

MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD

2018 - 2020



ÍNDICE

A. ASPECTOS GENERALES

1. Historia
2. Propósito
3. Política de sostenibilidad
4. *Ranking* de reputación, RSE y Gobierno Corporativo
5. Datos demográficos
6. Materialidad
7. Comunicación con partes interesadas
8. Alianzas
9. Retos

B. MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD

1. Encadenamientos con Pymes
2. Pesca sostenible
3. Inocuidad alimentaria
 - 3.1 Capacitación y comunicación
4. Fusión Saludable
5. Proyecto: Alimentación saludable y cultura de paz
6. Banco de Alimentos

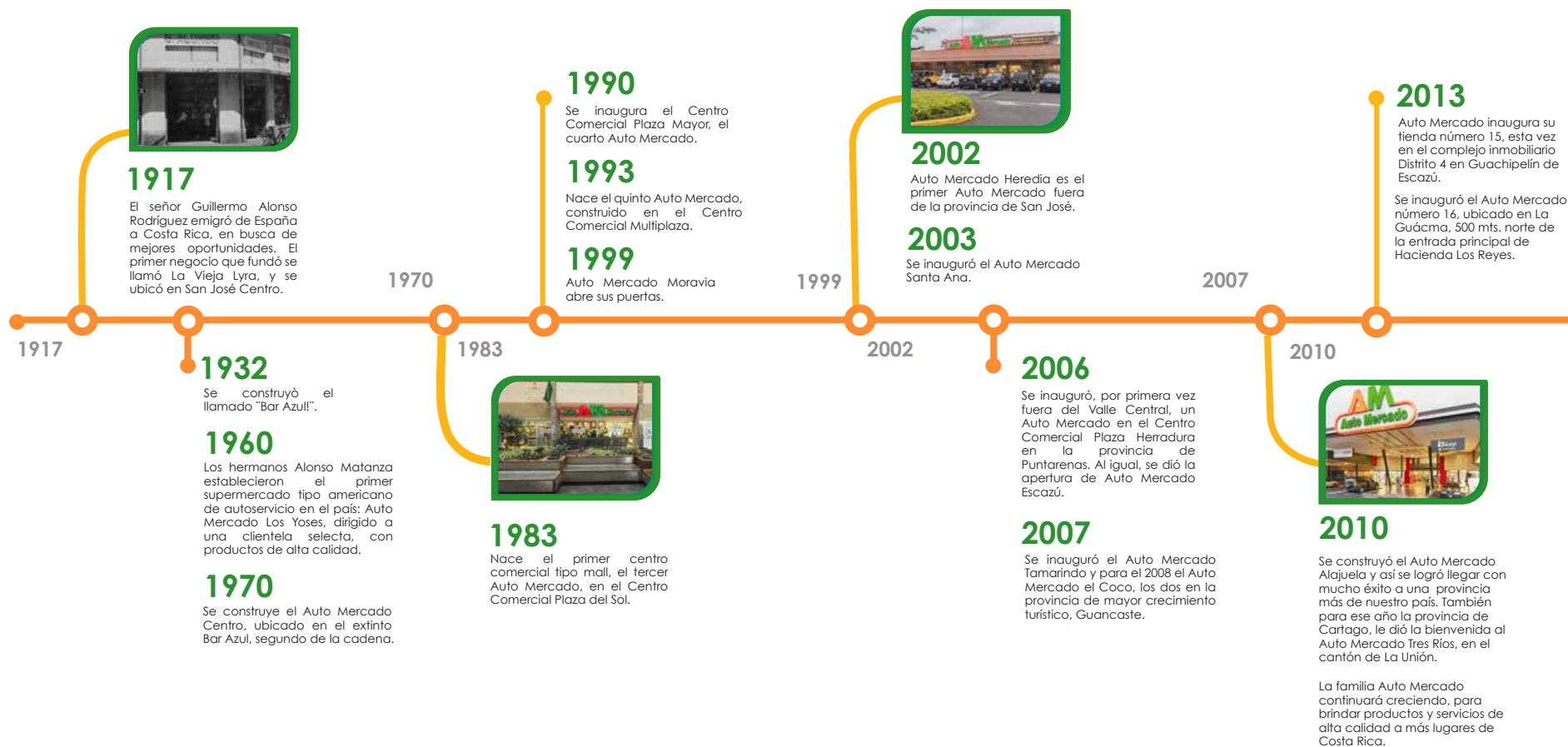
7. Apoyos
 - 7.1 CEDES Don Bosco
 - 7.2 Prevención incendios forestales
8. Movimiento Rosa-Asalus
9. Salud Ocupacional
10. Auto Oportunidades
 - 10.1 Hábitos Financieros
 - 10.2 Salud Mental
 - 10.3 Fondo de Ayuda Solidaria
11. Voluntariado y donaciones
12. Huella de carbono
13. Dígame sí a lo reutilizable
14. Productos con propósito
 - 14.1 Isla del Coco
 - 14.2 Árboles Mágicos
15. Chao plástico desechable
16. Gestión de residuos sólidos
17. Energía Solar
18. Punto Limpio Móvil
19. Bandera Azul

C. INFORME ESPECIAL COVID-19

1. Protocolo de medidas para enfrentar el COVID-19
2. Entrega de Diarios a Familias afectadas por la Pandemia

ASPECTOS GENERALES

1 HISTORIA





2014

Auto Mercado San Francisco de Heredia, el tercer Auto Mercado de esta provincia.

2016

Bratsi: representa un antes y un después en el diseño de los Auto Mercado.

Río Oro: Complementa la oferta en la zona de Santa Ana.

2013

2015

2017

2017

Santo Domingo se convierte en el cuarto supermercado en la provincia de Heredia.

Auto Mercado Guadalupe: El Auto Mercado No. 21 abre sus puertas ante la creciente dinamización del este de la capital.



2020

Auto Mercado Guayabos.

60 aniversario.

2 PROPÓSITO

En Auto Mercado somos supermercados líderes en calidad, variedad y servicio, ofreciendo a nuestros clientes la mejor experiencia al comprar.

VALORES

INTEGRIDAD

La integridad consiste en actuar siempre con apego a la verdad, con transparencia y franqueza.

INNOVACIÓN

Capacidad de la empresa para ofrecer anticipadamente nuevas opciones a los clientes internos y externos.

PASIÓN POR LOS DETALLES

Se demuestra pasión por los detalles cuando hacemos las pequeñas cosas de la mejor forma posible para obtener grandes resultados.

EXCELENCIA EN LA EJECUCIÓN

Hacer las cosas bien desde la primera vez, cuidando todos los detalles, de manera que todo se haga sin prisa pero sin pausa.

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Compromiso moral de la empresa con la solución de problemas de la sociedad costarricense.

AFÁN POR BRINDAR UN SERVICIO DE CALIDAD

Es la actitud entusiasta y dinámica que muestra un colaborador por servir en todo momento al cliente con amabilidad y eficiencia.

3 POLÍTICA DE SOSTENIBILIDAD

Auto Mercado cuenta con una Política de Sostenibilidad que establece los lineamientos generales para la gestión responsable del negocio y el funcionamiento de la corporación en las tres dimensiones del desarrollo sostenible: económica, social y ambiental. Los objetivos de nuestra Política son:

1. Beneficiar el desarrollo y la calidad de vida de los colaboradores y sus familias; clientes, proveedores y la sociedad costarricense.
2. Incorporar las prácticas responsables en el modelo de gestión.
3. Participar activamente de la promoción del voluntariado por parte de nuestros colaboradores.
4. Cumplir con la legislación y la regulación nacional e internacional, asegurando las prácticas laborales justas.
5. Cumplir con la legislación nacional.
6. Promover la sustitución de plástico de un solo uso en nuestra operación e incentivarla en nuestra cadena de valor.
7. Incentivar y promover la sostenibilidad a lo largo de la cadena de valor.
8. Implementar prácticas de mercadeo responsables y sostenibles.
9. Garantizar la protección de datos de nuestros clientes y nuestros colaboradores.
10. Establecer alianzas estratégicas en el marco de las alianzas público-privadas para maximizar sinergias.
11. Procurar que los colaboradores sean un ejemplo de valores éticos y anticorrupción.

4 RANKING DE REPUTACIÓN, RSE Y GOBIERNO CORPORATIVO

A large blue circle containing the number '4'. To the upper right of the circle is a smaller blue circle containing the word 'to' in white.

En el 2017, la Corporación Auto Mercado ocupó el 7mo. puesto a nivel nacional en el ranking de reputación corporativa, según el estudio que hace la compañía MERCO. En el 2018, subió al 5to. puesto, en el 2019 alcanzó el **4to lugar** y en el 2020 mantuvo esa posición.

A large orange circle containing the number '2'. To the upper right of the circle is a smaller orange circle containing the word 'do' in white.

En lo relacionado con Responsabilidad Social y Gobierno Corporativo, en el 2017, Auto Mercado estaba en la 9na. posición y en el 2020 llegó a la **2da posición**, según MERCO.

A large orange circle containing the number '2'. To the upper right of the circle is a smaller orange circle containing the word 'do' in white.

Según MERCO, en el 2020 Auto Mercado fue una de las empresas más responsables y que mejor reaccionó ante la Pandemia por COVID-19*

*Más información disponible sobre la gestión ante el COVID-19 en el apartado C

5 DATOS DEMOGRÁFICOS

Graficamos a continuación algunos de los datos a diciembre del 2020, más relevantes acerca de la composición de nuestra fuerza laboral. Una oportunidad que hemos identificado es la de incorporar más mujeres en nuestra fuerza laboral y en todos los tipos y niveles de puestos.

**TOTAL
EMPLEADOS
3203**

NÚMERO DE EMPLEADOS
POR GÉNERO



1888

58,94%



1315

41,06%

EDAD
PROMEDIO



33,91



34,89

EDAD PROMEDIO
TOTAL



34,31

PROMEDIO DE AÑOS
DE PERMANENCIA EN LA EMPRESA



6,08



5,22

3062
AMSA
95,60%

121
ADSA
3,78%

20
INMOBILIARIA
SANTIAGO MILLAS
0,62%

AMSA: AUTO MERCADO S.A
ADSA: AUTO DELI

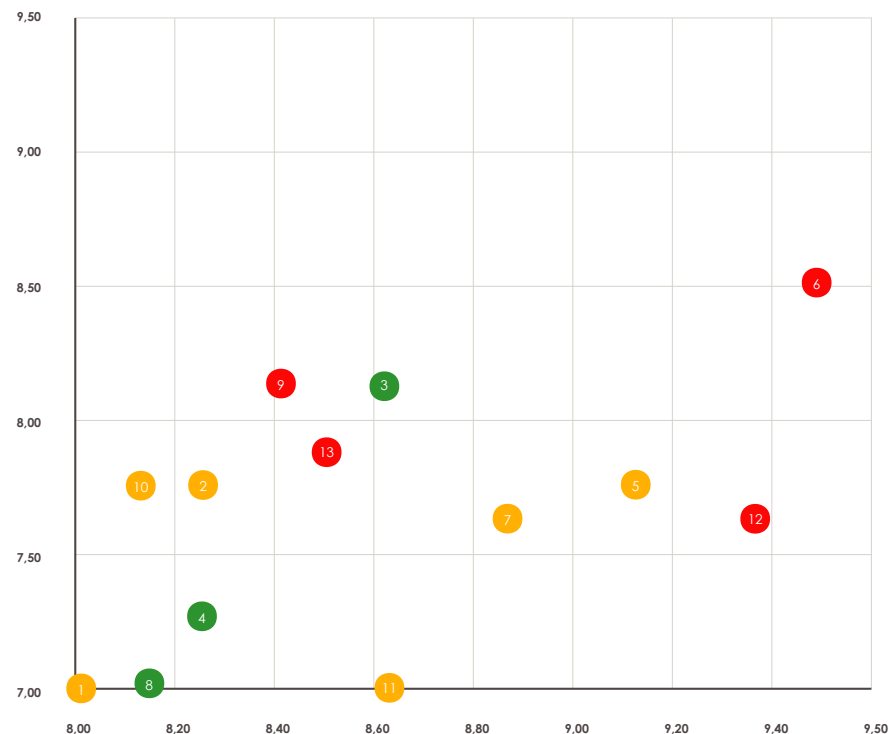
**TOTAL
SOCIOS
ASOCIACION
SOLIDARISTA
2697**

6 MATERIALIDAD

El punto de partida de nuestra estrategia de sostenibilidad es el análisis de materialidad. Este análisis se realiza internamente y busca priorizar los temas que consideramos más relevantes para gestionar acertadamente nuestros impactos negativos como empresa. Esos temas reciben el nombre de "temas materiales".

Insertamos aquí el cuadrante con el detalle de los temas materiales identificados para el año 2019. Debido a la pandemia este análisis no se realizó en el 2020.

Influencia en la valoración y toma de decisión de los grupos de interés



Significancia de los impactos económicos, ambientales y sociales

#	Asuntos identificados en materialidad	Dimensión
1	Democratización de estilos de vida saludable	Social
2	Mercadeo, comunicación y etiquetado de productos	Social
3	Mitigación y adaptación al Cambio Climático	Ambiental
4	Inversión Social estratégica y filantrópica	Ambiental
5	Inocuidad en instalaciones y cadena de valor	Social
6	Desempeño económico	Económico
7	Responsabilidad Social en cadena de valor	Social
8	Desperdicio Alimentos	Ambiental
9	Contribución por pago impuestos	Económico
10	Diversidad e inclusión género	Social
11	Cambios demográficos	Social
12	Gobernanza Corporativa	Económico
13	Transporte de productos y logística	Económico

7 COMUNICACIÓN CON PÚBLICOS DE INTERÉS

En relación con nuestras partes interesadas también es necesario señalar que si bien están debidamente mapeadas, no han sido objeto de consulta formal por parte de nuestra corporación. Esta viene a ser también una tarea pendiente que reconocemos y que nos comprometemos a subsanar durante el presente año.

Públicos de Interés	Canales de Comunicación
Clientes	Departamento de Servicio al Cliente (correo, línea telefónica y redes sociales y anfitriona y administrador en el PDS)
Proveedores	Eventos de Proveedores
Colaboradores	Encuesta de Clima Laboral y otros proyectos
Socios	Reuniones trimestrales
Competencia	Estudios*, comparaciones de precios, vistas semanales
Comunidades de influencia directa	Pizarras fuera de las tiendas
Gobiernos Locales de influencia directa	Tiendas
Caja Costarricense de Seguro Social	APP (alianza público privado)
Gobierno Central	Departamento Legal y Corporativo
Proveedores de Servicios Públicos	Departamento Legal y Corporativo
Medios de comunicación	Agencia de comunicación y RRPP
Cámara de Comercio de Costa Rica	Participación en Junta Directiva

8 ALIANZAS

Alianza	Descripción	Objetivos de Desarrollo Sostenible
MarViva	Pesca Responsable, Chao Plástico Desechable	  
Árboles Mágicos	Voluntariado, Siembra de árboles y Bolsas Reutilizables	  
Un Verano Sin Incendios-SINAC	Equipos para brigadas contra incendios forestales	  
Fundación Amigos Isla del Coco	Bolsas de la Isla del Coco	 
Asociación Artística para Niños (ASART) Ministerio de Educación Pública (MEP) Ministerio de Justicia y Paz	Programa para Promover Hábitos Saludables	   
Banco de Alimentos	Donación de productos no aptos para la venta pero sí para consumo	
Ministerio de Agricultura y Ganadería	Buenas Prácticas Agrícolas	
Centro de Educación Saleciana Don Bosco	Donación para biblioteca	   
Rotarios	Recolectas para población en vulnerabilidad y desastres	 
Alsalus (CCSS, Movimiento rosa de Auto Mercado, Clínica Bíblica, y Fundación Aliarse) Mamografías para mujeres vulnerables en zonas de difícil acceso	Unidad Móvil de Mamografías	

* Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible fueron establecidos por la ONU y plantean retos para toda la humanidad, a ser alcanzados en el año 2030.

9 RETOS

- Comunicación a todas las partes interesadas de las acciones que se llevan a cabo.
- Migración hacia un estándar de reportaje cada vez más consolidado.
- Involucrar a más áreas de la Corporación en la gestión sostenible.
- Mejorar la metodología de análisis de materialidad.
- Contar con un modelo para la gestión de partes interesadas.
- Trabajar más activamente en la cadena de valor.
- Revisar el modelo de gestión de los alimentos no aptos para la venta pero sí para el consumo.
- Escalar el programa de Buenos Hábitos Financieros.
- Alinear política de donaciones y voluntariado al giro del negocio.
- Reducción de emisiones de gases de efecto invernadero producto de los gases refrigerantes.
- Eliminar el uso de bolsas plásticas de empaque final y reducir el plástico de un solo uso en la cadena de valor.
- Género, inclusión y diversidad.

MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD

B MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD

Esta Memoria busca evidenciar los retos de nuestra corporación en la gestión de sus impactos mediante el impulso de proyectos, programas, campañas y diversas actividades.

No es un reporte exhaustivo ni pretende ajustarse a las normas de alguno de los estándares internacionales empleados para reportar el avance del modelo de gestión sostenible en las empresas.



Para enriquecer la lectura incluimos **tres** tipos de información al inicio de cada tema.

- 1 Uno de los aspectos más importantes de cualquier reporte o memoria de sostenibilidad es evidenciar el impacto de las iniciativas sobre los distintos pilares que sustentan el modelo de gestión sostenible. En este caso, hemos colocado estas etiquetas con la letra A para la Dimensión Ambiental, la E para la Dimensión Económica y la S para la Dimensión Social.



- 2 Los Objetivos de Desarrollo Sostenible relacionados



- 3 Y el tema o temas materiales con que se relaciona.

Gobernanza Corporativa

RS en cadena de valor

Mitigación y adaptación
al cambio climático

Desempeño económico

1 ENCADENAMIENTO CON PYMES

Durante años hemos venido intensificando nuestras relaciones con las micro, pequeñas y medianas empresas, abriéndoles las posibilidades de acceder al mercado de consumo masivo para incrementar sus ventas y mejorar su desempeño. Favorecemos especialmente a aquellas empresas que observan buenas prácticas ambientales, sociales y económicas, o poseen modelos de gestión que muestren su intención de gestionar sus impactos.

Contamos con **833** proveedores Activos

70 Representan el **70%** de las compras

763 Representan el **30%** de las compras

352 están con compras por debajo
de los **2 millones** mensuales



RS en cadena de valor

Desempeño económico



2 PESCA SOSTENIBLE

En Auto Mercado garantizamos la buena calidad de los productos que comercializamos y trabajamos en desarrollar prácticas de trazabilidad de las especies de pescado que ofrecemos a los clientes, por esto nos aseguramos de cumplir con:

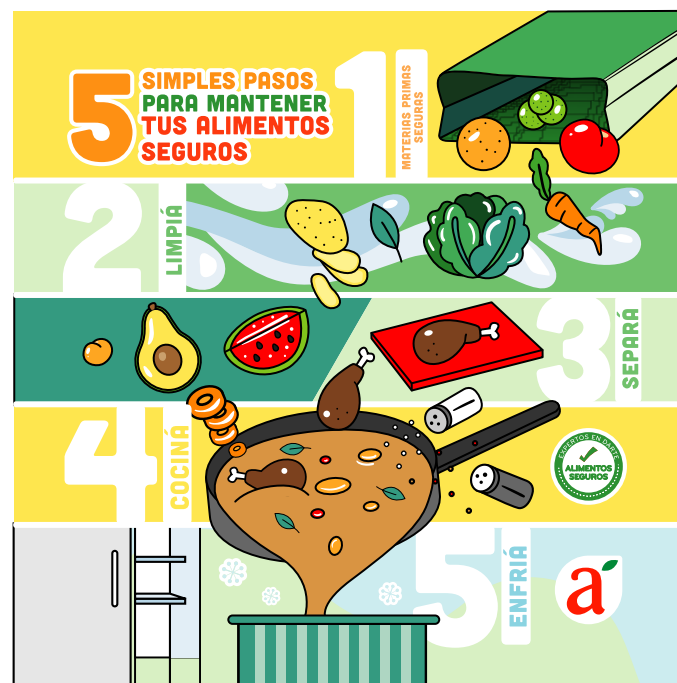
- Respeto a las tallas mínimas de las especies comercializadas
 - Respeto a las vedas
 - Certeza de la identidad de las especies mediante el uso de su nombre científico
 - Certeza en los artes de pesca utilizadas y sus zonas de captura.
- Además:**
- Voluntariamente no comercializamos lenguado, pez loro, marlin, ni tiburón, por su relevancia en los ecosistemas.
 - Actualmente las especies trazables incluyen: cabrilla congrio, corvina reina, corvina aguada, robalo, macarela, bagre y mero.
 - A lo largo de nuestra cadena de valor contamos con el acompañamiento de **MarViva** que aporta su visión técnica y científica, **certificando** la rigurosidad de los controles para asegurarnos el cumplimiento de las buenas prácticas de sostenibilidad pesquera.



3 INOCUIDAD ALIMENTARIA

Está demostrado que es posible prevenir las enfermedades de transmisión alimentaria (ETA). Por eso nos hemos comprometido a ser líderes en calidad, velando por la inocuidad de nuestros productos y cumpliendo con las exigencias de la legislación nacional. Nuestro objetivo es garantizar que un alimento no causa un daño a la salud si se usa según sus indicaciones.

Nuestro Sistema de Gestión de Inocuidad está estructurado para alinear a todos los actores que intervienen a lo largo de la cadena de abastecimiento de alimentos, poniendo el énfasis en aquellas áreas con mayor impacto, complejidad o nivel de riesgo.



Inocuidad

RS en cadena de valor

Democratización de
estilos de vida saludable



Desde hace más de 10 años venimos trabajando con nuestros proveedores para facilitarles herramientas, evaluarlos y, partir de esas evaluaciones, mejorarles sus posibilidades de crecer como proveedores de Auto Mercado. Con ellos abordamos temas como:

- Buenas Prácticas de Manufactura
- Buenas Prácticas Agrícolas
- HACCP (análisis de peligros y puntos de control críticos): identificación de riesgos de producción específicos de cada industria.

Con la observancia de normas estrictas, el control e inspección permanente, la evaluación y las auditorías buscamos la plena satisfacción de todos nuestros clientes, al adquirir siempre productos en buen estado.

88%

De nuestros proveedores **aprobaron** la inspección de productos frescos realizada por Auto Mercado.

Inocuidad

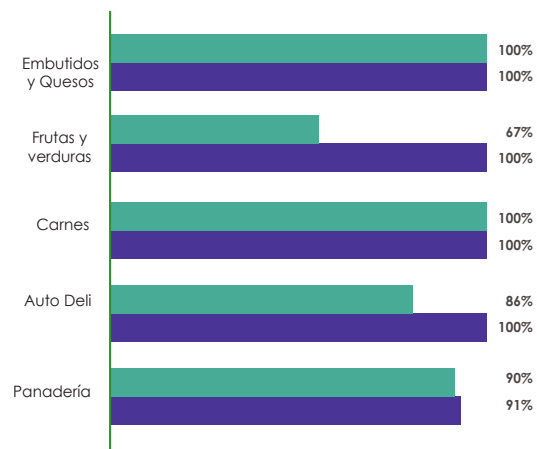
RS en cadena de valor

Democratización de
estilos de vida saludable

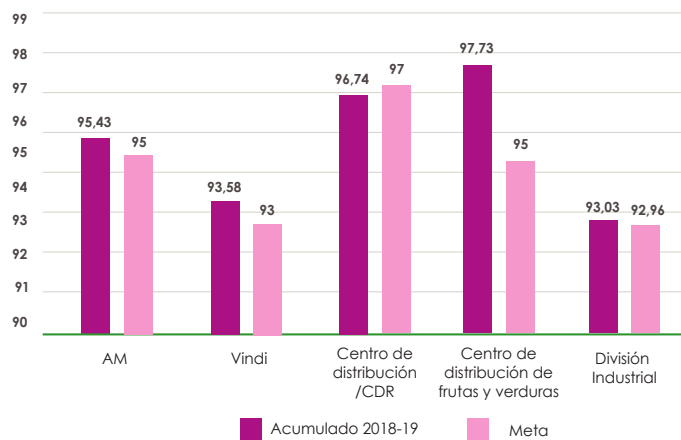


Evaluación de Proveedores Dpto. de Productos Frescos

% Aprobación y Aprobación + Reinspección



Indicador Inocuidad Corporativa



3.1 CAPACITACIÓN Y COMUNICACIÓN

Un sistema de inocuidad en una cadena de supermercados solo puede ser eficaz si todas las personas involucradas poseen los conocimientos y observan las prácticas adecuadas a lo largo de todos los procesos.

Por eso se ha impulsado la capacitación continua de los colaboradores en todos los niveles, incentivándoles a ser gestores de inocuidad en sus puestos de trabajo. Al tiempo que son capacitados, se llevan sus conocimientos a sus hogares, donde los aplican para beneficio de sus familias y pueden transmitirlos a más personas.

Vale indicar que, además, las jefaturas relacionadas con productos frescos deben aprobar el curso SafeMark, examen de seguridad alimentaria respaldado por el FMI (Food Marketing Institute).



Inocuidad

RS en cadena de valor

Democratización de
estilos de vida saludable



El otro componente importante es la comunicación dirigida a promover las buenas prácticas de inocuidad, tanto entre los colaboradores como entre los clientes. Con este fin se ha realizado dos campañas: YO SOY INOCUIDAD 365 (dirigida a colaboradores) y EXPERTOS EN DARTE ALIMENTOS SEGUROS (dirigida a clientes), con las que se busca cimentar una cultura de inocuidad a lo largo de toda la cadena de manipulación de alimentos.

Algunos datos de interés:

- Durante el 2019 fueron realizadas **50 actividades de capacitación**, completando **858 horas**.
- Las actividades de inducción y fundamentos de inocuidad incluyeron a **807 colaboradores y colaboradoras**.
- El porcentaje de aprobación del curso SafeMark fue de **92% en 2018** y de **87% en 2019**.



Inocuidad

RS en cadena de valor

Democratización de
estilos de vida saludable



4 FUSIÓN SALUDABLE

Uno de los impactos negativos más importantes de las empresas vinculadas a la venta de alimentos y bebidas se relaciona con los malos hábitos alimenticios de la población. Si bien no se le puede decir a las personas qué pueden o deben comprar, sí se tiene la responsabilidad de incentivar la compra de alimentos que incidan de manera positiva en su salud. Esta responsabilidad, afortunadamente, encaja dentro de las expectativas de un creciente sector de consumidores, que por voluntad propia ha ido modificando sus hábitos de alimentación.

Seguimiento a clientes

Chocolates

En el periodo inicial, de los compradores de chocolates regulares solo el **11%** compraba también chocolates bajos en azúcar.

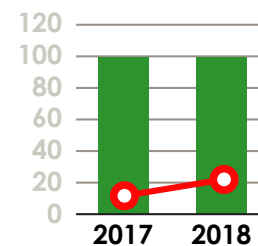
Esta cifra se elevó a un **21%** un año después.

Panes

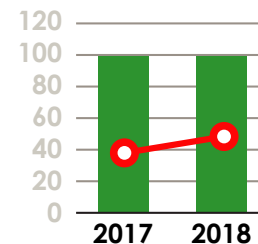
En el periodo inicial, de los compradores de panes blancos solo el **37%** compraba también panes integrales.

Un año después, la cifra se elevó a un **51%**.

Consumidores de chocolate que decidieron llevar además chocolates bajos en azúcar



Consumidores de pan blanco que decidieron llevar además pan integral

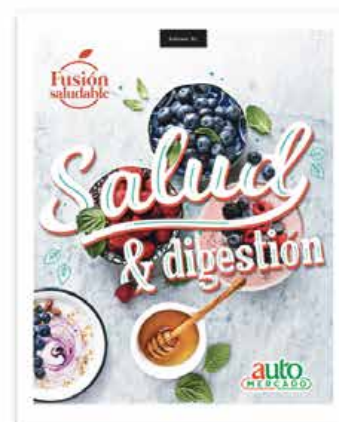


Democratización de
estilos de vida saludable

Mercadeo, comunicación
y etiquetado



Fusión Saludable es un programa que incluye una revista mensual, un medio de comunicación creado específicamente para hablarle a los clientes de distintos temas de salud y alimentación, estilos de vida, tips de nutrición y cocina, productos saludables, compartir recetas saludables y promocionar productos nuevos que Auto Mercado ofrece. **Este proyecto nació desde el 2016 y hoy en día tiene ya 56 ediciones con un total de más de 5000 impresiones mensuales.**



Democratización de
estilos de vida saludable

Mercadeo, comunicación
y etiquetado



DESCRIPTORES NUTRICIONALES

El proyecto de descriptores nutricionales se crea para facilitar al cliente la compra de productos saludables. Los descriptores nutricionales se refieren a alguna característica nutricional destacable en un producto y se indican por medio de distintos colores.

Este proyecto inició en 2015 como un plan piloto, pero dado al éxito que ha tenido y la respuesta tan positiva por parte de los clientes, para el año 2019 el proyecto ya se encuentra en 8 Auto Mercado y con más de 320 productos destacados.



NUTRIENTE POR COLOR

El área de frutas y verduras contiene alimentos esenciales para todas las personas. Con su consumo adquirimos vitaminas y minerales que necesitamos diariamente. El proyecto Nutriente por color, le facilita a nuestros clientes escoger los diferentes nutrientes para una vida saludable. Cada mes, agrupamos los alimentos según su color, destacamos los nutrientes que aportan y explicamos los beneficios para la salud.



Democratización de
estilos de vida saludable

Mercadeo, comunicación
y etiquetado



5 PROYECTO: **ALIMENTACIÓN SALUDABLE Y CULTURA DE PAZ.**

En conjunto con la Asociación Artística para Niños ASART, se desarrolló un proyecto para estimular la adopción de hábitos alimenticios saludables y la vivencia de una cultura de paz entre estudiantes de escuelas públicas ubicadas en zonas con altos índices de violencia y vulnerabilidad.

Las actividades incluyeron la donación de peluches llamativos con formas de vegetales, llamados "veggies", que era entregados a los niños y adolescentes participantes, durante actividades lúdicas y formativas en las que también participaron funcionarios del Ministerio de Educación Pública.



Democratización de
estilos de vida saludable

Inversión Social Estratégica



6 BANCO DE ALIMENTOS

Un reto fundamental para la corporación y para todo el sector es la gestión correcta de la mercadería apta para el consumo pero no para la venta. Una de las formas que se ha utilizado para tratar de canalizar una cantidad significativa de estos productos no comercializables es a través de organizaciones como el Banco de Alimentos.

En el periodo 2018 se entregó a esta organización **24.000 kilos**, en el 2019, **21.000 kilos**, y en el 2020 **22.237 kilos**.

Desperdicio de alimentos

Inversión Social Estratégica



7 APOYOS

7.1 CEDES DON BOSCO

Auto Mercado busca apoyar proyectos con impacto educativo y social en comunidades vulnerables. En mayo de 2019, invitamos a nuestros clientes a donar en las cajas de los Auto Mercado y Vindi para colaborar con la construcción del Centro de investigación e innovación para el aprendizaje de cedes Don Bosco. En total, los clientes de Auto Mercado y Vindi aportaron CRC **46.614.000**.

Algunas de las características de este proyecto son:

Beneficio directo a más de **2000 estudiantes**, el 85% de los cuales se encuentra en riesgo social.

Acceso libre para **5000 personas** de la Comunidad de Alajuelita.

Acceso a internet sin costo para fines educativos.

Habilitación de salas de estudio grupales e individuales.

Dotación de recursos para crear materiales educativos innovadores.

Creación de una biblioteca.



COMUNIDAD PROTAGONISTA DE SU FUTURO

Para seguir transformando la comunidad de Alajuelita, necesitamos construir un Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación en **CEDES Don Bosco**.

¿CÓMO PODÉS AYUDAR?

Del 10 al 31 de mayo podés realizar tu donación directamente en las cajas de todos los Auto Mercado y Vindi del país.



7.2 INCENDIOS FORESTALES

Durante el 2018 se realizó una recolección en cajas en los supermercados de Tamarindo, El Coco y Herradura para apoyar la campaña “Un Verano sin Incendios” de la mano de Toño Pizote, Proparques y el Área de Conservación de Guanacaste.

Durante la campaña se recolectó más de **8 millones de colones**, lo que se transformó en equipo de protección personal y de combate de incendios forestales para 3 brigadas de las zonas vulnerables cercanas a los supermercados.



8 MOVIMIENTO ROSA DE AUTO MERCADO-ALSALUS

Movimiento Rosa nace en el 2008 de la mano de clientes, colaboradores y proveedores de Auto Mercado, con el fin de realizar campañas de sensibilización contra la forma de cáncer que presenta la incidencia más alta en tumores malignos y mortalidad entre las mujeres costarricenses: el cáncer de mama. Hoy, esa iniciativa se ha transformado en una gran alianza público-privada, que representa una oportunidad en la vida de miles de mujeres en Costa Rica.

En estos 12 años, se ha recaudado más de mil doscientos millones de colones, que han sido destinados a la compra de equipos, dispositivos y remodelaciones de salas especiales en hospitales públicos, mayoritariamente.



Gracias a fondos remanentes de lo recaudado en 2015, en 2019 se inauguraron 2 nuevos consultorios al lado del Salón Rosa del Hospital de las Mujeres Adolfo Carit Eva (construido con fondos recaudados por Movimiento Rosa), donde se atiende a las pacientes en un ambiente agradable y seguro.

Estos espacios permitirán atender a miles de mujeres referidas de 11 áreas de salud josefinas, por sospechas de cáncer de mama o útero, para conseguir un diagnóstico en un periodo no mayor a los 15 días.

MOVIMIENTO ROSA 2008-2019

Año	2008	2009	2010	2011	2012	2013
MONTO RECAUDADO	-	46 millones	78 millones	84 millones	104 millones	107 millones
CAUSA	Campaña Sensibilización	Ultrasonido Hospital Calderón Guardia y apoyo a ANASOVI	Equipo médico para mujeres en vulnerabilidad (Catéteres y disparadores automáticos para toma de biopsias) Hospital Calderón Guardia	"Lazos" Mamógrafo Móvil del Programa de Acción Social del Hospital Clínica Bíblica	Remodelación Sala de Internamiento para Mujeres en el Hospital San Juan de Dios y "Lazos" Mamógrafo Móvil	Mamógrafo digital Hospital San Juan de Dios

Año	2014	2015	2016	2017	2018	2019
MONTO RECAUDADO	100 millones	153 millones	141 millones	135 millones	135 millones	150 millones
CAUSA	Remodelación Sala de Espera y Equipo de Rayos X del Hospital de Alajuela	Equipamiento Salón Rosa del Hospital de las Mujeres, Consultorios y "Lazos" Mamógrafo Móvil	Mamógrafo Digital para la Clínica Clorito Picado y "Lazos" Mamógrafo Móvil	Alianza AlSalus (CCSS, Aliarse, Auto Mercado y Clínica Bíblica) 16500 Mamografías para mujeres en zonas de difícil acceso	Alianza AlSalus (CCSS, Aliarse, Auto Mercado y Clínica Bíblica) 16500 Mamografías para mujeres en zonas de difícil acceso	Alianza AlSalus (CCSS, Aliarse, Auto Mercado y Clínica Bíblica) 16500 Mamografías para mujeres en zonas de difícil acceso



En noviembre de 2017 la causa se alineó al Plan Nacional de Tamizaje de Cáncer, que promueve la detección temprana del cáncer de mama en mujeres de zonas alejadas y también la de quienes por diferentes condiciones no pueden realizarse una mamografía.

La clave del éxito de este proceso ha residido en el desarrollo de una amplia alianza público-privada, llamada ALSALUS, con el fin de escalar el impacto y lograr obtener resultados relevantes para la salud de las mujeres a nivel país, en el marco del Plan Nacional de Desarrollo. ALSALUS está conformada por el Movimiento Rosa de Auto Mercado, la Caja Costarricense de Seguro Social (CCSS), el Hospital Clínica Bíblica y la organización ALIARSE. ALSALUS es la única alianza enfocada en la prevención de cáncer de mama en las zonas vulnerables priorizadas por la CCSS.

Según lo apunta la página de la CCSS, "esta alianza es una muestra firme de que la unión de voluntades a favor de la salud hace un aporte significativo a las comunidades, pues... el resultado final es mayor que la suma de las partes".

Desde noviembre de 2017 y hasta febrero de 2020, se ha logrado tamizar a 12.966 mujeres en Suretka, Bribri, Siquirres, San Marcos, Sixaola, Horquetas y Puerto Viejo de Sarapiquí. El costo de cada mamografía realizada es de ₡30.000 colones, que son subvencionados por la clientela de Auto Mercado con sus donaciones. En la campaña del 2019 logramos levantar 150 millones con este fin.

Iniciativas como esta forman parte del sistema que ha logrado colocar a Costa Rica entre los países del mundo con mejor tasa de sobrevivencia al cáncer de mama, con un 87%.

*Desafortunadamente debido a la Pandemia dejamos de operar en marzo del 2020. Esperamos retomar el tamizaje en el 2do semestre del 2021

MAMOGRAFIAS REALIZADAS POR ALSALUS

Fechas	SEDE DE TRABAJO	META	REALIZADO	% DE CUMPLIMIENTO
13/11/17 al 15/12/17	Suretka	500	464	92,8%
08/01/18 al 23/02/18	Bribri	910	892	98,0%
05/03/18 al 27/07/18	Siquirres (1)	2 680	2 589	96,6%
30/08/18 al 14/12/18	San Marcos	2 880	2 474	85,9%
09/01/19 al 31/01/19	Sixaola	300	310	103,3%
04/02/19 al 12/04/19	Horquetas	1 330	1 259	94,7%
15/04/19 al 28/06/19	Pto Viejo Sarapiquí	1 480	1 488	100,5%
01/07/19 al 26/09/19	Siquirres (2)	1 460	1 149	78,7%
16/09/19 al 26/09/19	Guápiles	300	333	111,0%
07/10/19 al 15/12/19	Los Santos	1500	1499	99,9%
13/01/19 al 07/02/20	Horquetas	150	37	24,7%
10/02/20 al 14/02/20	Pto Viejo Sarapiquí	150	107	71,3%
TOTAL		14 090	12 602	92,0%

9 SALUD OCUPACIONAL

La preocupación por el bienestar de los colaboradores, desde una perspectiva integral, abarca por supuesto uno de los temas clave: el de la salud ocupacional.

Adjuntamos algunos datos de interés.

Beneficio	2018	2019	2020
<i>Citas médico de empresa</i>	6304	6567	9507
<i>Citas Nutricionales</i>	375	385	225
<i>Citas Asesoría Legal</i>	683	597	115

Año	Cantidad total accidentes (INS)
2018	358
2019	483
2020	438

10 AUTO OPORTUNIDADES

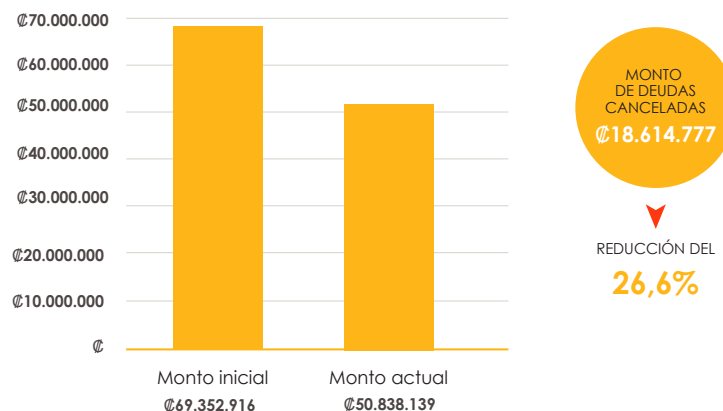
10.1 HÁBITOS FINANCIEROS

Durante los últimos tres años, en conjunto con la Asociación Solidarista, se fortaleció el programa de apoyo personal para mejorar los hábitos financieros de los colaboradores. Tras correr una herramienta para identificar vulnerabilidades en este campo, se creó el programa con el aporte de dos especialistas, que trabajan tanto sobre la parte técnica como en el aspecto emocional, el control de la ansiedad, el manejo de la relación con el dinero y los proyectos de vida.

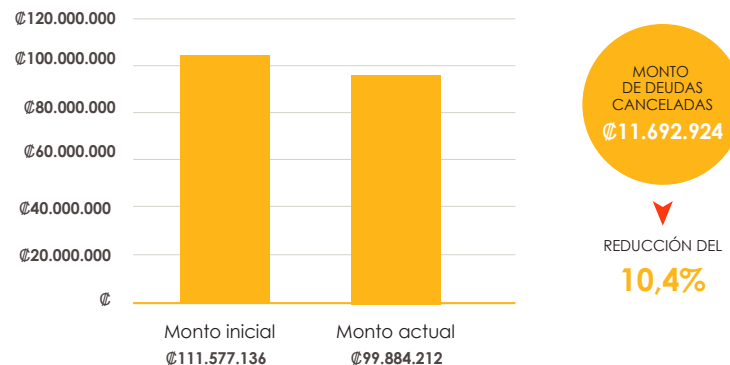
Además del seguimiento a 75 personas (25 por año) se han realizado talleres de día y medio en donde han participado 50 colaboradores, incluyendo a los puntos de servicio en playas.

El modelo de atención ha permitido dar un seguimiento cercano, individualizado y constante a cada caso, y gracias a esto un 80% de los participantes han logrado salir de condiciones críticas en el manejo de sus finanzas y alcanzar reducciones muy significativas en sus niveles de endeudamiento.

EVOLUCIÓN DEUDAS GRACIAS AL PROGRAMA AÑO 1



EVOLUCIÓN DEUDAS GRACIAS AL PROGRAMA AÑO 2



10.2 SALUD MENTAL

Conscientes de que el talento humano está expuesto a tensiones propias del trabajo y la vida contemporánea, en conjunto con la Asociación Solidarista se ha creado un fondo de ayuda solidaria para salud mental. Con este fondo se ayuda a gestionar situaciones de crisis que han requerido la intervención de profesionales.

Por su naturaleza, este no es un programa de impacto masivo, sino dirigido a incidir positivamente en situaciones puntuales de colaboradores que requieren intervenciones inmediatas y profundas para evitar que los problemas escalen. Este programa, sin duda, ha hecho una diferencia vital para las personas que lo han requerido.

10.3 FONDO DE AYUDA SOLIDARIA

En conjunto con la Asociación Solidarista se creó un Fondo de Ayuda Solidaria para atender situaciones imprevistas que requieran asistencia especial, tales como incendio, inundación de viviendas o pérdidas graves que afecten la estabilidad emocional o económica de los colaboradores.



11 VOLUNTARIADO Y DONACIONES

Durante el 2019, 70 colaboradores participaron en la siembra de 500 árboles nativos en el país y su respectivo seguimiento.

Durante el 2020 y debido a la pandemia, 200 colaboradores y sus familias se sumaron a una campaña de voluntariado **VIRTUAL** organizada por la fundación Árboles Mágicos. Este consistió en dos talleres en línea; uno sobre las especies en peligro de extinción y otro sobre la importancia de los árboles especialmente diseñado para niños.



AUTO MERCADO HA APOYADO CON DONACIONES EN EFECTIVO A LAS SIGUIENTES ORGANIZACIONES:

Alianza	Descripción
Fundación Andrea Jiménez	Brindando Educación Especial de calidad a personas de todas las edades.
Centro Juvenil Amigó	Gestión de hogar transitorio para niños y niñas en San Jerónimo de Moravia.
Junior Achievement	Provee herramientas de emprendedurismo, empleabilidad y educación financiera a jóvenes.
Proyecto Iirira	Provee útiles escolares a niños y niñas de la zona de Talamanca.
Asociación Misericordia Hoy	Atiende enfermos con VIH-SIDA.
Asociación Libros Para Todos	Apoya al sector educativo produciendo materiales de calidad accesibles para todas las personas.
Fundación ADA	Promueve un cambio de paradigma en la enseñanza del lenguaje, la escritura y la lectura.
Fundación Bienestar Animal	Provee servicios de castración, vacunación y desparasitación de animales.
ASAYNE de Sor María Romero	Creada con el fin de construir casas para familias en pobreza extrema.

Inversión Social Estratégica



Además, se han realizado donaciones en efectivo a las siguientes organizaciones:

Alianza	Descripción
Asociación Cristiana hacia una generación restaurada Ministerio Amor en la Calle	Programa niñez y adolescencia.
Fundación Amigos de la Isla del Coco (FAICO)	Dedicada a apoyar el manejo sostenible de la Isla del Coco.
Fundación Parque La Libertad	Espacio de desarrollo humano e inclusión social para las comunidades de Desamparados, Curridabat y La Unión.
Asociación Siervas de María	Ofrece cuidados a enfermos en instituciones hospitalarias.
Fundación Curridabat	Desarrolla proyectos educativos, ambientales y sociales para todas las edades en ese cantón.
Amigos del Río Torres	Organización dedicada a tener un río Torres vivo, saludable, accesible y seguro.
Fundación MarViva	Orientada a la conservación y el uso sostenible de los recursos marinos.
Asociación Hogar y Cultura	Trabaja en capacitación, formación y empoderamiento de mujeres / Becas de estudio y formación.
Temporalidades de la Iglesia Católica de la Diócesis de Alajuela	Trabaja en la atención de problemáticas comunales en la Guácima de Alajuela.

Inversión Social Estratégica



12 HUELLA DE CARBONO

Auto Mercado es la **única cadena de supermercados del país** que mide y gestiona las emisiones de gases de efecto invernadero desde un alcance operacional, incluyendo toda la corporación.

Esto representa un reto grande para la organización y nos permite conocer el impacto ambiental de forma integral. Para el 2017 la huella de carbono fue de más de **14000 toneladas de CO2**, lo que representó una reducción del 5% en relación con las emisiones del 2016. Esta reducción resulta especialmente significativa si se toma en cuenta el crecimiento de la organización durante ese mismo periodo.

Mitigación y adaptación
al cambio climático

13 ACCIÓN POR EL CLIMA



Nuestro mayor reto es reducir el impacto por las emisiones de refrigerantes, que representaba más del 75% del total de las emisiones de la organización en el 2017.

En el 2018 generamos **15900 toneladas** de CO₂ y en el 2019, **12370 toneladas** de CO₂. Logramos una reducción en nuestra fuente más representativa de **27%**.

En el 2019 recibimos el reconocimiento de la Dirección de Cambio Climático, del Ministerio de Ambiente, como **Empresa Carbono Inventario** durante la PreCOP25.



13 DÍGALE SÍ A LO REUTILIZABLE

Desde el 2014, parte del compromiso ambiental es promover el uso de bolsas reutilizables y cajas de cartón para el empaque de las compras de los clientes, con el fin de **reducir** la cantidad de bolsas plásticas utilizadas.

Solamente en el 2018 se logró reducir el uso de más de **1,2 millones de bolsas**, en el 2019 **5.6 millones**, y en el 2020 **2.2 millones**. Ese año aumentó el consumo de plástico debido a la pandemia.

A diciembre del 2020 se han dejado de entregar más **13 millones** de bolsas plásticas. Además, en el 57% de las compras que hacen los clientes se utilizan métodos alternativos de empaque.

A lo largo de estos años se han lanzado colecciones de bolsas reutilizables en conjunto con organizaciones como FAICO y Árboles Mágicos.

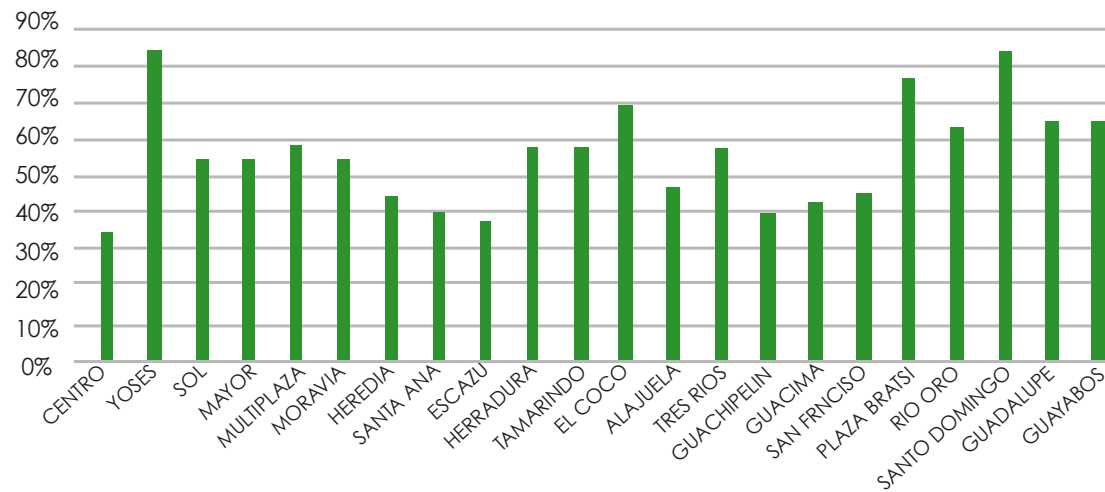


Mitigación y adaptación al
cambio climático

Inversión Social Estratégica



% de rechazo de bolsa por Auto Mercado



CANTIDAD DE BOLSAS SIN HUELLA AMBIENTAL

Año	Unidades
2014	566.818
2015	911.237
2016	1.052.855
2017	1.906.457
2018	1.293.905
2019	5.675.099
2020	2.3000.000
Total	13.706.371

PROMEDIO
DE RECHAZO
EN EL 2020
57%

Mitigación y adaptación al
cambio climático

Inversión Social Estratégica



14 PRODUCTOS CON PROPÓSITO

14.1 ISLA DEL COCO

En el 2018 se diseñó una colección de bolsas alusiva a la celebración del 40 aniversario de la creación del Parque Nacional Isla del Coco. Como resultado de esta campaña, **11 millones de colones** fueron entregados a la Fundación Amigos de la Isla del Coco (FAICO) para que continúe su trabajo de conservación de los recursos naturales de ese lugar Patrimonio de la Humanidad.



14.2 ÁRBOLES MÁGICOS

En el 2019, se trabajó en conjunto con la Fundación Árboles Mágicos para ofrecer una colección alusiva a los mágicos árboles costarricenses. Esta edición invitaba a disfrutar el placer de contemplar la naturaleza. Cada bolsa buscaba inspirar al usuario a pausar, contemplar, conectar y crear. Como resultado de esta campaña, se entregaron más de **16 millones de colones** a la Fundación para promover un cambio cultural en las personas a través de la educación.



Mitigación y adaptación al cambio climático

Inversión Social Estratégica



15 CHAO PLÁSTICO DESECHABLE

A partir de febrero de 2019 en Auto Mercado Los Yoses se dejó de entregar bolsas plásticas de empaque final de forma gratuita, esto con el fin de desincentivar el consumo y promover el uso de bolsas reutilizables. Posteriormente, también Auto Mercado Multiplaza comenzó a participar en este proyecto.

En casos excepcionales, cuando el cliente solicita expresamente utilizar una bolsa de plástico, se le solicita una donación de ₡20 colones, destinados a la Fundación MarViva para la protección de los océanos.

Los objetivos respecto a los empaques son:

- Reducir el porcentaje de plástico de los empaques, o
- Sustituir los empaques por opciones reciclables o compostables que no entren en conflicto con la inocuidad de los alimentos.

Traé tus bolsas favoritas,
y hacé de tu compra
una experiencia más

auto
CONSCIENTE



Mitigación y adaptación al cambio climático

Responsabilidad social
en cadena de valor

Inversión Social Estratégica

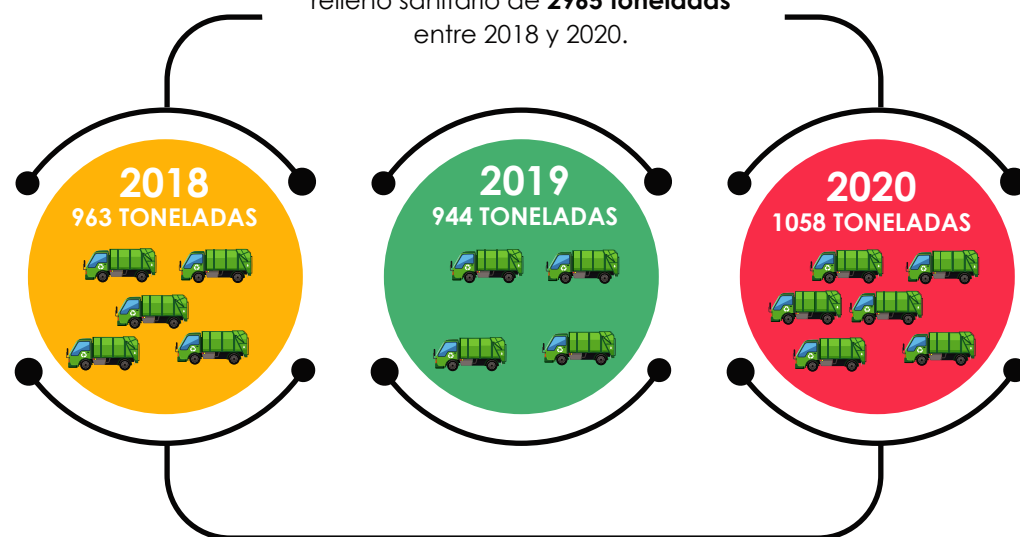


16 GESTIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS

Actualmente se gestionan todos los residuos, tales como el aceite y residuos cárnicos, además de separar los residuos valorizables como cartón, plástico, aluminio, entre otros. En total se ha evitado el envío al relleno sanitario de **2965 toneladas** entre 2018 y 2020.


DURANTE
2020

En total se ha evitado el envío al relleno sanitario de **2965 toneladas** entre 2018 y 2020.



17 ENERGÍA SOLAR

Auto Lindora aprovecha la luz del sol.

En Auto Mercado reforzamos nuestro compromiso con el desarrollo sostenible y seguimos trabajando en reducir nuestro gasto energético convencional, con la incorporación de paneles solares en Auto Mercado Lindora.

Con un amplio sistema de paneles solares en este punto de servicio, cubrimos un **51% de la energía total** requiere un local, reduciendo hasta un 29% en la factura eléctrica mensual de Lindora y **28 toneladas** de dióxido de Carbono (CO2) al año.

En la empresa contamos con este sistema en tres tiendas Vindi; tiempo después se inauguró un sistema solar para abastecer de energía al Centro de Distribución, ubicado en Santo Domingo de Heredia.

La operación de Auto Mercado mide y reporta completamente y de manera confiable, el consumo de agua, electricidad, gases refrigerantes, generación de residuos sólidos, y el consumo de combustibles fósiles. Esto nos ha permitido ser una empresa galardonada con la Bandera Azul, en la categoría de cambio climático y Empresa Carbono Inventario de la Dirección de Cambio Climático, del Ministerio de Ambiente.



18 PUNTO LIMPIO MÓVIL



En noviembre de 2019, nace el programa ambiental Punto Limpio Móvil. Esta móvil recolecta tres tipos de plásticos, aluminio y Tetra Pak en los Auto Mercados ubicados en Plaza de Sol, Tres Ríos, Guácima, Moravia, Alajuela y Santo Domingo.

La Eco Móvil trabaja en el marco de una Alianza Público-Privada en la que participamos con el Ministerio de Salud, Coca Cola FEMSA, el Instituto de Fomento y Asesoría Municipal (IFAM) y Fundación Aliarse.

¿Qué materiales se reciben en la Eco Móvil?

- PLASTICO PET: Botellas plásticas de bebida, jugos y agua. Bandejas de frutas y verduras.
- POLIPROPILENO: Vasos traslúcidos, tapas de productos de bebidas y productos de higiene y limpieza, contenedores y bandejas para comida.
- HDPE: Envases de detergentes, bidones, botellas de champú y productos lácteos.
- Aluminio, como latas de bebidas, jugos y cerveza.
- Tetra Pak, como los envases de leche y salsas.

La móvil recolectó **249 kg de residuos en 2019 y a diciembre de 2020 1190kg**. Estos residuos que suman más de una tonelada son gestionados, a través del programa Misión Planeta de Coca-Cola FEMSA, con el fin de que estos materiales puedan ser reincorporados y reutilizados en la producción de futuras botellas.

19 BANDERA AZUL ECOLÓGICA

Desde el 2016, todos los Auto Mercado participaron en el Programa de Bandera Azul Ecológica, realizando grandes esfuerzos para cumplir con todos los requisitos del programa y, en algunos casos, buscando la obtención de la segunda estrella.

Como parte de ese esfuerzo, se ha logrado sensibilizar a gran parte del personal en aspectos tales como ahorro en el consumo de agua, ahorro en el consumo de electricidad, la importancia de hacer una correcta separación de los residuos sólidos y el impacto positivo de evitar el plástico de un solo uso.

En el 2018 se ahorraron **440 mil kWh de energía**, lo que representa el consumo de **2000 hogares** durante un año, y una reducción en **33,3 toneladas de CO2**.

Desde el 2020 ha habido una reducción de **390 mil KWh** de energía, equivalente a un ahorro del **14%** en comparación con el 2019. Sin embargo, hubo un **aumento del consumo de agua** del 50% en ese mismo periodo, posiblemente debido a la pandemia.

Hoy los 21 puntos de servicio, el Centro de Distribución, la planta de alimentos procesados Auto Deli y la Asociación Solidarista, izan la Bandera Azul.

Auto Mercado de Heredia, Guachipelín, Tres Ríos y Herradura recibieron el distintivo por tercer año consecutivo.



Resultados de BAE Históricos (★ = estrellas)

Instalación	2016 NOTA	2017 NOTA	2018 NOTA	2019 NOTA
AM Plaza del Sol	90 ★	85	95 ★	100 ★★★★★
AM Multiplaza	90 ★	83	95 ★	92 ★
AM Moravia	90 ★	68	100 ★★	100 ★★
AM Heredia	90 ★	90 ★	97 ★	93 ★
AM Santa Ana	90 ★	86	92 ★	91 ★
AM Herradura	90 ★	90 ★	96 ★	95 ★
AM Tres Ríos	90	93 ★	95 ★	95 ★
AM Guachipelín	90	90	95 ★	90 ★
Centro Distribución	90	90 ★	95 ★	90 ★
AM Plaza Bratsi	0	100 ★	100 ★	100 ★
AM Tamarindo	0	0	95 ★	92 ★
AM El Coco	0	0	96 ★	90 ★

Instalación	2016 NOTA	2017 NOTA	2018 NOTA	2019 NOTA
AM Alajuela	0	0	95 ★	95 ★★
AM Plaza Mayor	0	0	96 ★	90 ★
AM Yoses	0	0	96 ★★	91 ★
AM Guácima	0	0	96 ★	92 ★
AM San Francisco	0	0	95 ★	94 ★★★★★
AM Escazú	0	0	100 ★★	92 ★
AM Río Oro	0	0	100 ★★	94 ★
AM Santo Domingo	0	0	100 ★★	93 ★★
Guadalupe	0	0	100 ★★	90 ★
AM Centro	0	0	100 ★★	90 ★
División Industrial	0	0	100 ★★	91 ★
ASOAMSA	0	0	91 ★★	70

INFORME ESPECIAL COVID-19

PROTOCOLO DE MEDIDAS PARA ENFRENTAR EL COVID-19

Conscientes de la situación que enfrenta el país desde marzo de 2020 como empresa responsable de la salud de nuestros clientes y colaboradores, en Auto Mercado reforzamos una serie de medidas para la seguridad y prevención de todos.

EN NUESTROS SUPERMERCADOS

1. Reforzamos los rigurosos procedimientos de limpieza y desinfección y buenas prácticas de higiene, salud y prácticas del colaborador.
2. Trabajamos para que, en la medida de lo posible, no haya faltantes de productos. Sin embargo, dependemos del abastecimiento que nos dan nuestros proveedores y de que nuestros clientes sean mesurados a la hora de hacer sus compras.
3. Al inicio de la Pandemia, restringimos la compra de productos de higiene y limpieza a un máximo de 3 artículos por compra.
4. Limpiamos constantemente todas las áreas del supermercado. Reforzamos las de mayor contacto, como las cajas, las terminales de tarjetas, las cintas transportadoras, y mostradores. También desinfectamos los carritos, las canastas, los baños y reponemos suministros como jabón, toallas de papel y desinfectante para manos, constantemente. Colocamos rotulación recordatoria sobre el lavado correcto de manos.

5. Rotulamos áreas de los supermercados con las medidas de prevención oficiales.

6. Cancelamos temporalmente actividades de degustación de productos en los supermercados, con el objetivo de evitar el contacto físico.

7. Facilitamos en áreas clave, dosificadores de alcohol en gel para su uso.



CON NUESTROS COLABORADORES Y PROVEEDORES

1. Si alguien de nuestro personal presenta un cuadro gripal fuera del tiempo laboral, le solicitamos que acuda a su centro de salud correspondiente y se valore, lo antes posible. Asimismo, atendemos por medio del médico de empresa a colaboradores con cuadros gripales dentro de sus horas de trabajo. Apoyamos a nuestro personal, facilitando los medicamentos necesarios para combatir síntomas de resfrío común.
2. También les solicitamos que si ellos o alguien en su familia están enfermos, se queden en casa.
3. Mantenemos a nuestro personal informado constantemente de la situación actual y de las prácticas que deben seguir para cuidar su salud y la de nuestros clientes.
4. Implementamos como una rutina adicional, que nuestros colaboradores suspendan sus labores, para lavarse las manos cada 30 minutos y luego, regresen a sus tareas.
5. Es de uso obligatorio el uso de mascarilla para los proveedores y mercaderistas. nuestros
6. Diaria y constantemente, estamos aplicando una serie de filtros para identificar posibles síntomas, como la toma de temperatura.
7. Fomentamos en nuestros colaboradores la aplicación de 10 reglas de oro para Protegernos Juntos contra la COVID-19



CON NUESTROS CLIENTES

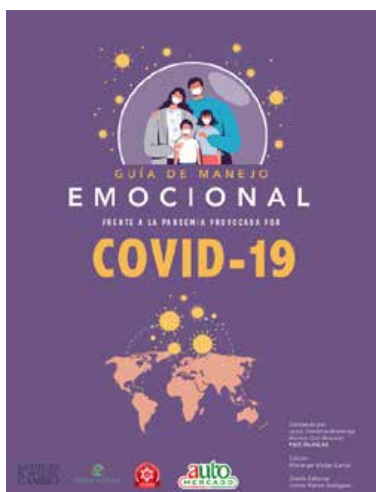
1. Damos seguimiento constante a las informaciones e instrucciones oficiales de las autoridades de nuestro país y otras entidades, como la Organización Mundial de la Salud.
2. Instamos a nuestros clientes a seguir las recomendaciones de fuentes oficiales para reducir la propagación de este y otros virus respiratorios.
3. Invitamos a nuestros clientes a aplicar medidas de inocuidad en su casa, sobre todo con la manipulación segura de sus alimentos.

PARA EL PÚBLICO EN GENERAL

1. Como empresa consciente del impacto de la pandemia en la salud mental y emocional de nuestros colaboradores, elaboramos con el apoyo de psicólogas expertas, la Guía de Manejo Emocional frente a la Pandemia provocada por la COVID-19, la cual hemos decidido poner a disposición de forma gratuita para cualquier persona que la necesite.

La Guía está disponible aquí

<https://automercadoesmilugar.com/acciones-ante-el-covid/>



es:

Cumplir con las 10 reglas de oro

Como empresa responsable de tu salud y la de nuestros clientes y conscientes de la situación que afronta el país, implementamos 10 reglas de oro para protegernos juntos contra el COVID-19 y que llevés esta seguridad también a tu hogar.

- 1 Si desarrollás algún síntoma de resfrío o gripe, comunicate con tu jefe antes de ingresar a tu jornada o durante esta.
- 2 Recordá que las personas con factores de riesgo (presión alta, diabetes, enfermedades pulmonares, enfermedades del corazón y sistema circulatorio, defensas bajas como el cáncer y personas mayores) pueden enfermarse gravemente y deben evitar ir a lugares públicos. Si sos una persona de riesgo o convivís con alguien que lo sea, comunicalo.
- 3 Respetá tu burbuja social, es decir, las personas con quienes vivís. No son burbuja social: grupos de amigos, los integrantes de familia que no están día a día conviviendo y compañeros de trabajo.
- 4 No te toques la cara en lugares públicos, menos si no te has lavado las manos antes y correctamente.
- 5 Hacé del lavado de manos una norma y que esta sea tu primera opción. Si no tenés acceso a agua y jabón, utilizá alcohol en gel.
- 6 Por la naturaleza de nuestro negocio, tenemos que utilizar las mascarillas, pero acordate de esta protección cuando viajés en transporte público, en transporte compartido con otras personas que no forman parte de tu burbuja social, o en sitios de reunión donde vayás a permanecer más de 15 minutos. No te pongás en riesgo ni vos, ni a los tuyos.

RECORDÁ: el uso de la mascarilla no sustituye al distanciamiento social, lavado de manos, ni otras medidas de higiene.
- 7 No te pongás en riesgo ni vos, ni a los tuyos. Respetá el distanciamiento físico de 1,8 metros entre personas que no son parte de tu burbuja social.

RECORDÁ: No compartir NADA. Ni comida, ni bebidas, celular, ni maquillaje.
- 8 Contra el COVID-19, la higiene personal es fundamental. Lavá diariamente tu uniforme y las mascarillas de tela. Lavate las manos antes de comer, después de ir al baño, antes de preparar los alimentos, antes de tocarte la cara y cuando llegués a tu casa.
- 9 Reforzá la limpieza y desinfección en tu hogar. Limpiá y desinfectá mesas, cocina, manijas de las puertas, interruptores de luz, teléfonos, teléfono celular, inodoros, grifos, lavatorios, llaves y más. Si viajás en transporte propio, recuerda limpiar la manivela, la marcha, los agarraderos de las puertas y cualquier área de contacto.
- 10 Compartí estas reglas de oro con tu burbuja social. Si todos las cumplimos, venceremos juntos el COVID-19. Es un acto de amor hacia vos y la gente que querés.

ENTREGA DE DIARIOS A FAMILIAS AFECTADAS POR LA PANDEMIA

- Hemos entregado desde abril 2020, más de 6.000 diarios, financiados con recursos propios en comunidades de influencia, en 6 provincias del país.

- Apoyo de nuestros clientes financió 3.700 diarios adicionales.

- Logramos estructurar un programa de voluntariado en Garabito y Chirripó, a través del cual se donan diarios a vecinos que participan en campañas de ayuda comunitaria.

- Hemos apoyado a más de mil colaboradores que han sufrido también, los impactos de esta pandemia.



A más de un año de pandemia, en Auto Mercado y Vindi hemos logrado impactar positivamente en cientos de hogares costarricenses donde los ingresos se vieron disminuidos o totalmente suspendidos debido a esta emergencia.

Conscientes del negativo impacto económico que generaría esta máxima alerta sanitaria, nos propusimos aliarnos con organizaciones y fundaciones que nos ayudaran a identificar familias en nuestras zonas de influencia, que estuvieran pasando necesidades de alimentación e higiene, con el fin de provisionarles productos con los cuales satisfacer dichas necesidades.

Las familias se seleccionaron siguiendo estrictos lineamientos. Hemos procurado que sean hogares de personas que se quedaron sin ingresos a raíz de la crisis por COVID-19 y, dentro de este grupo, hemos priorizado que sean familias con presencia de adultos mayores o personas con discapacidad.

Nos propusimos y presupuestamos donar, por cuenta propia, una meta de 2.000 paquetes solidarios que les permitieran a estas familias satisfacer sus necesidades básicas de higiene y alimentación, asumiendo además la logística y transporte que fueran necesarios para llegar a cada comunidad. Es importante destacar que el costo de cada paquete solidario es de **€30.000.**

Cada paquete solidario se compone de productos de alimentación e higiene calculados para satisfacer las necesidades mencionadas de una familia de 4 miembros, por un periodo de 15 días. Esto quiere decir que no ha sido una ayuda entregada una única vez. Estas familias han recibido desde abril de 2020, en más de una ocasión, los paquetes solidarios según sus necesidades.

Donaciones de Auto Mercado con Recursos Propios	
Organización Aliada	Diarios entregados
Fuprovi	100
EcoCoco	350
Fundación Lloverá	400
Fundación CEPIA	200
Clubes Rotarios	1.093
Extraordinario Guayabos (Rotario)	66
Hospital Nacional de Niños	65
Fundación Acción Joven	100
Grupo Sociedad Civil	54
CEDES Don Bosco	2
Fundación Suri	20
Sífais	400
Fundación ANIK	200
Asociación Arrieros, Guías, Porteadores y Cocineros de San Gerardo (base Chirripó)	100
Ideas en Acción	550
Total de donaciones entregadas	3.700

Gracias a la ayuda de organizaciones como Asociación EcoCoco, Fundación Lloverá, Fundación CEPIA, Fuprovi, Fundación Suri, Fundación Acción Joven, grupos de sociedad civil, CEDES Don Boso, Ideas en Acción, Asociación de Arrieros, Guías, Porteadores y Cocineros de San Gerardo, en la base del Cerro Chirripó, así como de clubes rotarios en distintas zonas del Gran Área Metropolitana (GAM), superamos nuestra meta, pudiendo entregar más de 3.600 diarios en Alajuela, La Unión, Curridabat, Moravia, Guadalupe, San Pedro, San José Centro, Heredia, Pavas, Escazú, La Carpia, León XIII, Chirripó, Santa Ana, Herradura, Playa del Coco, Tamarindo, Liberia y Santa Cruz.



Continuidad al proyecto. En Auto Mercado tenemos la fortuna de contar con clientes dispuestos a colaborar en todo momento y para darle continuidad a nuestro proyecto, acogido por la campaña nacional Solidarios, levantamos la mano y solicitamos su ayuda a través de una campaña de recolección de fondos que se realizó entre el 2 de agosto y el 3 de setiembre de 2020, recaudando más de **₡111 millones**.

Este dinero fue destinado a la compra de 3.700 diarios adicionales y permitió que las más de 600 familias que ya habíamos identificado desde abril de 2020, así como decenas de familias que se fueron identificando a lo largo de este año, tuvieran sustento.

Satisfechos por la labor realizada, en Auto Mercado agradecemos profundamente la colaboración recibida e informamos que el 100% de este grupo de diarios, se terminó de entregar en el mes de marzo.

Donaciones Clientes de Auto Mercado		
Comunidades impactadas	Organización aliada	Total entregado
La Carpio-León XIII	Sifaís	600
Curridabat, Centro de San José, Alajuela	Fundación Lloverá	350
Jacó, Quebrada Ganado, Herradura	Comité Municipal de Garabito	450
León XIII, Centro de San José	Acción Social de Hospital Clínica Bíblica	600
Mora, Santa Ana, Escazú	Grupo Org. Sociedad Civil	166
San Vicente de Moravia	Hogar de Ancianos de Moravia	34
Tamarindo, Villareal, 27 de abril	Fundación Acción Joven	72
GAM	Fundación ANIK	248
GAM	TransVida	450
Tirrases, Granadilla, Curridabat centro, Moravia	Fundación Curridabat	300
Tirrases, Granadilla, Curridabat centro, Moravia	Casa de los Niños	200
Barreal de Heredia	Grupo Mujeres en Victoria	30
El Coco	EcoCoco	50
GAM y Tamarindo	Patronato Nacional de Ciegos	150
Total entregado		3.700



es: Apoyar a quienes más lo necesitan.

Agradecemos la solidaridad de nuestros clientes al apoyar a las familias afectadas por el Covid-19.







es: Agradecer la solidaridad de nuestros clientes al apoyar a las familias afectadas por el COVID-19.

Gracias a todas las manos generosas que se unieron para apoyar la campaña de recaudación de fondos, hoy les damos la gran noticia que recaudamos

₡111,101,218
que equivalen a 3,700 diarios.

Ya iniciamos las primeras 700 entregas con el apoyo de las organizaciones asociadas SIFAIS, Fundación Lloverá, Comité Municipal de Garabito y Hogar de Ancianos de Moravia.

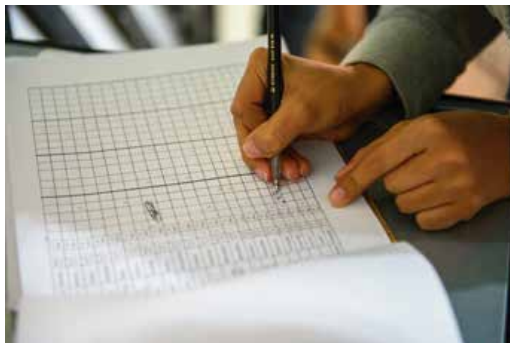




Se han entregado 3.700 diarios en zonas de influencia como Alajuela, La Carpio, León XIII, Curridabat, centro de San José, Mora, Santa Ana, Escazú, Moravia, Tirrases, Granadilla, centro de Heredia, Barreal de Heredia y otras comunidades de la Gran Área Metropolitana, así como en Jacó, Quebrada Ganado, Herradura, Tamarindo, Villareal, ciudadela 27 de abril y Playas del Coco.

Agradecemos al Sistema de Formación Artística para la Inclusión Social (Sifais), el Comité Municipal de Garabito, a Fundación ANIK, Fundación Curridabat, al programa Acción Social de Hospital Clínica Bíblica, Barrios Hermanos, TransVida, Fundación Lloverá, Hogar de Ancianos de San Vicente de Moravia, Casa de los Niños, Patronato Nacional de Ciegos, Grupo Mujeres en Victoria, Asociación EcoCoco y a todas las personas, miembros de la sociedad civil que se han organizado, que creen en nuestra misión y se han sumado a apoyar nuestra causa.

Como todo proyecto de Auto Mercado, este proceso está siendo auditado tanto a nivel interno, como por empresas externas a nuestra operación, que pueden dar fe de la transparencia con la que trabajamos.



Contribución social. Auto Mercado ha trabajado en esta iniciativa con un enfoque de dignificación al trabajo de las personas que ha beneficiado a decenas de familias de distintas zonas de Garabito y Chirripó que, aunque vieron afectados sus ingresos por la pandemia, no perdieron sus ganas de trabajar y ayudar en sus comunidades.

De esta forma, gracias a la unión de esfuerzos con distintas organizaciones e instituciones, logramos que decenas de personas llevaran sustento a su hogar para satisfacer las necesidades básicas de sus familias, retribuyendo su agradecimiento en jornadas de limpieza de ríos y playas, siembra, demarcación y distribución de árboles, entre otras actividades que han contribuido al embelleciendo del paisaje en nuestras costas.

En Chirripó, por ejemplo, se trabajó en la recolección de basura, limpieza de desagües, en la elaboración de una serie de cajones para la elaboración de una huerta orgánica en la Escuela de Canán, así como en la clasificación de desechos para reciclaje, en el centro de acopio de la comunidad.

Cada una de estas acciones se coordinó de acuerdo a las propias necesidades identificadas por cada comunidad, siguiendo los estrictos protocolos de prevención del COVID-19 como distanciamiento social, utilización de cubrebocas y medidas de higiene, entre otros. Además, a los voluntarios se les brindó hidratación y refrigerio, en cada jornada.



Con el corazón en nuestra gente. En Auto Mercado no vivimos en un mundo paralelo y somos conscientes que tanto la emergencia sanitaria, como la crisis económica, han tocado la salud, el corazón y el bienestar de nuestros colaboradores.

Como muchas familias en el país, decenas de nuestros colaboradores han sufrido una disminución en los ingresos económicos de sus núcleos familiares, aunque en Auto Mercado no aplicamos reducciones o suspensiones de jornadas laborales. También se han enfrentado al COVID-19, ya sea por contagios o por familiares que se han contagiado.

No podíamos pretender ayudar a familias ajenas a nuestra organización, cuando a lo interno, muchos vivían esta angustiante situación en carne propia. Y debido a ello, lo que sí hemos hecho, en paralelo a la campaña de donaciones, es apoyarles tanto con atención emocional, como con paquetes solidarios que aporten al sustento de sus hogares.

En estos meses hemos entregado más de 2.300 paquetes solidarios entre nuestros colaboradores.

