Suc 11: se realizó una (1) jornada de 1hs donde asistieron 18 colaboradores. Destinada a todo el personal de Área de monitoreo, Gerentes y Encargados de Sucursal 1 y 11.
  - Procedimientos de Panadería: se realizaron 3 encuentros de 1,5hs cada uno, donde asistieron 23 colaboradores/as. Destinada a todo el personal sector “panadería” específicamente. Se trata de una capacitación técnica para el área de panadería.
  - Manipulación, mantenimiento y exhibición de productos frescos: se realizó una (1) jornada de 2hs donde asistieron 15 colaboradores/as. Destinada a todo el personal sector “fiambrería” específicamente. Se trata de una capacitación técnica para el área de fiambrería.
  - Medidas de prevención de Coronavirus: en los inicios de la pandemia se realizaron charlas sobre las medidas de prevención del COVID-19 en cada establecimiento, para evitar el contacto grupal, destinada a cada colaborador/a en su lugar de trabajo: 461 colaboradores/as.
  - Manipulación Alimentos BPM – Exención: la capacitación consistió en la entrega de material a cada uno en el lugar de trabajo y posterior examen. Se llevó a cabo en 1 jornada de 2hs donde asistieron 16 personas.
- **Entrega de becas de estudio:** En 2020, ningún colaborador fue beneficiado con becas para la realización de posgrados.
  - **Balance de género:** A diciembre de 2020, la proporción de mujeres fue de un 46% (227) y la de hombres de un 54% (264), evidenciando el casi pleno equilibrio entre ambos sexos. Esta tendencia se mantiene constante a lo largo del tiempo. En cuanto a mujeres en cargos de mandos medios, el porcentaje es de 25% (60 mujeres sobre 223). El Comité está conformado por 25% de participación femenina y lo que respecta al Directorio de la compañía, no hay participación de mujeres.
  - **Libertad sindical:** El 96 % de los colaboradores se encuentra bajo Convenio Colectivo de Trabajo de Empleados de Comercio N° 130/75.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Licencias por Maternidad y Paternidad:</b> Durante el 2020 hubo 7 licencias por maternidad y 7 licencias por paternidad con flexibilidad horaria.</li> </ul>
	<p><b>Planes y acciones 2021</b></p> <p>Alvear Supermercados planea:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumentar las visitas de los integrantes de RR.HH. a diferentes sucursales.</li> <li>• Retomar con las capacitaciones de Modelo en “atención al cliente” en línea de cajas y sectores. Capacitación destinada a todo el personal de Sucursales y administración.</li> <li>• Dar capacitación en “Conducción de personal para mandos medios” destinada al personal de mando medio del Centro de Distribución.</li> <li>• Capacitación en “habilidades técnicas alimenticias”, destinada a encargados de panificación.</li> <li>• Retomar con la frecuencia de publicaciones del boletín de comunicación interna “Superinformados”</li> <li>• Continuar publicando bimestralmente la cartelera de cumpleaños del personal.</li> </ul>

<b>AMBIENTE</b>	
<b>PRINCIPIO N° 7</b>	<b>Las empresas deben mantener un enfoque preventivo orientado al desafío de la protección medioambiental.</b>
<b>PRINCIPIO N° 8</b>	<b>Las empresas deben comprometerse en iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.</b>
<b>PRINCIPIO N° 9</b>	<b>Las empresas deben alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medioambiente.</b>

	<p><b>Nuestro Compromiso o Política</b></p> <p>La compañía es consciente de la importancia que tiene el cuidado del ambiente para armónico de las próximas generaciones. Es por ello que lleva adelante diferentes acciones vinculadas con la protección del medio ambiente y el uso eficiente de recursos.</p> <p>Así, la sucursal número 11 de Alvear Supermercados fue pensada con criterios sustentables. Las instalaciones cuentan con:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Heladeras ecológicas que utilizan en su funcionamiento dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>), gas inocuo para la atmósfera.</li> <li>○ Sistema de iluminación 100% LED.</li> <li>○ Baños con grifos de cierre automático y válvulas de corte automático de agua en sanitarios.</li> <li>○ Parqueado de predio.</li> <li>○ Reducción de iluminación led artificial durante el día en un 30% aprox. para ahorro energético.</li> </ul> <p>Por su diseño, dicha construcción es considerada modelo a seguir. Es así como, en el 2018, la empresa fue invitada a participar de Expocon 2018 “Exposición Federal de la Construcción” realizada en la ciudad de Santa Fe por ser dicha sucursal una</p>
<b>Acciones</b>	



obra con componentes sustentables y arquitectura novedosa que brinda un espacio de esparcimiento en el macrocentro de la Capital provincial.

Entre los principales Procesos o Sistemas que implementa la compañía sobresalen:

- La adopción de medidas para disminuir el consumo de papel, energía y agua Principalmente a través de la incorporación de tecnologías compatibles con el medio ambiente.
- El estudio y la proyección de aplicar la innovación en sus dispositivos con la meta de reemplazar energías no renovables por renovables.
- El acopio y reciclado de residuos de aceite, cartón y plástico generados en sus sucursales y en el Centro de Distribución.
- La capacitación a sus colaboradores en temáticas ambientales.
- El fomento del transporte sustentable.
- La participación en campañas y charlas de concientización en temáticas ambientales.
- La plantación de especies arbóreas.

#### Una descripción breve de nuestros proceso o sistemas

- **Plan de reducción del consumo de energía y agua:** La compañía está ejecutando gradualmente un plan de reemplazo de los antiguos métodos a grifos y válvulas de corte de agua automáticos, iluminación por luces LED y heladeras que utilizan gas ecológico.
- **Mejora de huella de carbono:** Se analizan permanentemente innovaciones que utilicen energías alternativas y reduzcan la huella de carbono.
- **Campaña de reducción de bolsas plásticas:** En abril de 2017 la Municipalidad de Santa Fe, mediante su Ordenanza N° 11.601, estableció la prohibición de entrega de bolsas camiseta de polipropileno en supermercados, autoservicios y comercios de la ciudad. Desde entonces, la compañía comercializó bolsas ecológicas de friselina y bolsas biodegradables. En la sucursal de Santo Tomé, también implementó dicha acción, pero por decisión voluntaria.
- **Programa de concientización de protección del medio ambiente:** Con el objetivo de incentivar la reducción del uso del papel, se envían comunicados internos a los colaboradores con el mensaje “Menos Papel”. Además, se continúa ampliando paulatinamente el uso de impresoras térmicas que no utilizan cartuchos de impresión y rollos testigo.
- **Política de desperdicio cero:** Define como lineamiento operativo generar el menor desperdicio tanto en los procesos como en los productos comprados. Esto conlleva a la continua optimización de los procesos productivos y de abastecimiento, gestión de stocks y análisis de la demanda.
- **Acciones de Reciclado:**
  - En 2017 la compañía construyó un depósito en el predio del Centro de Distribución y adquirió una compactadora de cartón y papel. La misma prensa cartón y plástico que luego son retirados por una empresa que

	<p>se encarga de su transporte hacia los centros de reciclado.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ En sucursales se separa el plástico por tipo: Stretch y PET.</li> <li>○ Desde hace 10 años, la empresa recicla el aceite utilizado en las freidoras.</li> <li>○ Los contenedores de frutas y verduras de madera son separados por proveedor y devueltos al Mercado.</li> <li>○ En el área de Carnicería se reutilizan las bolsas para los pedidos.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Fomento del transporte sustentable:</b> Se mantienen los bicicleteros en las cercanías de los estacionamientos de 9 sucursales. Dichos bicicleteros, fueron construidos por una Cooperativa Municipal. La acción se realizó en asociación con el Municipio de Santa Fe y la ONG “Santa Fe en bici” tendiente a favorecer el transporte sustentable con el fin de colaborar con la Cooperativa a la par de promover el uso de la bicicleta como un medio de transporte no contaminante e incentivo de ejercicio físico necesario para la salud.</li> <li>● <b>Campaña de recolección de residuos:</b> Se participó de la acción de recolección y separación de residuos “Separado no es basura” de la Municipalidad de Santa Fe. Se cedieron los espacios en las playas de estacionamiento de las sucursales para colocar tachos y que el público pudiera dejar residuos de acuerdo con una consigna.</li> <li>● <b>Plantación de especies arbóreas:</b> Se plantaron araucarias en los terrenos de la Administración y en el Centro de Distribución.</li> </ul>
	<p><b>Actividades emprendidas en 2020</b></p> <p>Se llevaron adelante las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Implementación de Contenedores Isotérmicos:</b> Comenzaron las pruebas de implementación de contenedores isotérmicos para congelados y frescos, que conservan el frío durante 24 horas, para trasladar mercadería a las sucursales más distantes: Recreo y Coronda). Esto produce ahorro de combustible y en la huella de carbono (ya que el traslado es junto al resto de la mercadería).</li> <li>● <b>Adquisición de 2 paletas eléctricas ergonómicas:</b> para mover pallets dentro del Centro de Distribución con el fin de alivianar el trabajo de los operarios en altura y reducir el consumo de combustible, mejorando las condiciones de trabajo de los trabajadores y disminuyendo la huella de carbono.</li> <li>● <b>Optimización de la separación en origen (sucursales) de los residuos orgánicos:</b> acción realizada en todas las sucursales.</li> <li>● <b>Ampliación de sucursal N.º 3:</b> Durante el periodo de reporte, se comenzó la obra de ampliación en sucursal Guadalupe de la ciudad, en estacionamientos con iluminación LED y veredas, Panadería y Depósito de esta.</li> <li>● <b>Ampliación de sucursal N.º 9:</b> Durante el periodo de reporte, se comenzó la obra de ampliación en sucursal centro de la ciudad, con agregado de estacionamiento: el proyecto se compone de 2 etapas. La primera que se lleva adelante consta de la ampliación de aproximadamente 400 metros cuadrados y el estacionamiento utilizando criterios de arquitectura verde. La segunda etapa se estima para el 2021/2022.</li> </ul>



- **Reducción del consumo del agua y la energía:**
  - Mantiene la tecnología Solatube, que aprovecha la luz natural en el sector Verdulería de la sucursal N° 1.
  - Continuó con el reemplazo de la grifería y colocación de válvulas de cierre automático en sanitarios.
  - Prosiguió con la sustitución de la iluminación de tubos fluorescentes por tecnología LED alcanzando un 40% del total de sucursales reemplazadas.
- **Disminución de bolsas plásticas:** Desde el 2017, con la entrada en vigor de la ley que prohíbe entregar bolsas de polipropileno, comercializó bolsas ecológicas de friselina a precio promocional. Además, en el mismo período comenzó a ofrecer bolsas *oxibiodegradables*. En la sucursal de Santo Tomé llevó adelante dicha acción por propia decisión.
- **Separación de residuos:** En el 2018, instaló contenedores con 3 bocas para separar residuos orgánicos, no orgánicos y vidrio en las playas de estacionamiento. Los residuos secos son reciclados en la empresa.
- **Acciones de reciclado:** Continuaron las tareas de acopio de plástico y cartón logrando el reciclado del 100 % de estos materiales y devolución al Mercado de los contenedores de frutas y verduras. En relación al reciclado de aceite, el proceso consiste en recolectar el aceite usado (oxidado) cuando se realiza la limpieza de la freidora, se traspasa a bidones destinados para ese fin y un proveedor externo realiza el retiro e intercambio por bidones limpios. También es recolectado el aceite residual de las bandejas luego de la cocción de los distintos productos. El objetivo es llegar a residuos cero en la limpieza diaria de bandejas.
- **Instalación de bicicleteros en sucursales:** Se mantienen los bicicleteros instalados en virtud de la acción desarrollada en el 2017. Los bicicleteros son fabricados por cooperativas de trabajo de la ciudad de Santa Fe, generando empleo para personas en situación de vulnerabilidad social.
- **Conciencia ambiental:** Brindó charlas de capacitación de sugerencias prácticas de reducción del consumo energético. La misma estuvo dirigida a los mandos medios para que luego, éstos, lo transmitan a sus sectores.
- **Reducción de la contaminación sonora:** En los sitios donde se encuentran las centrales de frío se levantan paredes acústicas con paneles absorbentes para reducir el ruido.
- **Acciones de reciclaje en conjunto con otras organizaciones:** El 4 de julio del 2020 realizó en sucursal Recoleta una campaña de jornada completa denominada "Hacé tu papel", destinada a la recuperación de residuos secos. Se llevó a cabo junto a varias ONG que trabajan con esta temática: Tres sustentables – Podes Emprender – Integral reciclados. Se recibió y separó papel, cartón, aluminio, metales y vidrios. Los mismos fueron destinados a una cooperativa de trabajo.



## Medición de resultados (esperados) y valor agregado a nuestra compañía

Datos de los avances logrados:

- **Colocación de grifos de corte automático de agua y válvulas de cierre automático en baños:** En 2020 se sumaron 5 grifos de corte automático y válvulas de corte automático.
- **Reducción del agua y la energía:** Durante el 2020, la cantidad de luminaria halógena reemplazada por luces LED fue de un 40% más que el período anterior. Durante las horas diurnas en sucursal Recoleta, se reduce el uso de energía eléctrica en un 30% aproximadamente para un mayor ahorro energético.
- **Ampliación en sucursal 3:** Se comenzó con el trabajo de ampliación de panadería y depósito de la sucursal número 3 teniendo en cuenta criterios sustentables.
- **Ampliación de sucursal N° 9:** Durante el periodo de reporte, se comenzó la obra de ampliación en sucursal centro de la ciudad, de 800 a 1.200 metros cuadrados con agregado de estacionamiento: el proyecto se compone de 2 etapas. La primera, consta de la ampliación de aproximadamente 400 metros cuadrados y el estacionamiento utilizando criterios de arquitectura verde.
- **Campaña de reducción de bolsas plásticas:** Desde abril de 2017, fecha en donde comenzó a regir la prohibición de entrega de bolsas de polipropileno, el porcentaje de reducción de bolsas camiseta de polipropileno ha sido de 100%. En el período objeto de reporte, se han vendido 58.859 bolsas de friselina a precio promocional, un 12% menos que el periodo anterior. Adicionalmente, se comercializaron 39.684 bolsas camiseta biodegradables, un 73% menos que en 2019, lo cual indica un crecimiento de la conciencia ambiental y ecológica en la sociedad y la reutilización de las bolsas de tela.
- **Acciones de reciclado:** Durante la Pandemia, se redujo el movimiento de Mercadería (Recepción, envío a sucursales y acopio) por lo tanto, fueron reciclados 38.000 kilogramos mensuales de cartón y 6.500 kilogramos mensuales de plástico disminuyendo levemente la cantidad del período anterior. En cuanto al aceite, el porcentaje de reciclado es de aproximadamente el 89 % teniendo en cuenta lo absorbido en la cocción y en el residuo sólido de las freidoras dando un total en 2020 de 1.995 litros de aceite vegetal reciclado.  
En el área de tareas administrativas, se reutilizan las hojas para nuevas impresiones y así evitar grandes cantidades de desechos en papel o impresiones en papeles “borrador” para no generar gastos de papel innecesarios.  
En Alvear Online, los envíos se realizan con cajas recuperadas, reutilizadas para evitar generar más cartón con cajas nuevas y simplemente reutilizar las que ya tenemos en grandes cantidades.
- **Instalación de bicicleteros en sucursales:** Se cuenta con 13 bicicleteros en 9 sucursales y en el periodo objeto de reporte no se han agregado nuevos
- **Uso de impresoras térmicas:** El reemplazo fue realizado en una sucursal más,

	<p>con un total de 8 impresoras térmicas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Participación en Campaña de recolección de residuos:</b> En 2020, con la campaña realizada en sucursal Recoleta denominada "Hacé tu papel", se juntaron 6.835 Kg de residuos secos (Papel, cartón, aluminio, metales y vidrio). Los mismos fueron destinados a una cooperativa de trabajo con lo cual, la acción tuvo 2 impactos directos: generación de empleo y cuidado del medio ambiente</li> </ul>
	<p><b>Planes y acciones 2021</b></p> <p>Alvear Supermercados planea:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Segunda Fase remodelación sucursal N.º 9: La segunda etapa enfocada en remodelar los metros cuadrados restantes con criterios de sustentabilidad (paneles y calefones solares, válvulas automáticas en grifos, iluminación LED, etc.).</li> <li>• Continuar con la obra de ampliación de la sucursal N.º 3 e incorporar sistemas de iluminación natural.</li> <li>• Instalar jardines verticales para la renovación de aire en la sucursal N.º 11.</li> <li>• Reducción de bolsas camiseta plásticas en sucursal N.º 5 y N.º 6, eliminando el 100% de las entregas en todas las sucursales.</li> <li>• Construir la nave de perezaderos (panificados/elaboración de chacinados) en el Centro de Distribución con una central de frío ecológica.</li> <li>• Continuar con la forestación del Centro de Distribución.</li> <li>• Llegar al 100 % del aceite reciclado.</li> <li>• Clasificar y devolver, dentro de la semana, los contenedores de frutas y verduras a los proveedores del Mercado.</li> <li>• Incorporar camiones con plataformas elevadizas que pesan la cuarta parte de una común impactando en la optimización del uso del combustible y en el mantenimiento del rodado. También ayuda a bajar la huella de carbono.</li> <li>• Seguir optimizando la separación en origen (sucursales) de los residuos orgánicos.</li> </ul>

<b>ANTICORRUPCIÓN</b>	
<b>PRINCIPIO N° 10</b>	<b>Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno</b>
<b>Acciones</b>	<p><b>Nuestro Compromiso o Política</b></p> <p>Para Alvear Supermercados las relaciones con los stakeholders basadas en la confianza mutua y el respeto al ordenamiento legal son de importancia cardinal. Es por ello, que busca que las mismas sean transparentes y rechaza toda forma de soborno y corrupción. En concreto:</p>

- Establece que los Colaboradores deben abstenerse de asumir compromisos incompatibles con su función.
- Respeta las diferentes reglamentaciones provenientes de las autoridades sanitarias del país.
- Adopta una actitud responsable como Ciudadano Corporativo, rechazando toda forma de corrupción. Los colaboradores no deben de ningún modo aceptar pagos o beneficios de terceros que tengan un vínculo comercial con la empresa.
- Promueve la difusión de sus actividades y compromisos relacionados con su responsabilidad social empresaria y adopta un enfoque que facilita la comunicación de acciones y valores a todos sus grupos de interés.

#### **Una descripción breve de nuestros Proceso o Sistemas**

Entre los principales Procesos o Sistemas se destacan:

- **Difusión de Los Principios de Dirección del Negocio:** A fin de comunicar e internalizar la esencia de Alvear Supermercados, la Misión y la Visión de la compañía están expuestas de manera visible en lugares comunes, Centro de Distribución y en la nueva Administración para que llegue a todos los grupos de interés con los que interactúa.  
Asimismo, mensualmente realiza reuniones de seguimiento con Gerentes y en ellas se capacita e informa acerca de los Principios del Pacto y acciones seguidas que responden a los mismos.
- **Lineamientos para proceso de compras:** Consta de tres guías de acción a saber:
  - Reglas para los compradores vinculadas a la prohibición de recibir regalos y cortesías por parte de los proveedores.
  - Política de solicitud de soportes de pago de obligaciones fiscales y previsionales a proveedores que subcontratan personal tercerizado con el objetivo de verificar el cumplimiento de las respectivas leyes.
  - Acciones de control interno con el fin de prevenir irregularidades.
- **Sistemas de comunicación ascendentes:**
  - **Encuestas de Clima Laboral:** En 2016 implementó el relevamiento de información a través de encuestas de clima laboral, tendientes a mejorar el bienestar del público interno. Las mismas son canales de información ascendentes y se colocan en urnas dispuestas a tal fin para garantizar la preservación del anonimato.
  - **Diálogo con los consumidores:** Los medios de comunicación por excelencia con los consumidores son la Fan Page ([www.facebook.com/alvear.supermercados](http://www.facebook.com/alvear.supermercados)) y la cuenta de Instagram (<https://www.instagram.com/alvear.supermercados/>) Además, cuenta con un buzón de sugerencias en la página web ([www.alvearsupermercados.com.ar](http://www.alvearsupermercados.com.ar)), una sección de “Contacto” con teléfonos de la Administración, e-mails de los distintos sectores y un

	<p>0800. Los mensajes con sugerencias o reclamos son redirigidos al área correspondiente para que se les dé seguimiento y solución. Desde mediados de 2017 incorporó otro canal de comunicación mediante WhatsApp. El propósito es posicionarlo como medio de comunicación prioritario.</p>
	<p><b>Actividades emprendidas en el último año</b></p> <p>Las principales actividades emprendidas fueron:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación con clientes constante.</li> <li>• Análisis de implementación de nuevo sistema de gestión SAP y desarrollo de sistema de gestión de inventarios.</li> <li>• Durante 2020 se discontinuó la encuesta de clima laboral.</li> <li>• <i>MEDIDA TOMADAS RESPECTO A LA PANDEMIA:</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Elaboración Protocolo Covid para todos los establecimientos</li> <li>· Publicación de cartelera de información en todos los establecimientos para colaboradores y clientes.</li> <li>· Registros de capacitaciones sobre protocolo y medidas preventivas de Covid a los colaboradores y personal terciarizado (guardias de seguridad)</li> <li>· Entrega de Elementos de protección personal (barbijos, alcohol al 70%, trapos, difusores, máscaras de protección, termómetros pistola infrarrojo)</li> <li>· Elaboración de política de limpieza y desinfección</li> <li>· Registros de DDJJ de estado de salud de los colaboradores</li> <li>· Facilitar la entrega de mercadería a domicilio a través de Glovo.</li> </ul> </li> </ul>
<b>Resultados</b>	<p><b>Medición de resultados (esperados) y valor agregado a nuestra compañía</b></p>
	<p>El progreso logrado fue:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Medios de consultas y/o reclamos con clientes:</b> En el período objeto de reporte, se disminuyó de manera significativa la cantidad de reclamos a 1500 anuales. La reducción fue de casi un 25%. El porcentaje de resolución de los casos fue de 95%. Con respecto a WhatsApp, se superaron en 2020 las 1000 conversaciones. Posicionándose como el primer canal de reclamos y consultas de la compañía.</li> <li>• <b>Proyecto de implementación de nuevo sistema de gestión:</b> Durante 2020 se siguió trabajando para implementar SAP como ERP. Se estima que a finales de 2022 el mismo se encontrará operativo.</li> </ul>
	<p><b>Planes y Acciones para 2021</b></p>
	<p>Alvear Supermercados programa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Continuar realizando la encuesta de clima laboral y seguir utilizando los datos</li> </ul>



que arroja para mejora continua de la gestión.

- Seguir difundiendo los Principios del Pacto Global de Naciones Unidas entre los Grupos de Interés mediante las herramientas de diálogo implementadas en la compañía.
- Llevar a cabo la comunicación de las acciones de RSE puesta en marcha por la organización a través de las dos versiones del Boletín “SuperInformados”, de la Fan Page en Facebook, Instagram y otros medios de comunicación.
- Incentivar y promover la formación de áreas vinculadas con la RSE dentro del público interno.

### Alianzas para el desarrollo

La compañía cree en la sinergia del trabajo en conjunto, y es por eso que articula con colegas supermercadistas y asociaciones que los nuclean.

En concreto, Eduardo C. Antoniazzi (Gerente Administrativo) integra desde 2016 la Comisión Directiva de la CAMSAFE (Cámara de Supermercados y Autoservicios de Santa Fe).

En el mandato 2019-2021 tiene el cargo de Síndico. También forma parte de la Comisión Directiva de la CAS (Cámara Argentina de Supermercados) como Revisor de Cuentas Titular.

Además de la participación en gremiales sectoriales, es relevante mencionar que representantes de la compañía participaron en diferentes jornadas y eventos vinculados al retail, a saber:

- NRF Retail’s Big Show - New York (Enero)
- Expo Retail 2020, Dusseldorf Alemania (Febrero)
- Retail Day (via zoom) (Mayo)

Por último, es un orgullo señalar las distinciones recibidas de manos de la Asociación de Dirigentes de Empresa de la ciudad de Santa Fe en virtud de la entrega de los premios “El Brigadier” Edición 2020. Alvear Supermercados ganó el galardón en rubro supermercado y, además, en tarjeta de beneficios con “Clientazo”.



**¿Dónde pueden sus *stakeholders* encontrar la COP –además de en el sitio web del Pacto Global de Naciones Unidas-?**

La presente COP estará disponible en la página web del Pacto Global y a través de la página web de Alvear Supermercados: <https://www.alvearsupermercados.com.ar/>

